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

TRANS TV adalah sebuah stasiun televisi swasta nasional Indonesia yang dimiliki oleh Trans Media. Dengan moto "Milik Kita Bersama", stasiun televisi ini memiliki konsep yang tidak jauh berbeda dengan stasiun televisi swasta nasional lainnya. TRANS TV memperoleh izin siaran pada tanggal 1 Agustus 1998. TRANS TV mulai resmi disiarkan pada tanggan 10 November 2001 tetapi masih terhitung sebagai siaran percobaan. Di tanggal 15 Desember 2001 TRANS TV diresmikan oleh Presiden Megawati Soekarno putri dan pada tanggal tersebut juga TRANS TV memulai siaran secara resmi. (Data Primer,2016)

TRANS TV dimiliki pengusaha Chairul Tanjung lewat perusahaannya PT PARA INTI INVESTIDO, namun di tahun 2006 PT PARA INTI INVESTINDO berganti nama menjadi PT TRANS CORPORA atau TRANSCORP. TRANS TV sendiri sudah dapat disaksikan hampir di seluruh wilayah Indonesia. TRANS TV sendiri merupakan pencetus menggunakan tenaga kerja anak muda sebagai motor dari perusahaannya. Chairul Tanjung selaku pemilik dari TRANSCORP mengungkapkan bahwa anak muda adalah motor dari ide dan kreatifitas bagi perusahaannya (www.SWA.co.id) .

Analisis Pengaruh..., Kevi Wenza, FB UMN, 2017

3.1.1 Visi dan Misi PT. Trans Televisi

TRANS TV memiliki visi untuk menjadi stasiun televisi terbaik di Indonesia maupun di ASEAN, memberikan hasil positif bagi stakeholders, menyampaikan program – program berkualitas, berperilaku berdasarkan nilai-nilai moral dan budaya kerja yang dapat diterima oleh stakeholders serta mitra kerja, dan memberikan kontribusi dalam meningkatkan kesejahteraan serta kecerdasan masyarakat.

Misi TRANS TV adalah menjadi wadah gagasan dan aspirasi masyarakat untuk mencerdaskan serta mensejahterakan bangsa, memperkuat persatuan dan menumbuhkan nilai nilai demokrasi.(www.transtv.co.id)

3.1.2 Logo dan Slogan Perusahaan

Gambar 3.1 Logo TRANS TV

Sumber : www.transtv.co.id

Tanggal disiarkan : 10 November 2001

Tanggal diresmikan : 15 Desember 2001

Alamat : Jl. Kapten Tendean kav 12-14 A, Mampang prapatan, Jakarta selatan

Telp : 021-79177000

Fax : 021-79187721

Analisis Pengaruh..., Kevi Wenza, FB UMN, 2017

TRANS TV sendiri mengalami tiga kali perubahan dalam logonya, berikut adalah perubahan logo TRANS TV :

Gambar 3.2 Logo TRANS TV 2001

(2001)

Pada tahun 2001 TRANS TV untuk pertama kalinya siaran di Indonesia dengan logo yang berbentuk seperti berlian, yang menandakan keindahan dan keabadian. Kilauannya merefleksikan kehidupan adat istiadat dari berbagi pelosok daerah di Indonesia sebagai *symbol* kehidupan dan budaya masyarakat Indonesia yang beragam.

Gambar 3.3 Logo TRANS TV 2006

(2006)

Analisis Pengaruh..., Kevi Wenza, FB UMN, 2017

Pada tahun 2006 TRANS TV merubah logonya untuk pertama kalinya dengan bentuk logo yang sama dan memiliki nilai yang sama, namun logo ini menambahkan warna dengan maksud bahwa TRANS TV ingin memberikan semangat baru dan memberikan energi baru untuk masyarakat Indonesia.

Gambar 3.4 Logo TRANS TV 2013

(2013)

Untuk kedua kalinya TRANS TV merubah logo perusahaan mereka. Dengan tetap mengedepankan permata di logo sebelum sebelumnya, di tahun 2013 TRANS TV merubah secara total logo mereka tetapi unsur permata yang sebagai ciri khas TRANS TV tetap melekat pada tulisan di huruf "A" di logo baru tersebut. TRANS TV merubah logo mereka dengan bertujuan lebih modern dan lebih memberikan wawasan, gagasan dan kreatifitas terhadapt masyarakat Indonesia.

Tagline TRANS TV adalah "Milik Kita Bersama" dengan maksud bahwa stasiun televisi ini adalah stasiun televisi yang dimiliki oleh semua masyarakat Indonesia. TRANS TV merupakan satu satunya stasiun televisi yang pertama di Indonesia yang terlahir setelah masa orde baru, dengan menjunjung tinggi kesetaraan seluruh masyarakat Indonesia. Segmentasi penonton yang dituju oleh TRANS TV adalah fokus kepada keluarga Indonesia dengan format *general entertainment* dimana isi program lebih variatif dalam pembuatan acara cara dari pagi hari hingga malam hari. TRANS TV identik dengan selalu menayangkan program yang baru, berbeda, kreatif dan inovatif serta menjadi *trendstetter*.

Analisis Pengaruh..., Kevi Wenza, FB UMN, 2017

3.1.3 Lingkungan Perusahaan

TRANS TV berlokasi di Jl. Kepten Tendean kav 12-14 A, Mampang Prapatan, Jakarta Selatan. TRANS TV berada di 2 gedung TRANSCORP. TRANSCORP memiliki dua gedung, yaitu gedung Bank Mega dan gedung TRANS TV. Gedung bank mega sendiri lebih banyak berisi *staff* Bank Mega sendiri dan TRANS 7 namun ada sebagian karyawan TRANS TV yang bekerja di gedung ini yaitu bagian *finance* dan beberapa karyawan bagian *news.* Gedung TRANS TV sendiri didominasi oleh karyawan TRANS TV dari mulai program *news, production*, *human resource*, *talent management* dan sebagainya.

Gambar 3.5 Lobby Divisi News TRANS TV

Sumber Data Internal

Analisis Pengaruh..., Kevi Wenza, FB UMN, 2017

Berdasarkan Gambar 3.5 Adalah lantai 3 didalam gedung TRANS TV dimana mayoritas yang bekerja dilantai ini adalah karyawan karyawan TRANS TV yang bekerja di bagian divisi News. Dilantai ini juga para karyawan TRANS TV melakukan pekerjaan mulai dari membuat script, pengaturan schedule, pemilihan berita, VOA dan sampai tahap finishing sebelum produksi.

Sumber: Data Internal

Gambar 3.6 *Script room*

Pada Gambar 3.6 Adalah Script Room untuk divisi news, dimana di ruangan ini karyawan karyawan TRANS TV divisi news melakukan pembuatan script dan menentukan berita apa saja yang ditampilkan sampai proses

Analisis Pengaruh..., Kevi Wenza, FB UMN, 2017

Sumber: Data Internal

Gambar 3.7 *Ruangan kerja karyawan*

Pada gambar 3. Merupakan gambar ruangan karyawan TRANS TV yang mana biasanya karyawan karyawan TRANS TV berada di ruangan ini ketika melakukan brainstorming kepada karyawan lainnya terhadap suatu ide produksi ataupun disaat memikirkan sebuah ide untuk produksi yang akan dilakukan, dan juga biasanya karyawan TRANS TV berada di ruangan ini untuk sekedar browsing sesuatu.

Analisis Pengaruh..., Kevi Wenza, FB UMN, 2017

Sumber Data primer

Gambar 3.8 Ruangan VOA

Pada gambar 3.8 Merupakan ruangan VOA, VOA merupakan bagian penting ditahap suatu produksi karena VOA adalah suara narasi atau suara yang ditampilkan disaat produksi berlangsung baik secara live ataupun recording. Di ruangan ini para karyawan VOA TRANS TV biasanya berkumpul sebelum menunggu waktu recording mereka. Disaat menunggu proses recording mereka dilakukan, mereka biasanya akan membaca script yang sudah selesai dibuat jika menurut mereka ada sesuatu istilah ataupun perkataan yang sesuai biasanya mereka akan memberikan masukan kepada editor ataupun PA.

Analisis Pengaruh..., Kevi Wenza, FB UMN, 2017

Sumber : Data Internal

Gambar 3.9 Studio Utama TRANS TV

Pada gambar 3.9 Menunjukan studio utama yang dimiliki TRANS TV, dimana studio utama ini dapat menampung lebih dari 200 orang disaat melakukan suatu produksi. Studio utama ini kebanyakan digunakan untuk acara yang merupakan paling tinggi ratingnya dibandingkan program acara lainnya. Sebagai contoh YKS (Yuk Kita Sahur), program musik acara live, HUT TRANS TV ataupun HUT TRANS 7, Trio lestari dan lain sebagainya.

Analisis Pengaruh..., Kevi Wenza, FB UMN, 2017

Sumber Data Internal

Gambar 3.10 Studio Oval

Pada gambar 3.10 Merupakan studio oval, studio oval adalah studio kedua terbesar setelah studio utama. Nama asli studio oval adalah studio 2 namun karena studio ini berbentuk oval maka karyawan TRANS TV menyebut studio ini studio oval. Studio oval sendiri digunakan untuk acara Dr. OZ, Rumpi no secret dan lain sebagainya

Analisis Pengaruh..., Kevi Wenza, FB UMN, 2017

Sumber Data Internal

Gambar 3.11 Proses Shooting Studio Utama

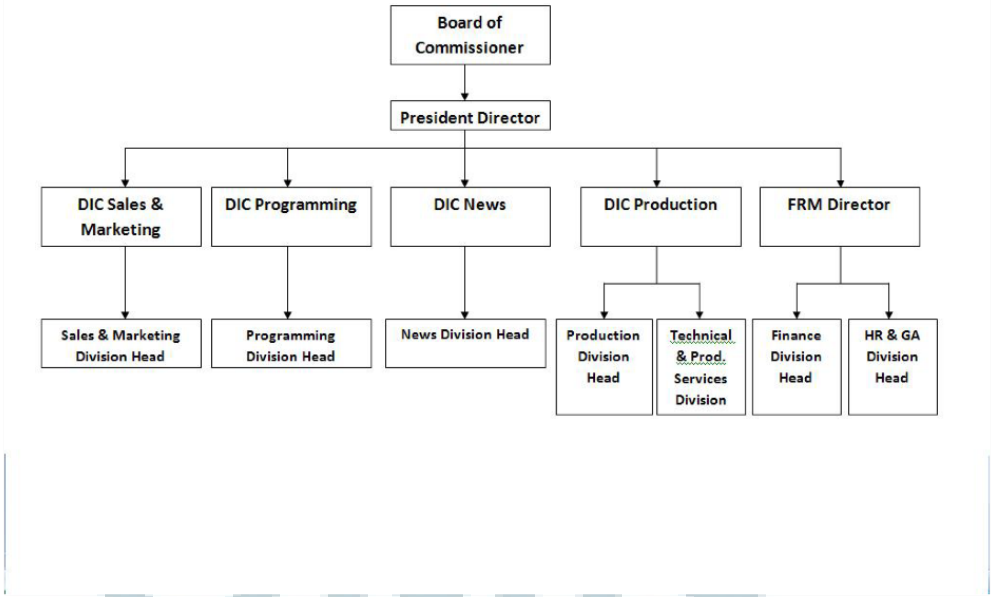
Pada gambar 3. Adalah proses Shooting YKS (Yuk Keep Smile) di studio utama, program acara ini dan YKS yang sebelumnya (Yuk Kita Sahur) adalah merupakan program acara yang paling berhasil yang pernah dialami TRANS TV disebabkan oleh tingginya rating acara ini.

Analisis Pengaruh..., Kevi Wenza, FB UMN, 2017

3.1.4 Struktur Organisasi

Gambar 3.12 Struktur Organisasi PT. Trans Televisi

Sumber Data Perusahaan



3.2 Desain Penelitian

3.2.1 Jenis Penelitian

Zikmund, Babin, Carr & Griffin (2013) membagi jenis penelitian menjadi 3, yaitu :

a. *Exploratory research* Merupakan penelitian yang dilakukan untuk memperjelas sebuah situasi atau mencari ide-ide potensial yang memungkinkan untuk peluang bisnis.
b. *Descriptive research* Merupakan penelitian yang mendeskripsikan karakteristik sebuah objek, orang, kelompok, organisasi atau lingkungan; mencoba "*paint a picture*" dari sebuah situasi yang diberikan. Metode pengambilan data dapat dilakukan dengan melakukan survei, panel, observasi, atau data sekunder kuantitatif.
c. *Casual research* Merupakan jenis penelitian yang mengijinkan inferensi kausal yang akan dibuat, berusaha untuk mengidentifikasi hubungan sebab dan akibat dimana metode pengambilan datanya dilakukan dengan eksperimen.

Penelitian ini menggunakan metode penelitian yakni *Descriptive research* karena adanya pelaksanaan pembagian kuesioner kepada para responden yang diisi secara langsung.

Analisis Pengaruh..., Kevi Wenza, FB UMN, 2017

3.3 Ruang Lingkup Penelitian

3.3.1 Target Populasi

Zikmund, Babin, Carr & Griffin (2013) mendefinisikan *population* sebagai sebuah kelompok dari sebuah entitas yang saling berbagi karakteristik yang sama. Target populasi adalah kumpulan dari elemen-elemen yang memiliki informasi yang dicari oleh peneliti sehingga sangat penting untuk dapat menetapkan target populasi secara tepat dari segi elemen, *sampling unit*, *extent*, serta *time frame* (Maholtra, 2012).

3.3.1.1 Sampling Unit

Sample Unit adalah suatu dasar yang mengandung unsur-unsur dari populasi untuk menjadi sampel (Malhotra,2012). *Sample unit* dalam penelitian ini adalah Generasi *Baby Boomers*, Generasi X dan Generasi Y yang bekerja di TRANS TV.

3.3.1.2 Extent

Batasan geografis dari penelitian ini adalah karyawan karyawan yang bekerja di TRANS TV.

3.3.1.3 Time Frame

Time frame mengacu pada jangka waktu yang dibutuhkan peneliti untuk mengumpukan data hingga mengolahnya (Malhotra, 2012). Penelitian ini dilakukan pada periode waktu mulai dari bulan September 2016 hingga bulan Januari 2017

Analisis Pengaruh..., Kevi Wenza, FB UMN, 2017

3.3.2 Sampling Technique

Zikmund, Babin, Carr, & Griffin (2013) membagi *sampling technique* menjadi 2 jenis, *yakni :*

1. *Probability sampling*

   Teknik sampling dimana semua anggota populasi memiliki kesempatan yang sama untuk dijadikan responden.

2. *Non Probability sampling*

   Teknik sampling dimana populasi tidak memiliki kesempatan yang sama untuk dijadikan responden, sampel dipilih berdasarkan penilaian dari peneliti itu sendiri.

   Terdapat 4 *sampling technique* di dalam *non probability sampling* yaitu:

   a. *Convenience sampling*, *sample* dipilih berdasarkan kenyamanan peneliti dalam mengambil sampel, biasanya memilih elemen yang sudah siap tersedia, dekat ataupun bersedia untuk berpartisipasi. Hal ini memungkinkan peneliti untuk dapat mengumpulkan sampel dengan biaya yang murah

   b. *Judgment sampling*, sample dipilih berdasarkan penilaian pribadi peneliti, didasari atas kepercayaan peneliti bahwa mereka bisa mendapatkan sampel yang *representative* melalui penilaian yang baik, logis dan masuk akal dalam mengumpulkan sampel sehingga dapat menghemat waktu dan biaya.

   c. *Snowball sampling*, teknik yang diawali dengan melakukan *interview* kepada para responden yang profilnya sesuai dengan subjek penelitian

Analisis Pengaruh..., Kevi Wenza, FB UMN, 2017

yang dibutuhkan. Kemudian mereka diminta untuk mereferensikan orang lain dengan karakterisitik yang serupa. Proses ini berlanjut sehingga menimbulkan efek yang disebut snowball.

d. *Quota sampling*, teknik sampling dimana terdapat jumlah atau ketentuan untuk sampel dari sebuah kelompok atau target populasi yang dibuthkan oleh peneliti.

Pada penelitian ini, peneliti menggunakan *non-probability sampling*, dimana *sampling technique* dari *non-probability sampling* yang digunakan oleh peneliti adalah *technique judgemental sampling* dan *snowball sampling*, dimana responden yang dipilih oleh peneliti berdasarkan penilaian yang sesuai dengan karakteristik sampel yang dibutuhkan dan kebutuhan responden yang dapat mereferensikan responden yang lainnya (zikmund et al, 2013)

3.3.3 *Sampling size*

Ukuran *sample* merupakan jumlah elemen yang diikutsertakan dalam penelitian (Malhotra, 2012). Dimana pada tahap *pretest* peneliti menggunakan sebanyak 15 responden dan untuk main-test peneliti akan menggunakan 80 responden.

3.4 Sumber Data

pengumpulan data penelitian terdapat 2 jenis data yaitu *primary data* dan *secondary data*. Dalam penelitian juga menggunakan *primary data* dan juga *secondary data* (Zikmund, Babin, Carr & Griffin, 2013).

Analisis Pengaruh..., Kevi Wenza, FB UMN, 2017

Primary data adalah sumber informasi yang diperoleh langsung oleh peneliti dengant tujuan khusus untuk menangani masalah yang dihadapi (Malhotra,2012). *Primary data* diperoleh dari hasil kuesioner yang akan disebarkan kepada responden atau pada target populasi yang dituju.

Secondary data merupakan data yang telah dikumpulkan sebelumnya untuk tujuan tertentu dan bukan dari tangan pertama (Malhotra, 2012). Peneliti memperoleh *secondary data* dari informasi yang diperoleh dari hasil *in-depth interview* dengan perusahaan PT TRANS TV, buku, jurnal penelitain dan artikel artikel di internet.

3.5 Metode Analisis

Setelah seluruh data variabel telah diperoleh, selanjutnya data tersebut akan diuji dengan menggunakan *software* dan alat-alat statistik. Pada penelitian ini, pengolahan data melalui *software* SPSS (*Statistical Package for Social Science version 23)* SmartPLS versi 2.

3.5.1 Uji Realibilitas dan Validitas

a. Uji Realibilitas

Uji Realibilitas adalah uji untuk mengetahui tingkat kehandalan dari sebuah penelitian. Uji reliabilitas adalah suatu alat ukur dengan menggunakan kuesioner yang merupakan indikator dari variabel (Malhotra, 2012). Tingkat kehandalan dilihat dari jawaban terhadap sebuah pernyataan dengan jawaban. Suatu variabel dapat dinyatakan reliabel, apabila *Cronbach Alpha* mempunyai nilai ≥ 0.6 (Malhotra, 2012).

Analisis Pengaruh..., Kevi Wenza, FB UMN, 2017

b. Uji Validitas

Uji Validitas digunakan untuk mengetahui valid tidaknya suatu indikator (Malhotra, 2012). Indikator dikatakan valid apabila pernyataan pada kuesionaer dapat mengungkapkan suatu indikator variabel tersebut. Semakin tinggi validitas, maka semakin mencerminkan tingkat validitas sebuah indikator. Jadi validitas mengukur apakah pernyataan dalam kuesioner yang diberikan telah sesuai dengan indikator yang akan diukur. 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 mengidentifikasikan bahwa analisis faktor telah memadai, sedangkan ilia KMO < 0.5 mengidentifikasikan analisis faktor tidak memadai (Ghozali, 2013, p.58).

- *Anti Image Matrices*

  Digunakan 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 dapat diprediksi tanpa kesalahan oleh variabel lain.

Analisis Pengaruh..., Kevi Wenza, FB UMN, 2017

- Nilai MSA ≥ 0.5: Menandakan bahwa variabel masih dapat diprediksi dan dapat dianalisis lebih lanjut.
- Nilai MSA < 0.5: Menandakan bahwa variabel tidak dapat dianalisis lebih lanjut. Perlu dikatakan pengulangan perhitungan analisis faktor dengan mengeluarkan indikator yang memiliki nilai MSA < 0.5.
- Factor Loading: hasil komponen matriks memiliki nilai > 0.5 (Hair, Back, Babin & Anderson, 2010, p.117).

3.5.2 Uji Asumsi Klasik

a. Uji Multikolonieritas

Tujuan dari uji multikolonieritas adalah untuk menguji apakah dalam model regresi ditemukan adanya korelasi antar variable independen. Model regresi yang baik, seharusnya tidak terjadi korelasi di antara variable independen (Ghozali, 2013, p.105). Nilai *Cutoff* yang umum dipakai untuk menunjukan adanya multikolonieritas adalah nilai toleransi ≤ 0.10 atau sama dengan nilai *variance inflation factor* ≥ 10 (Ghozali, 2013, p.106)

b. Uji Normalitas

Uji normalitas merupakan uji yang bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi, variabel penggangu memiliki distribusi normal. Seperti diketahui bahwa uji T dan F mengasumsikan bahwa nilai residual mengikuti distribusi normal. Jika asumsi ini dilanggar, maka uji statistik menjadi tidak valid untuk jumlah sampel kecil. Untuk mendeteksi apakah residual berdistribusi normal atau tidak yaitu dengan analisis grafik dan uji statistik (Ghozali, 2013). Uji statistik yang

Analisis Pengaruh..., Kevi Wenza, FB UMN, 2017

digunakan dalam penelitian ini untuk menguji normalitas residual adalah uji statistik non-parametrik *Kolmogorov-Smirnov* (K-S).

c. Uji Autokorelasi

Uji autokorelasi bertujuan menguji apakah dalam model regresi linear ada korelasi antara kesalahan penggangu pada periode T dengan kesalahan pengganggu pada periode T-1. Jika terjadi korelasi, maka dinamakan ada problem autokorelasi. Autokorelasi muncul karena observasi yang berurutan sepanjang waktu berkaitan satu sama lainnya. Model regresi yang baik adalah regresi yang bebas dari autokorelasi (Ghozali, 2013). Ada beberapa cara yang dapat digunakan untuk mendeteksi ada atau tidaknya autokorelasi. Dalam penelitian ini digunakan uji *Durbin-Watso*n (DW *test*). Uji *Durbin – Watson* hanya digunakan untuk autokorelasi tingkat satu (*First Order Autocorrelation*) dan mensyaratkan adanya *intercept* (konstanta) dalam model regresi dan tidak ada variabel lagi diantara variabel independen.

d. Uji Heteroskedastisitas

Uji Heteroskedastisitas merupakan uji yang bertujua untuk menguji apakah dalam model regresi terjadi ketidaksamaan *variance* dari residual satu pengamatan ke pengamatan yang lain. Jika *variance* tetap, maka disebut Homoskedastisitas, jika berbeda maka akan disebut Heteroskedastisitas. Model regresi yang bisa dikatakan baik adlah Homoskedastisitas. Kebanyakan data *Cross Section* mengandung situasi Heteroskedastisitas karena data ini menghimpun data yang mewakili berbagai ukuran (Ghozali, 2011:139)

Analisis Pengaruh..., Kevi Wenza, FB UMN, 2017

e. Koefisien Determinasi (R2)

Koefisien Determinasi (R2) mengukur seberapa jauh kemampuan model dalam menerangkan variasi variabel dependen. Nilai koefisien determinasi adalah 52, antara 0 dan 1. Nilai R2 yang kecil berarti kemampuan variable-variabel independen dalam menjelaskan variasi variable independen memberikan hamper semua informasi yang dibutuhkan untuk memprediksi variasi variabel dependen (Ghozali, 2011).

3.5.3 Uji Hipotesis

a. Uji Signifikan Parameter Individual (Uji Statistik t)

Uji statistik t pada dasarnya untuk menunjukan seberapa jauh pengaruh satu variabel independen dalam menerangkan variabel dependen.(Ghozali,2011)

b. Uji Signifikansi Simultan (Uji Statistik f)

Uji statistik f pada dasarnya untuk menunjukan apakaj semua variabel independen atau bebas yang dimasukan dalam model mempunyai pengaruh secara bersama terhadap variabel dependen (Ghozali,2011)

Analisis Pengaruh..., Kevi Wenza, FB UMN, 2017

3.6 Tabel Operasionalisasi Penelitian

Tabel 3.1 Definisi Operasional Variabel

No.	Variabel Penelitian	Dimensi	Indikator	Sumber	Skala
1.	***Workplace Fun*** *Attitudes Towards Workplace Fun* adalah fungsi dari kepercayaan umum tentang pekerjaan dan kesenangan, yang mungkin dibentuk oleh faktor-faktor seperti pengalaman kerja sebelumnya, etika kerja,	***Appropriateness*** Menilai Sejauh mana seorang individual memiliki pandangan dalam seberapa pantasnya karyawan bersenang-senang pada tempat kerja.	1. Bercanda dan tertawa saat bekerja itu merupakan tindakan yang tidak dewasa 2. Waktu bekerja adalah saatnya untuk bekerja dan waktu tidak bekerja adalah waktunya untuk bersenang senang 3. Bersenang senang dan bekerja dengan baik adalah prestasi yang berbeda	Karl et al (2005)	Likert 1-7 (Skala likert adalah salah satu alat bantu yang paling banyak digunakan untuk marketing research

Analisis Pengaruh..., Kevi Wenza, FB UMN, 2017

No.	Variabel Penelitian	Dimensi	Indikator	Sumber	Skala
	pengaruh teman kerja, dan karakteristik kepribadian (Aldag & Sherony, 2001)		4. Disaat saya bermain, saya tidak mungkin dapat bekerja		dan commercial, skala likert digunakan untuk menerima informasi tentang berbagai macam fenomena (John

Analisis Pengaruh..., Kevi Wenza, FB UMN, 2017

No.	Variabel Penelitian	Dimensi	Indikator	Sumber	Skala
					Dawes, 2008)
		Salience Menilai sejauh mana seorang individual memiliki pandangan dalam seberapa penting adanya tempat kerja yang	1. Bersenang-senang saat bekerja sangat penting untuk saya 2. Jika pekerjaan saya sudah tidak menyenangkan, saya akan mencari pekerjaan yang lain 3. Saya lebih menyukai bekerja dengan orang-orang yang menyenangkan	Karl et al (2005)	

Analisis Pengaruh..., Kevi Wenza, FB UMN, 2017

No.	Variabel Penelitian	Dimensi	Indikator	Sumber	Skala
		menyenangkan bagi mereka.	4. Saya tidak berharap bekerja itu menyenangkan, Oleh karena itu disebutnya sebagai pekerjaan		
			5. Merasakan hiburan di tempat kerja itu tidak penting bagi saya		
		Percieved Consequences Menilai sejauh mana seorang individual memiliki pandangan dalam seberapa besar	1. Bersenang-senang di tempat kerja dapat meningkatkan hubungan antar pribadi	Karl et al (2005)	
			2. Bersenang-senang di tempat kerja bisa mengurangi tingkat stress		

No.	Variabel Penelitian	Dimensi	Indikator	Sumber	Skala
		dampak dan akibat dari adanya tempat kerja yang menyenangkan.	3. Ketika bekerja menjadi menyenangkan saya akan bekerja lebih rajin		
			4. Perusahaan yang tidak mempunyai perasaan “sense of humor” cenderung memiliki karyawan yang kecewa		
			5. Ketika saya bersenang-senang , saya akan lalai atau mengabaikan pekerjaan saya		

Analisis Pengaruh..., Kevi Wenza, FB UMN, 2017

No.	Variabel Penelitian	Dimensi	Indikator	Sumber	Skala
			6. Karyawan yang memiliki sifat menyenangkan cenderung dapat bekerja sama dengan baik		
	Attitides Towards Generation Diffences *Generation Differences* adalah sekelompok individu yang memiliki kelompok usia tertentu yang berbeda yang lahir		1. Saya terbuka terhadap perubahan	Egri and Ralston (2004)	Likert 1-7
			2. Saya mempunyai kemauan untuk meningkatkan diri saya		
			3. Saya adalah orang yang beranggapan menjaga		

Analisis Pengaruh..., Kevi Wenza, FB UMN, 2017

No.	Variabel Penelitian	Dimensi	Indikator	Sumber	Skala
	saat perbedaan politik dan momen sosial, mereka akan mengembangkan nilai unik, kepercayaan sistem dan kepribadian mereka (MacManus, 1997; Strauss and Howe, 1991).		lingkungan untuk masa depan yang lebih baik 4. Saya suka mempelajari hal hal yang sulit dipahami orang lain		
3.	***Performance Outcomes*** *Performance Outcomes* adalah *Framework* untuk mengukur *individual*	***Task performance*** *Task performance* didefinisikan sebagai	1. Saya cukup menyelesaikan tugas yang diberikan 2. Saya dapat memenuhi tnggung jawab yang diberikan	William and Anderson (1991)	Likert 1-7

Analisis Pengaruh..., Kevi Wenza, FB UMN, 2017

No.	Variabel Penelitian	Dimensi	Indikator	Sumber	Skala
	outcomes yang terdiri atas 2 dimensi yaitu *Task Performance* dan *Job Satisfaction* sebagai hasil interakasi dengan *Workplace Fun* (Karl & Peluchette,2006)	perilaku yang bisa merubah materi mentah menjadi barang dan jasa, atau mendukung perubahan aktifitas aktifitas untuk membuat mereka	3. Saya dapat diharapkan melakukan tugas yang diberikan 4. Saya sudah memenuhi standart kinerja yang sudah ditetapkan TRANS TV 5. Saya mengikuti kegiatan kegiatan yang dapat mempengaruhi kinerja saya		

Analisis Pengaruh..., Kevi Wenza, FB UMN, 2017

No.	Variabel Penelitian	Dimensi	Indikator	Sumber	Skala
		efesien dan efektif (Motowidlo et al, 1997)	6. Saya mengabaikan pekerjaan yang seharusnya saya lakukan		
		Job Satisfaction Robbins dan Judge (2013:108) secara spesifik	1. Jika nilai perusahaan ini berbeda, saya tidak akan terikat dengan perusahaan ini	Williams and Anderson (1991)	Likert 1-7
			2. Setelah saya bergabung dengan perusahaan ini, nilai diri saya		

No.	Variabel Penelitian	Dimensi	Indikator	Sumber	Skala
		mendeskripsikan kepuasan kerja sebagai perasaan positif seseorang atas pekerjaannya yang diperoleh dari suatu evaluasi terhadap karakteriskik kepuasan itu sendiri.	dengan semua anggota perusahaan ini menjadi mirip		
			3. Alasan saya memilih perusahaan ini dari perusahaan yang lain, karena nilai nilai yang diterapkan perusahaan ini		
			4. Apa yang menjadi dasar bagi perusahaan ini merupakan hal penting untuk saya		
			5. Saya bangga untuk memberi tahu orang lain bahwa saya adalah bagian dari perusahaan ini		

Analisis Pengaruh..., Kevi Wenza, FB UMN, 2017

No.	Variabel Penelitian	Dimensi	Indikator	Sumber	Skala
			6. Saya membicarakan ini kepada teman saya bahwa tempat kerja saya ini adalah tempat kerja yang hebat dalam bekerja		
			7. Saya lebih merasa menjadi seperti "*owner*" dari perusahaan ini dibandingkan menjadi karyawan perusahaan ini 8. Saya akan bekerja lebih keras jika mendapatkan reward		
			9. Seberapa banyak reward yang ingin saya dapatkan dapat diukur		

Analisis Pengaruh..., Kevi Wenza, FB UMN, 2017

No.	Variabel Penelitian	Dimensi	Indikator	Sumber	Skala
			dengan seberapa keras saya bekerja		
			10. Pandangan pribadi saya terhadap perusahaain ini berbeda dengan pandangan yang saya beritahukan kepada orang lain tentang perusahaan ini 11. Penting untuk saya bersikap dengan benar di perusahaan agar saya mendapatkan reward		

Analisis Pengaruh..., Kevi Wenza, FB UMN, 2017