



### **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 Singkat PT. Indofood Sukses Makmur Tbk

Didirikan dengan nama PT Panganjaya Intikusuma di tahun 1990 dan memulai kegiatan usaha di bidang makanan ringan melalui perusahaan patungan dengan *Fritolay Netherlands Holding B.V.*, perusahaan afiliasi PepsiCo Inc.. Kemudian, pada tahun 1994, PT. Panganjaya Intikusuma secara resmi mengganti nama perusahaan menjadi PT. Indofood Sukses Makmur, dan mencatatkan saham di Bursa Efek Indonesia (BEI).



Sumber: Indofood, 2017

**Gambar 3. 1 Logo PT. Indofood Sukses Makmur Tbk**

Pada tahun 1995, PT. Indofood memulai intergrasi bisnis melalui akuisisi pabrik penggilingan gandum Bogasari. Dua tahun kemudian, tepatnya di tahun 1997, PT. Indofood memperluas intergrasi bisnisnya dengan mengakuisisi grup perusahaan yang bergerak di bidang perkebunan, agribisnis, dan distribusi. Memasuki tahun 2005, PT. Indofood memulai kegiatan usaha di bidang PT. Pelayaran Tahta Bahtera.

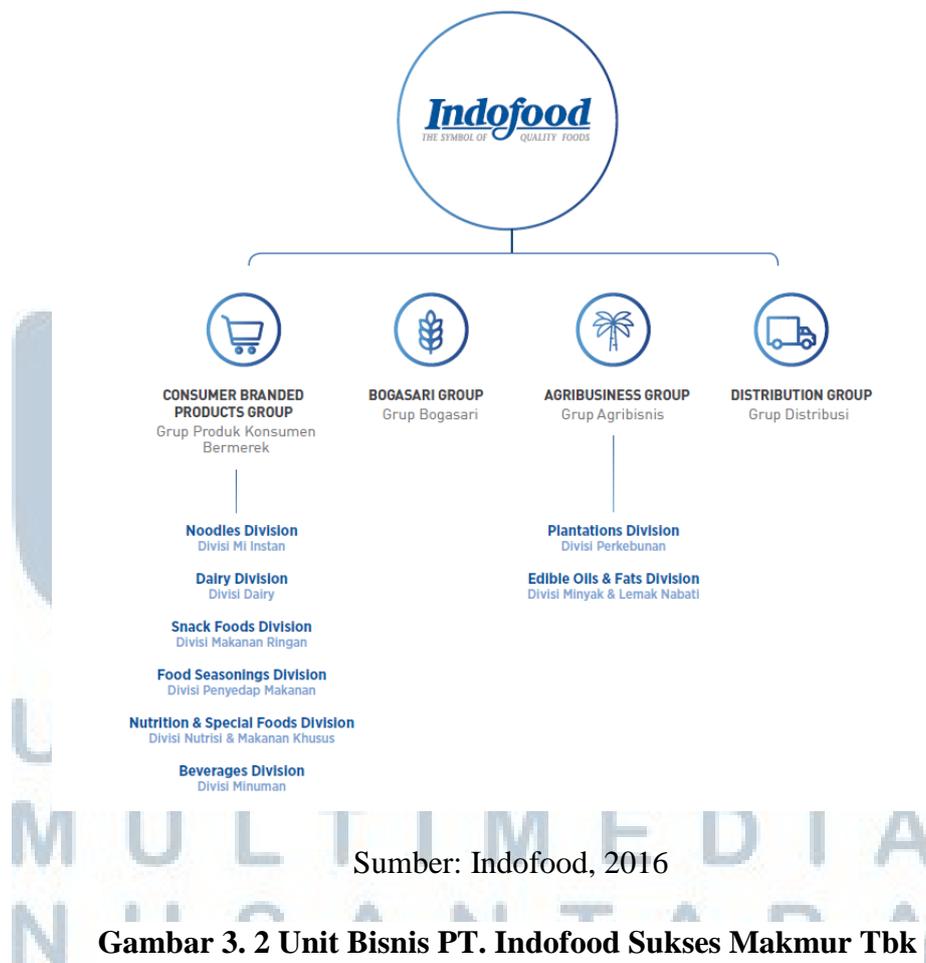
Di tahun 2007, Grup Agribisnis memperluas perkebunannya dengan mengakuisisi PT PP London Sumatra Indonesia Tbk (“Lonsum”), sebuah perusahaan perkebunan yang sahamnya tercatat di Bursa Efek Indonesia. Kemudian di tahun yang sama, PT. Indofood mencatatkan saham grup Agribisnis Indofood Agri Resources Ltd. (“IndoAgri”), di Bursa Efek Singapura (“SGX”).

Pada tahun 2008, Grup Agribisnis memasuki kegiatan usaha gula dengan mengakuisisi PT Laju Perdana Indah. Sementara itu di tahun yang sama Grup *Consumer Branded Product* (CBP) memasuki kegiatan usaha *dairy* melalui akuisisi PT. Indolakto (“Indolakto”), salah satu produsen produk *dairy* terkemuka di Indonesia. Di tahun 2010, secara resmi PT. Indofood mencatatkan saham grup CBP, PT. Indofood CBP Sukses Makmur Tbk (“ICBP”), di Bursa Efek Indonesia. Sementara itu di tahun 2011, PT. Indofood mencatatkan saham PT. Salim Ivomas Pratama Tbk (“SIMP”), anak perusahaan pada Grup Agribisnis, di Bursa Efek Indonesia.

Di tahun 2013, Grup Agribisnis memperluas kegiatan usaha gula ke Brasil dan Filipina melalui penyertaan saham di *Companhia Mineira de Açúcar e Alcool Participações* (“CMAA”) dan Roxas Holdings Inc. (“Roxas”). Tahun 2013 juga menjadi awal dari Grup CBP memasuki kegiatan usaha minuman. Pada tahun 2014, Grup CBP mengembangkan kegiatan usaha minumannya dengan memasuki bidang usaha air minum dalam kemasan (“AMDK”) melalui akuisisi asset AMDK termasuk merek Club.

### 3.1.2 Unit Bisnis PT. Indofood

Dalam dua dekade terakhir, Indofood telah bertransformasi menjadi sebuah perusahaan Total Food Solutions dengan kegiatan operasional yang mencakup seluruh tahapan proses produksi makanan, mulai dari produksi dan pengolahan bahan baku hingga menjadi produk akhir yang tersedia di pasar. Kini Indofood dikenal sebagai perusahaan yang mapan dan terkemuka di setiap kategori bisnisnya. Dalam menjalankan kegiatan operasionalnya, Indofood memperoleh manfaat dari skala ekonomis serta ketangguhan model bisnisnya yang terdiri dari empat Kelompok Usaha Strategis ("Grup") yang saling melengkapi sebagai berikut :



### 1. *Consumer Branded Products* (“CBP”)

Dengan didukung oleh kekuatan merek-merek produknya, Grup CBP memproduksi beragam produk konsumen bermerek antara lain mi instan, *dairy*, makanan ringan, penyedap makanan, nutrisi dan makanan khusus, dan minuman.



Sumber: Indofood, 2017

**Gambar 3. 3 Produk dari Grup *Consumer Branded Products***

### 2. Bogasari

Grup ini memiliki kegiatan usaha utama memproduksi tepung terigu dan pasta, didukung oleh unit usaha perkapalan dan kemasan.



Sumber : Indofood, 2017

**Gambar 3. 4 Produk dari Grup Bogasari**

### 3. Agribisnis

Kegiatan usaha utama Grup Agribisnis meliputi penelitian dan pengembangan, pemuliaan benih bibit, pembudidayaan dan pengolahan kelapa sawit hingga produksi dan pemasaran produk minyak goreng, margarin, dan *shortening*. Di samping itu, kegiatan usaha Grup ini juga mencakup pembudidayaan dan pengolahan karet dan tebu serta tanaman lainnya.



Sumber: Indofood, 2017

**Gambar 3. 5 Produk dari Grup Agribisnis**

#### 4. Distribusi

Dengan jaringan distribusi yang paling luas di Indonesia, Grup ini mendistribusikan sebagian besar produk konsumen Indofood dan anak-anak perusahaannya, serta berbagai produk pihak ketiga.

#### 3.1.3 Visi dan Misi Perusahaan

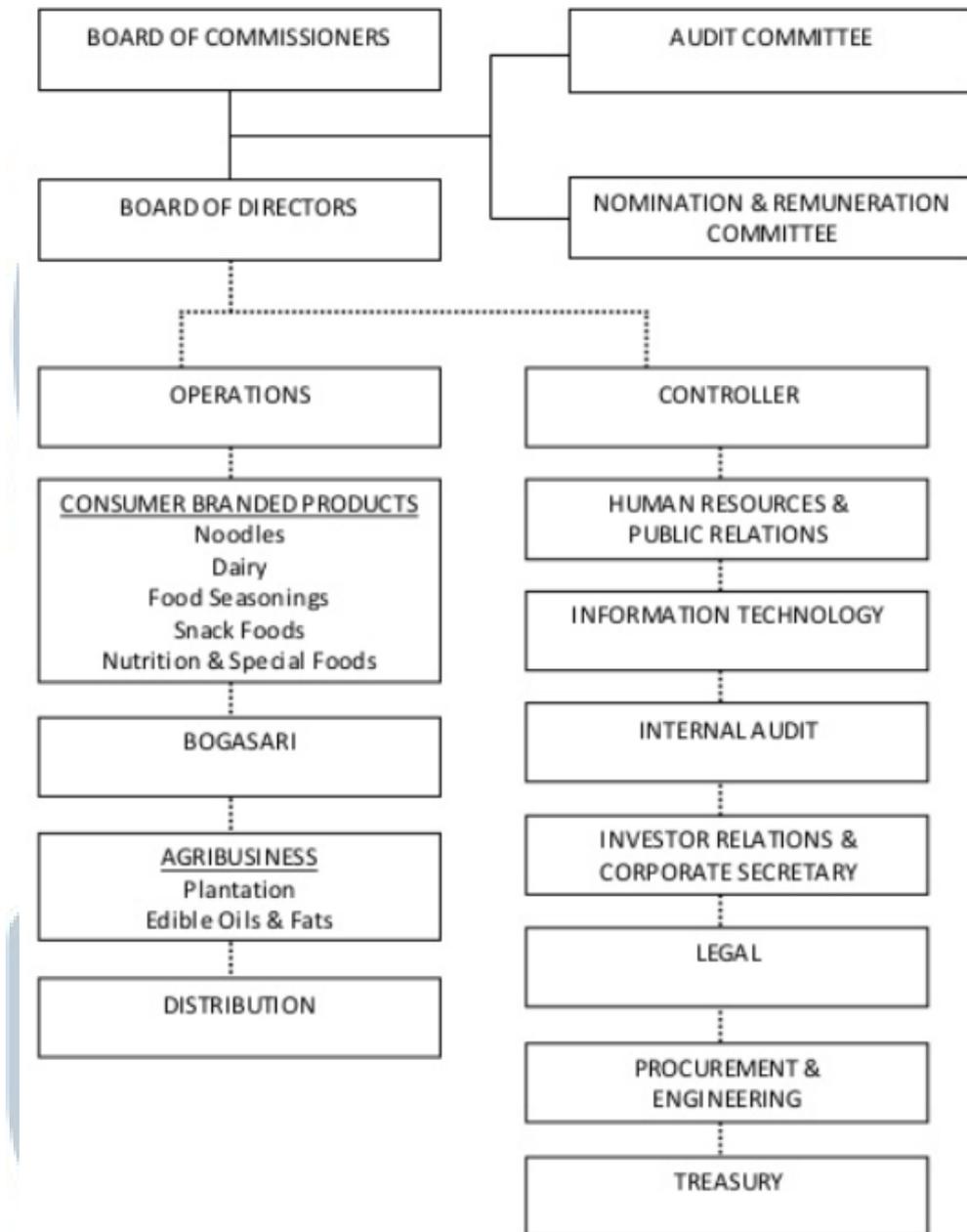
PT. Indofood Sukses Makmur Tbk memiliki visi yaitu: “Menjadi perusahaan *Total Food Solutions*”. Untuk mencapai visi perusahaan tersebut, ada beberapa misi dari PT. Indofood antara lain, memberi solusi atas kebutuhan pangan secara berkelanjutan, senantiasa meningkatkan kompetensi karyawan, proses produksi dan teknologi, memberikan kontribusi bagi kesejahteraan masyarakat dan lingkungan secara berkelanjutan, dan meningkatkan *stakeholders’ values* secara berkesinambungan.

#### 3.1.4 Values Perusahaan

PT. Indofood Sukses Makmur Tbk memiliki nilai yang dipakai di semua kelompok unit bisnisnya, yaitu: “Dengan disiplin sebagai falsafah hidup; kami menjalankan usaha kami dengan menjunjung tinggi integritas; Kami menghargai seluruh pemangku kepentingan dan secara bersama-sama membangun kesatuan untuk mencapai keunggulan dan inovasi yang berkelanjutan.”

U N I V E R S I T A S  
M U L T I M E D I A  
N U S A N T A R A

### 3.2 Struktur Organisasi



Sumber: Indofood, 2017

**Gambar 3. 6 Struktur Organisasi Keseluruhan**

**PT. Indofood Sukses Makmur Tbk.**

### 3.3 Desain Penelitian

Desain penelitian adalah sebuah *master plan* yang menspesifikasikan metode dan prosedur untuk mengumpulkan dan menganalisa informasi yang dibutuhkan. Sebuah desain penelitian menyediakan kerangka dan perencanaan aksi untuk penelitian Zikmund et al (2013).

#### 3.3.1 Research Data

Menurut Malhotra (2012), terdapat dua jenis sumber data yaitu *primary data* dan *secondary data*.

1. *Primary data*

Data yang berasal dan dikumpulkan sendiri oleh peneliti untuk menangani suatu masalah penelitian.

2. *Secondary data*

Data yang dikumpulkan untuk beberapa tujuan selain dari masalah yang dihadapi.

Dari kedua metode pengumpulan data penelitian di atas, peneliti menggunakan kedua metode tersebut yaitu *primary data* dan *secondary data*. Pengumpulan *primary data* yang dilakukan berupa *in-depth interview* yang digunakan peneliti untuk mendapatkan informasi mengenai fenomena yang terjadi di perusahaan dan melakukan survey kuesioner untuk menentukan hasil penelitian. Peneliti juga menggunakan *secondary data* untuk mendapatkan informasi dan literature yang diperlukan terkait penelitian ini dari sumber berupa buku, jurnal, dan artikel dari internet.

### 3.3.2 Jenis Penelitian

Menurut Zikmund et al (2013) jenis penelitian terbagi menjadi dua bagian, yaitu:

1. *Qualitative business research*, yaitu jenis penelitian di mana peneliti menyediakan penafsiran yang akurat berdasarkan fenomena yang ada tanpa menerapkan sistem pengukuran numerik.
2. *Quantitative business research*, yaitu jenis penelitian yang mewajibkan peneliti untuk meneliti berdasarkan pengukuran numerik yang ada dan menggunakan pendekatan analisis.

Menurut Zikmund et al (2013) metode penelitian dikelompokkan menjadi tiga, antara lain:

1. *Exploratory research*

Dilakukan untuk memperjelas situasi yang ambigu atau menemukan ide – ide yang dapat menjadi peluang bisnis potensial. *Exploratory Research* tidak dimaksudkan untuk memberikan bukti konklusif yang menentukan tindakan tertentu. *Exploratory Research* yang sering di gunakan bertujuan untuk memandu dan menyempurnakan upaya penelitian berikutnya.

2. *Descriptive research*

Penelitian yang digunakan untuk mendeskripsikan suatu karakteristik dari objek, orang, kelompok, organisasi atau suatu lingkungan. *Descriptive Research* mencoba menggambarkan situasi tertentu dengan pernyataan siapa, apa, kapan, di mana, dan bagaimana.

### 3. *Causal research*

Penelitian yang digunakan untuk mengidentifikasi hubungan sebab akibat.

Desain *causal research* dapat memakan waktu lama untuk diimplementasikan dan juga sering melibatkan desain rumit yang sangat mahal

Dalam penelitian ini, peneliti menggunakan jenis penelitian *quantitative research* karena dalam penelitian ini peneliti melakukan penyebaran kuesioner yang berdasarkan pada pengukuran numerik yang ada dan menggunakan pendekatan analisis. Sementara itu, untuk metode penelitian yang peneliti gunakan adalah dengan metode *descriptive research* karena dalam penelitian ini, peneliti ingin mendeskripsikan karakteristik dari suatu objek, *group*, organisasi, atau suatu lingkungan yang dijelaskan dalam bentuk paragraph deskriptif. Karakteristik responden dalam penelitian ini antara lain merupakan karyawan tetap PT. Indofood Sukses Makmur Tbk pada beberapa departemen serta level yang berbeda, dan telah mengikuti *training "Creative Thinking"* pada periode bulan Maret – April 2019. Kemudian, responden akan memberikan penilaian terhadap pernyataan pada kuesioner yang diberikan dengan skala *likert* 1 sampai dengan 6.

## **3.4 Ruang Lingkup Penelitian**

### **3.4.1 Target Populasi**

Populasi adalah setiap grup entitas yang memiliki beberapa karakteristik yang sama (Zikmund et al, 2013). Pada awal proses sampling, populasi target harus didefinisikan secara hati - hati sehingga sumber yang tepat dari mana data akan dikumpulkan dapat diidentifikasi (Zikmund et al, 2013). Pada penelitian ini yang

menjadi target populasi yaitu karyawan tetap PT. Indofood yang telah mengikuti *training “Creative Thinking”* pada periode bulan Maret – April 2019 dan merasakan *job satisfaction* di PT. Indofood.

### **3.4.2 Sampling Techniques**

Menurut Zikmund et al (2013), *sampling* adalah aktivitas untuk melibatkan beberapa prosedur untuk kemudian ditarik sebagai kesimpulan dengan melibatkan wakil dari populasi. Alternatif utama dari *sampling techniques* adalah membaginya menjadi dua kategori yaitu *probability sampling techniques* dan *nonprobability sampling techniques*.

#### **3.4.2.1 Probability Sampling**

*Probability sampling* adalah sebuah teknik *sampling* di mana setiap anggota dari populasi sudah diketahui sebelumnya dan bukan *nonzero probability*. Sebagai tambahan, sebuah *sample probability* memiliki sebuah elemen *true randomness* dari proses seleksi (Zikmund et al, 2013).

Menurut Zikmund et al (2013) ada beberapa metode *probability sampling*, yaitu:

1. *Simple Random Sampling*

Prosedur *sampling* yang memastikan setiap elemen dalam populasi memiliki kesempatan yang sama untuk dimasukkan ke dalam sampel.

2. *Systematic Sampling*

Prosedur pengambilan sampel di mana titik awal dipilih dengan proses acak dan kemudian setiap nomor ke-n pada daftar pilih.

### 3. *Stratified Sampling*

Prosedur *probability sampling* di mana kumpulan sampel acak sederhana yang kurang lebih sama pada beberapa karakteristik diambil dari dalam setiap lapisan populasi.

### 4. *Proportional Stratified Sampling*

Sebuah teknik *probability sampling* yang merupakan bagian dari *stratified sampling* di mana *sample* yang dipilih didasarkan pada kategori yang telah ditentukan peneliti.

### 5. *Dispropotional sampling*

Sebuah teknik *probability sampling* yang ditentukan didasarkan pada pertimbangan atau analisa selanjutnya oleh karena strata yang ada tidak proporsional.

### 6. *Cluster Sampling*

Teknik pengambilan sampel yang efisien secara ekonomi di mana unit *sampling* primer bukanlah merupakan elemen individual dalam pupulasi malinkan sekelompok besar elemen. Kelompok dipilih secara acak.

### 7. *Multistage Area Sampling*

*Sampling* yang melibatkan penggunaan kombinasi dua atau lebih teknik *probability sampling*.

#### **3.4.2.2 Nonprobability Sampling**

*Nonprobability Sampling* merupakan sebuah teknik *sampling* di mana populasi tidak memiliki kesempatan yang sama untuk dijadikan responden, dan

sampel dipilih berdasarkan penilaian dari peneliti itu sendiri (Zikmund et al, 2013).

Terdapat empat *sampling techniques* di dalam *nonprobability sampling*, antara lain:

1. *Convenience Sampling*

Mengacu pada pengambilan sampel dengan mendapatkan orang atau unit yang paling mudah didapatkan.

2. *Judgemental Sampling*

Teknik *nonprobability sampling* di mana individu yang berpengalaman memilih sampel berdasarkan penilaiannya tentang beberapa karakteristik yang tepat atau sesuai yang diperlukan dari anggota sampel.

3. *Quota Sampling*

Prosedur *nonprobability sampling* yang memastikan bahwa berbagai *subgroups* populasi akan diwakili pada karakteristik yang bersangkutan dengan tingkat yang tepat yang diinginkan oleh peneliti.

4. *Snowball Sampling*

Prosedur pengambilan sampel di mana responden awal dipilih dengan metode *probability* dan responden tambahan diperoleh dari informasi yang diberikan oleh responden awal tersebut.

Berdasarkan pemaparan di atas, dalam penelitian ini peneliti menggunakan teknik *nonprobability sampling* di mana peneliti memilih unit sampel berdasarkan penilaian serta kebutuhan pribadi peneliti. Kemudian untuk *sampling technique* dari *nonprobability sampling* yang peneliti gunakan dalam penelitian ini adalah *judgemental sampling* dan *snowball sampling*. *Judgemental sampling* dalam penelitian ini dipilih berdasarkan penilaian peneliti terhadap beberapa karakteristik

yang sesuai dari anggota sampel. Beberapa karakteristik / kriteria yang harus dimiliki responden dalam penelitian ini antara lain merupakan karyawan tetap PT. Indofood pada beberapa departemen dan telah mengikuti *training “Creative Thinking”* pada periode bulan Maret – April 2019.

Selain itu, peneliti juga menggunakan teknik *snowball sampling* di mana peneliti menyebarkan kuesioner kepada satu karyawan di dalam satu departemen ataupun divisi, kemudian karyawan tersebut membantu peneliti untuk menyebarkan kuesioner penelitian kepada karyawan lain yang berada di dalam divisi atau departemen perusahaan.

### **3.4.3 Sampling Size**

*Sampling size* merupakan jumlah elemen yang akan dimasukkan atau diikutsertakan di dalam penelitian Malhotra (2012). Menurut Hair, Black, Baibin & Anderson (2010) penentuan jumlah sampel pada penelitian ini mengacu pada penentuan banyaknya jumlah *item* pernyataan yang digunakan pada kuesioner, di mana dengan mengasumsikan  $n \times 5$  observasi sampai  $n \times 10$  observasi. Pada penelitian ini, peneliti menggunakan  $n \times 5$  observasi dengan jumlah indikator 21 buah, maka dapat ditentukan bahwa jumlah sampel minimum dalam penelitian ini adalah sebanyak:  $21 \times 5 = 105$  responden. Total responden dalam penelitian ini adalah 120 responden.

## **3.5 Teknik Pengumpulan Data**

### **3.5.1 Sumber dan Cara Pengumpulan Data**

Dalam penelitian ini, peneliti menggunakan kedua metode pengambilan data, yaitu *primary data* dan *secondary data*. *Primary data* diperoleh melalui hasil

*in-depth interview* dan penyebaran kuesioner pada beberapa karyawan PT. Indofood Sukses Makmur Tbk. Sedangkan *secondary data* dalam penelitian ini adalah data yang tidak langsung diperoleh dari peneliti dari objek penelitian, melainkan data yang peneliti peroleh dari beberapa sumber seperti buku-buku teori, jurnal utama maupun jurnal pendukung, artikel-artikel, dan media *online*.

### 3.5.2 Metode Pengumpulan Data

Dalam metode pengumpulan data, Zikmund et al (2013) mengategorikan beberapa metode sebagai berikut:

1. *Observation research* yang merupakan proses sistematis dalam merekam pola perilaku orang, objek, dan kejadian yang disaksikan.
2. *Survey research* adalah sebuah metode pengumpulan data primer berdasarkan komunikasi dengan sampel yang diwakili oleh individu-individu.

Berdasarkan kedua metode pengambilan data yang telah dipaparkan, dalam penelitian ini peneliti memilih untuk menggunakan metode *survey research*. Dalam metode *survey research*, peneliti melakukan *in-depth interview* terhadap beberapa karyawan yang kemudian dilanjutkan dengan penyebaran kuesioner.

Menurut Brace (2004), kuesioner adalah bentuk survei yang berisi serangkaian pertanyaan yang dibuat oleh peneliti untuk peserta survei dimana nantinya hasil jawaban kuesioner tersebut dimaksudkan untuk dikelola oleh peneliti. Ada dua jenis dari kuesioner yaitu:

### 1. *Web-based self-completion questionnaires*

Kuesioner yang menggunakan media *online* dalam penyampaiannya kepada responden. Kuesioner ini dapat dikirimkan melalui *e-mail* atau dapat diakses melalui *Web page*. Ada beberapa bentuk dari *web-based self-completion questionnaires*, yakni:

a) *Open Web*

*Website* yang terbuka dan dapat diakses oleh siapa saja.

b) *Closed Web*

*Website* yang aksesnya dibatasi untuk responden penelitian yang diundang untuk mengisi kuesioner.

c) *Hidden Web*

Kuesioner yang hanya muncul kepada pengunjung ketika dipicu oleh beberapa mekanisme, misalnya; tanggal, jumlah pengunjung, minat dalam halaman tertentu. *Hidden Web* termasuk ke dalam *pop-up surveys*.

d) *E-mail URL embedded*

Responden diundang melalui *e-mail* untuk masuk ke dalam halaman survei, di mana *e-mail* tersebut berisi URL atau link yang dapat diakses oleh responden.

e) *Simple e-mail*

*E-mail* yang berisi pertanyaan – pertanyaan.

f) *E-mail attachment*

Kuesioner dikirimkan melalui *attachment* atau lampiran ke dalam *e-mail*.

2. *Paper questionnaires*

Jenis kuesioner pada umumnya dimana kuesioner ini menggunakan media kertas dalam pembuatannya sehingga responden dapat memberikan jawaban mereka secara langsung pada kertas kuesioner yang diberikan dengan memberi *check list*, atau keterangan jawaban lainnya yang diperlukan.

Dalam penelitian ini, peneliti menggunakan jenis *paper questionnaires* di mana peneliti menyebarkan sebanyak 120 kuesioner kepada responden penelitian yaitu karyawan tetap PT. Indofood dan telah mengikuti *training* “*Creative Thinking*” selama periode bulan Maret – April 2019.

### 3.6 Periode Penelitian

Periode penelitian untuk penyebaran dan pengumpulan kuesioner data *pre-test* dilakukan pada tanggal 18 Maret – 25 Maret 2019. *Pre-test* ini dilakukan untuk menguji validitas dan reliabilitas dari variabel yang akan peneliti gunakan pada penelitian ini. Jumlah responden pada *pre-test* adalah sebanyak 30 karyawan tetap PT. Indofood. Sedangkan periode penyebaran dan pengumpulan kuesioner *main-test* dilakukan pada tanggal 8 April – 29 April 2019 dengan jumlah responden sebanyak 120 karyawan tetap PT. Indofood.

### 3.7 Skala Pengukuran

Dalam kuesioner ini digunakan skala pengukuran *likert*. Skala *likert* merupakan pengukuran sikap yang memungkinkan responden untuk memberikan nilai bagi pendapatnya dari sangat tidak setuju hingga sangat setuju dengan mengikuti petunjuk yang diberikan (Ghozali, 2016).

**Tabel 3. 1 Tabel Skala Pengukuran Likert**

Keterangan	Skala
Sangat Setuju	6
Setuju	5
Cukup Setuju	4
Kurang Setuju	3
Tidak Setuju	2
Sangat Tidak Setuju	1

Sumber: Hasil Pengolahan Data Primer, 2019

### 3.8 Definisi Operasional Variabel

Definisi operasional variabel merupakan proses identifikasi skala pengukuran untuk menilai variabel (Zikmund et al, 2013). Variabel dalam penelitian ini terbagi menjadi dua yaitu variabel bebas (*independent variable*) dan variabel terikat (*dependent variable*).

### **3.8.1 Independent Variable**

Independent *variable* atau variabel bebas adalah variabel yang diharapkan dapat mempengaruhi *dependent variable* (Zikmund et al, 2013). Dalam penelitian ini yang menjadi *independent variable* atau variabel bebas adalah sebagai berikut:

#### **3.8.1.1 Employee Empowerment**

Menurut Brown & Harvey (2006) *employee empowerment* adalah pendelegasian wewenang dari pimpinan yang melibatkan semua karyawan dalam pengambilan keputusan, sehingga meningkatkan rasa bangga, harga diri, dan tanggung jawab para karyawan.

Variabel ini diukur dengan menggunakan skala *likert* 1 sampai dengan 6. Skala 1 menunjukkan rendahnya tingkat *employee empowerment*, dan skala 6 menunjukkan tingginya tingkat *employee empowerment* di PT. Indofood.

#### **3.8.1.2 Teamwork**

Menurut Ghorbanhosseini (2013) *teamwork* adalah ikatan emosional pada individu dalam situasi kelompok yang memotivasi setiap anggota tim untuk saling membantu dalam mencapai suatu tujuan, dan juga berpartisipasi dalam tanggung jawab pekerjaan.

Variabel ini diukur dengan menggunakan skala *likert* 1 sampai dengan 6. Skala 1 menunjukkan rendahnya tingkat *teamwork* di antara karyawan, dan skala 6 menunjukkan tingginya tingkat *teamwork* antar karyawan di PT. Indofood.

### **3.8.1.3 Employee Training**

Menurut Poh & Abd Hamid (2001) dalam Hanaysha & Tahir (2015) *employee training* adalah proses perancangan program pelatihan khusus untuk meningkatkan pengetahuan dan kemampuan karyawan, serta membantu karyawan untuk memperbaiki segala kekurangan agar dapat berkinerja dengan baik di perusahaan. Dalam penelitian ini, peneliti secara khusus meneliti *training* “*Creative Thinking*” yang diadakan oleh PT. Indofood.

Variabel ini diukur dengan menggunakan skala *likert* 1 sampai dengan 6. Skala 1 menunjukkan rendahnya tingkat efektifitas *employee training* khususnya “*Creative Thinking Training*” bagi karyawan, dan skala 6 menunjukkan tingginya tingkat efektifitas *employee training* khususnya “*Creative Thinking Training*” bagi karyawan di PT. Indofood.

### **3.8.2 Dependent Variable**

*Dependent variable* atau dapat juga disebut juga variabel yang terikat adalah proses *outcome* atau sebuah variabel yang dipengaruhi oleh *independent variable* atau sebab perubahan timbulnya variabel terikat (Zikmund et al, 2013). Dalam penelitian ini yang merupakan *dependent variable* atau variabel terikat adalah:

#### **3.8.2.1 Job Satisfaction**

Menurut Luthans (2005) dalam Karabati et al (2017) *job satisfaction* adalah kondisi emosional yang menyenangkan atau positif yang dihasilkan dari penilaian pekerjaan atau pengalaman kerja seseorang.

Variabel ini diukur dengan menggunakan skala *likert* 1 sampai dengan 6. Skala 1 menunjukkan rendahnya tingkat *job satisfaction* di PT. Indofood, dan skala 6 menunjukkan tingginya tingkat *job satisfaction* karyawan di PT. Indofood.

### **3.9 Teknik Pengolahan Analisis Data**

#### **3.9.1 Uji Instrumen**

Dalam penelitian diberbagai bidang seperti ilmu sosial 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. Terdapat dua jenis uji instrumen yaitu uji validitas dan uji reliabilitas (Ghozali, 2016).

Dalam melakukan *pre-test* dan *main-test* penelitian, peneliti menggunakan program IBM SPSS (*statistical package for the social sciences*) versi 23. IBM SPSS adalah sebuah *software* yang berfungsi untuk menganalisis data, melakukan perhitungan statistik baik untuk statistik parametrik maupun non-parametrik dengan basis *windows* (Ghozali, 2016).

#### **3.9.1.1 Uji Validitas**

Uji validitas digunakan untuk mengukur sah atau valid tidaknya suatu kuesioner sehingga suatu kuesioner dikatakan valid jika pertanyaan pada kuesioner dapat mengungkapkan sesuatu yang akan diukur oleh kuesioner tersebut (Ghozali, 2016). Dalam uji validitas, diperlukan analisis faktor, yaitu sebuah cara yang dilakukan untuk mengidentifikasi faktor yang menjelaskan korelasi dari serangkaian variabel, mengidentifikasi variabel – variabel baru yang lebih kecil

untuk menggantikan variabel yang tidak berkorelasi dari serangkaian variabel asli, dan mengidentifikasi variabel – variabel kecil yang menonjol. Alat uji yang digunakan untuk mengatur tingkat interkorelasi antar variabel dan dapat tidaknya dilakukan analisis faktor adalah:

1. *Kaiser-Meyer-Olkin Measure of Sampling Adequacy (KMO MSA)*. Nilai KMO bervariasi dari 0 hingga 1 dengan nilai yang dikehendaki harus  $\geq 0.50$  untuk dapat dilakukan analisis faktor Ghazali (2016)
2.  $\text{Sig} < 0,05$ . Nilai signifikan yang kurang dari 0,05 menunjukkan bahwa korelasi yang cukup antar variabel (Hair et al, 2010)
3. Nilai *Measurement of Sampling Adequacy (MSA)*  $\geq 0,5$ . *Measurement* variabel yang memiliki nilai  $\text{MSA} < 0,5$  harus dihilangkan dari perhitungan *factor analysis* satu per satu, dimulai dari variabel dengan nilai terendah (Hair et al, 2010).
4. *Factor loading* atau hasil dari *component matrix* harus memiliki nilai  $\geq 0,5$  (Hair et al, 2010)

Menurut Zikmund et al (2013), terdapat 4 pendekatan dasar untuk membangun validitas, yaitu:

1. *Face Validity*

Konten skala secara logis yang mencerminkan maksud dari apa yang diukur dalam penelitian.

## 2. *Content Validity*

Tingkat yang mengukur cakupan luasnya domain yang menarik. Apakah *item* menangkap seluruh ruang lingkup, dengan tidak melampaui apa yang akan diuji.

## 3. *Criterion Validity*

Kemampuan mengukur untuk berkorelasi dengan ukuran standar lain dari konstruksi yang serupa atau kriteria yang ditetapkan.

## 4. *Construct Validity*

*Construct validity* ada ketika ukuran yang dapat diandalkan mengukur dan benar – benar mewakili konsep yang unik.

Berdasarkan jenis – jenis validitas di atas, dalam penelitian ini peneliti menggunakan *construct validity*, di mana peneliti menguji seberapa kuat sebuah *measurement* mewakili suatu konsep atau variabel yang digunakan di penelitian.

### 3.9.1.2 Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas adalah sebuah alat untuk mengukur suatu kuesioner yang merupakan indikator dari variabel atau konstruk. Kuesioner dapat dikatakan handal atau reliabel apabila jawaban responden terhadap suatu pernyataan konsisten atau stabil dari waktu ke waktu (Ghozali, 2016). SPSS memberikan fasilitas untuk mengukur reliabilitas dengan uji statistik *cronbach alpha* di mana suatu konstruk atau variabel dapat dikatakan reliabel jika memberikan nilai *cronbach alpha*  $> 0.70$  (Ghozali, 2016).

### 3.9.2 Uji Asumsi Klasik

#### 3.9.2.1 Uji Multikolonieritas

Uji multikolonieritas digunakan 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*. Jika variabel independen saling berkorelasi, maka variabel – variabel ini tidak ortogonal. Variabel ortogonal adalah variabel independen yang nilai korelasi antar sesama variabel independen sama dengan nol. Dalam melihat terjadi atau tidaknya multikolonieritas, dapat dilihat dari nilai *tolerance* dan *variance inflation factor* (VIF). Nilai *tolerance* variabilitas variabel independen yang terpilih yang tidak dijelaskan oleh variabel independen lainnya. Oleh karena itu, nilai *tolerance* yang rendah sama dengan nilai VIF tinggi ( $VIF = 1/Tolerance$ ). Nilai yang umum dipakai untuk menunjukkan tidak adanya multikolonieritas adalah nilai *tolerance*  $> 0.10$  atau sama dengan nilai  $VIF < 10$  (Ghozali, 2016).

#### 3.9.2.2 Uji Heteroskedastisitas dan Uji Glejser

Uji Heteroskedastisitas memiliki tujuan untuk menguji apakah dalam model regresi terjadi ketidaksamaan *variance* dari residual satu pengamatan ke pengamatan lain. Apabila *variance* dari residual satu pengamatan ke pengamatan lain tetap, maka disebut homoskedastisitas, namun jika berbeda maka dapat disebut heteroskedastisitas. Model regresi yang baik adalah yang mengalami homoskedastisitas atau tidak terjadi heteroskedastisitas di grafik *scatterplot* (Ghozali, 2016)

Menurut Ghozali (2016), untuk mendeteksi adanya heteroskedastisitas atau tidak adalah dengan melihat grafik *scatterplot*. Terdapat dua dasar analisis dalam melihat grafik *scatterplot*, yaitu:

1. Jika di dalam grafik *scatterplot* menunjukkan titik – titik yang membentuk pola tertentu yang teratur (bergelombang, melebar kemudian menyempit), maka hal tersebut menyatakan telah terjadi heteroskedastisitas.
2. Jika tidak ada pola yang jelas, kemudian titik – titik menyebar di atas dan di bawah angka 0 pada sumbu Y, maka hal tersebut menyatakan tidak terjadi heteroskedastisitas.

Selain itu, heteroskedastisitas juga dapat dilihat dari hasil uji Glejser. Jika variabel independen signifikan secara statistik mempengaruhi variabel dependen, maka ada indikasi terjadi heteroskedastisitas. Hal ini dapat dilihat dari probabilitas signifikan di atas tingkat kepercayaan 5% maka dapat disimpulkan bahwa model regresi tidak mengandung adanya heteroskedastisitas. Namun, bila tingkat signifikansi di bawah 5%, maka ada gejala heteroskedastisitas (Ghozali, 2016).

### **3.9.2.3 Uji Normalitas**

Uji normalitas dilakukan untuk menguji apakah dalam model regresi, variabel pengganggu atau residual memiliki distribusi normal. Normalitas dapat dideteksi dengan melihat histogram dari residualnya. Diketahui bahwa uji t dan f mengasumsikan bahwa nilai residual mengikuti distribusi normal. Apabila asumsi ini dilanggar, maka uji statistik dinyatakan tidak valid untuk jumlah sampel kecil (Ghozali, 2016).

Pada uji normalitas, apabila data menyebar di sekitar garis diagonal dan mengikuti arah garis diagonal atau grafik histogramnya menunjukkan pola distribusi normal, maka model regresi dinyatakan memenuhi asumsi normalitas. Namun jika tampilan grafi histogram memberikan pola yang melenceng (*skewness*) atau menjauh dari garis diagonal, maka hal tersebut dinyatakan menyalahi asumsi normalitas (Ghozali, 2016).

### **3.9.3 Uji Model**

#### **3.9.3.1 Uji Koefisien Determinasi ( $R^2$ )**

Menurut Ghozali (2016) uji koefisien determinasi ( $R^2$ ) mengukur seberapa jauh kemampuan model dalam menerangkan variasi variabel dependen. Nilai koefisien determinasi adalah antara 0 dan 1. Apabila nilai  $R^2$  menunjukkan jumlah yang kecil, berarti kemampuan variabel – variabel independen dalam menjelaskan variasi variabel dependen sangat terbatas. Semakin nilai koefisien mendekati satu, berarti variabel – variabel independen memberikan hampir semua informasi yang dibutuhkan untuk memprediksi variasi variabel independen.

### **3.9.4 Uji Hipotesa**

#### **3.9.4.1 Uji Signifikan Parameter Individual (Uji Statistik T)**

Menurut Ghozali (2016), uji statistik t pada dasarnya menunjukkan seberapa jauh pengaruh satu variabel penjelas / independen secara individual dalam menerangkan variabel – variabel dependen. Hipotesis nol ( $H_0$ ) yang hendak diuji adalah apakah suatu parameter ( $\beta_i$ ) sama dengan nol atau:

$H_0 : b_i = 0$ , artinya apakah 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.

### 3.9.4.2 Analisis Regresi Berganda

Analisis regresi adalah studi tentang ketergantungan variabel dependen (terikat) dengan satu atau lebih variabel independen (bebas). Analisis regresi bertujuan untuk memprediksi rata – rata populasi atau nilai rata – rata variabel dependen berdasarkan nilai variabel independen yang diketahui. Hasil analisis regresi adalah berupa koefisien untuk masing – masing variabel independen (Ghozali, 2016).

Persamaan analisis regresi dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

$$Y_1 = a + b_1X_1 + b_2X_2 + b_3X_3 + e$$

Keterangan :

$Y_1 = \textit{Job satisfaction}$

$X_1 = \textit{Employee empowerment}$

$X_2 = \textit{Teamwork}$

$X_3 = \textit{Employee training}$

a = Konstanta

b = Koefisien Garis Regresi

e = *Error*

### 3.9.5 Tabel Operasional Variabel

**Tabel 3. 2 Tabel Operasional Variabel**

No.	Variabel Penelitian	Indikator	Skala Referensi	Jurnal Referensi
1.	<i>Employee empowerment</i> adalah pendelegasian wewenang dari pimpinan yang melibatkan semua karyawan dalam pengambilan keputusan, sehingga meningkatkan rasa bangga, harga diri, dan tanggung jawab para karyawan (Brown & Harvey, 2006)	1. Saya merasa kompeten untuk melakukan tugas yang diberikan pada posisi saya di PT. Indofood. 2. Saya merasa yakin dengan kemampuan saya dalam melakukan pekerjaan di PT. Indofood. 3. Saya memiliki wewenang untuk membuat keputusan di pekerjaan saya. 4. Atasan saya memberi kepercayaan kepada saya untuk membuat keputusan yang tepat dalam pekerjaan saya. 5. Saya memiliki kebebasan untuk menentukan bagaimana menyelesaikan pekerjaan saya di PT. Indofood.	<i>Likert Scale 1 - 6</i>	<i>Examining the Effects of Employee Empowerment, Teamwork, and Employee Training on Job Satisfaction, (Hanaysha &amp; Tahir, 2015)</i>

No.	Variabel Penelitian	Indikator	Skala Referensi	Jurnal Referensi
2.	<i>Teamwork</i> adalah ikatan emosional pada individu dalam situasi kelompok yang memotivasi setiap anggota tim untuk saling membantu dalam mencapai suatu tujuan, dan juga berpartisipasi dalam tanggung jawab pekerjaan (Ghorbanhosseini, 2013).	1. Saya memiliki rekan kerja yang selalu membantu saya dalam menyelesaikan pekerjaan. 2. Saya memiliki hubungan kerja yang baik dengan rekan kerja di divisi yang sama. 3. Saya dan rekan kerja saya saling menghormati satu sama lain. 4. Saya dan rekan kerja saya dalam satu divisi selalu bekerjasama dalam menyelesaikan pekerjaan. 5. Saya dan rekan kerja saya dalam satu divisi selalu memberi dukungan satu sama lain dalam menyelesaikan pekerjaan. 6. Saya dan rekan kerja saya dalam satu divisi selalu bekerja keras dalam menyelesaikan pekerjaan.	Likert Scale 1 - 6	<i>Examining the Effects of Employee Empowerment, Teamwork, and Employee Training on Job Satisfaction</i> , (Hanaysha & Tahir, 2015)

No.	Variabel Penelitian	Indikator	Skala Referensi	Jurnal Referensi
3.	<i>Employee training</i> adalah proses perancangan program pelatihan khusus untuk meningkatkan pengetahuan dan kemampuan karyawan, serta membantu karyawan untuk memperbaiki segala kekurangan agar dapat berkinerja dengan baik di perusahaan (Poh & Abd Hamid, 2001) dalam (Hanaysha & Tahir, 2015)	<p>1. PT. Indofood menyediakan pelatihan untuk menghadapi berbagai perubahan kebutuhan di lingkungan kerja.</p> <p>2. Pelatihan karyawan selalu mendapat perhatian dari PT. Indofood.</p> <p>3. Pengembangan karyawan selalu mendapat perhatian dari PT. Indofood.</p> <p>4. Secara keseluruhan, pelatihan “<i>Creative Thinking</i>” yang diselenggarakan PT. Indofood dapat diterapkan dalam pekerjaan sehari – hari di perusahaan.</p> <p>5. Secara keseluruhan, pelatihan yang diberikan oleh PT. Indofood memenuhi kebutuhan pekerjaan saya.</p> <p>6. Secara keseluruhan, saya merasa puas dengan pelatihan yang diberikan oleh PT. Indofood</p>	Likert Scale 1 - 6	<i>Examining the Effects of Employee Empowerment, Teamwork, and Employee Training on Job Satisfaction</i> , (Hanaysha & Tahir, 2015)

No.	Variabel Penelitian	Indikator	Skala Referensi	Jurnal Referensi	
4.	<i>Job satisfaction</i> adalah kondisi emosional yang menyenangkan atau positif yang dihasilkan dari penilaian pekerjaan atau pengalaman kerja seseorang (Luthans, 2005) dalam (Karabati et al, 2017)	1.	Saya menyukai pekerjaan yang saya lakukan di PT. Indofood.	Likert Scale 1 - 6	<i>Examining the Effects of Employee Empowerment, Teamwork, and Employee Training on Job satisfaction</i> , (Hanaysha & Tahir, 2015)
		2.	Saya merasa puas dengan penghasilan yang saya terima dari pekerjaan saya saat ini.		
		3.	Saya merasa bangga dapat bekerja di PT. Indofood.		
		4.	Secara keseluruhan, saya merasa puas dengan pekerjaan saya saat ini.		

