

BAB III

METODOLOGI PENELITIAN

3.1 Gambaran Umum Objek Penelitian

3.1.1 Sejarah singkat PT XYZ

PT XYZ didirikan pada tahun 1991 dengan lokasi di Sudirman, Jakarta Selatan yang bergerak pada distribusi dan pemasaran produk konsumen yang difokuskan ke segmen retail kelas seperti *department store* dan toko khusus di kota-kota besar di Indonesia untuk produk konsumen (*consumer goods*) yang berfokus pada gaya hidup berkualitas tinggi. PT XYZ menjual ke lebih dari 100 toko di kota-kota besar di Indonesia dan memiliki ruang lantai khusus di semua *department store* dan supermarket untuk masing-masing merek.

PT XYZ memiliki komitmen untuk meningkatkan pengalaman hidup di rumah atau *home living experience* bagi masyarakat Indonesia. Jenis produk yang di distribusikan PT XYZ seperti peralatan rumah tangga, peralatan masak, barang pecah belah halus, perak, pemotong, barang pecah belah, peralatan dapur, pendingin komersial dan bisnis layanan dasar lainnya. Pada awal tahun 2009, PT XYZ memperluas portofolionya ke dalam kategori *fashion* dengan fokus pada tas, sepatu, dan aksesoris *fashion* lain yang berkualitas tinggi, bergaya, terjangkau dari merek-merek global yang ternama.

Pengalaman PT XYZ yang sudah lebih dari 20 tahun pengalaman menjadikan PT XYZ adalah organisasi yang sangat stabil di bawah manajemen senior. PT XYZ memiliki hubungan yang sangat baik dengan pelanggan retail, ditambah tim penjualan yang berpengalaman menangani pelanggan korporat dan *Business to Business* (B2B). PT XYZ termasuk perusahaan afiliasi perusahaan TOTO sehingga memiliki prospek proyek yang sangat baik. Merek – merek produk yang di distribusikan oleh PT XYZ untuk peralatan rumah tangga seperti Le Metier, Royal Albert, Serena, dan Wedgwood. Untuk peralatan dapur seperti Tefal dan Mondial. Untuk produk gaya hidup seperti Jansport, Homethecary, dan ButterflyTwists.

3.1.2 Visi dan Misi PT XYZ

1. Visi PT XYZ

Making life worth living.

2. Misi PT XYZ

Untuk menyediakan:

- a. Produk berkualitas tinggi untuk pasar Indonesia.
- b. Layanan adaptif dengan sifat dinamis dari kondisi bisnis pasar.
lokal.
- c. Distribusi barang yang mudah dijangkau.

3.1.3 Core Value PT XYZ

PT XYZ memiliki lima *core value* dalam menjalani pengoperasian perusahaan yang disebut sebagai PATHS, yaitu:

a. *Passion*

Memiliki motivasi dan semangat yang tinggi dalam menjalankan pekerjaan dan untuk pengembangan diri.

b. *Achievement*

Bekerja secara efektif dan efisien, mampu mencapai kinerja terbaik, dan menjadi inovatif untuk terus mendukung pertumbuhan individu dan perusahaan.

c. *Teamwork*

Berkolaborasi dan mensinergikan peran serta kemampuan individu dan tim untuk mencapai tujuan perusahaan.

d. *Honesty*

Mematuhi peraturan dan ketentuan perusahaan yang berlaku, mengembangkan dan memelihara integritas kepada pihak internal dan eksternal.

e. *Service*

Memberikan layanan, solusi, dan kontribusi kepada pelanggan internal dan eksternal secara profesional, efektif, dan efisien serta mengutamakan kepuasan pelanggan.

3.2 Desain Penelitian

Menurut Zikmund *et al.* (2013) *research design* adalah *master plan* yang menspesifikasikan metode dan prosedur untuk mengumpulkan dan menganalisis informasi yang dibutuhkan. *Research design* menyediakan *framework* atau *plan of action* untuk penelitian.

3.2.1 *Research Data*

Menurut Cooper dan Schindler (2014) sumber informasi data terbagi menjadi tiga tingkatan:

1. *Primary Sources*

Merupakan karya asli penelitian atau data mentah tanpa interpretasi yang mewakili pendapat atau posisi resmi. *Primary source* termasuk sumber seperti surat atau memo, wawancara atau pidato dalam bentuk transkrip video, audio maupun tulisan), peraturan hukum, keputusan atas pengadilan, dan serta data pemerintah seperti sensus, perekonomian, dan data ketenagakerjaan.

2. *Secondary Sources*

Merupakan interpretasi dari data primer. Sumber informasi sekunder termasuk sumber seperti ensiklopedia, buku, majalah dan artikel surat kabar, dan siaran berita.

3. *Tertiary Sources*

Merupakan interpretasi dari sumber sekunder tetapi umumnya diwakili oleh indeks, bibliografi, dan alat bantu pencarian lainnya misalnya mesin pencari internet.

Sumber yang digunakan dalam penelitian ini adalah *primary data* dan *secondary data*. Pengumpulan *primary data* dilakukan dengan *in-depth interview* karyawan dan penyebaran kuesioner kepada responden.

In-depth interview dilakukan oleh peneliti kepada sembilan responden karyawan di perusahaan dengan kriteria karyawan tetap dengan minimal bekerja lima tahun. Tujuan dilakukannya *in-depth interview* adalah untuk menggali fenomena yang terjadi di objek penelitian dengan variabel *perceived organizational support*, *proactive personality*, *meaning of work*, dan *employee creativity*. Sedangkan untuk *secondary data* peneliti menggunakan jurnal, artikel, dan buku secara fisik ataupun secara *online* seperti *e-book*.

3.2.2 Metode Penelitian

Zikmund *et al.* (2013) menyatakan bahwa terdapat dua metode penelitian:

1. *Qualitative Research*

Penelitian yang membahas tujuan melalui pemberian teknik interpretasi yang rumit mengenai fenomena yang terjadi dan tidak bergantung pada pengukuran numerik.

2. *Quantitative Research*

Penelitian yang membahas tujuan melalui penilaian empiris yang melibatkan pengukuran numerik dan pendekatan analisis.

Cooper dan Schindler (2014) membagi penelitian menjadi tiga kelompok, yaitu:

1. *Exploratory Research*

Penelitian yang sangat berguna ketika para peneliti tidak memiliki gagasan yang jelas tentang masalah yang akan mereka temui

selama penelitian. Dalam *exploratory research*, peneliti melakukan pengembangan lebih untuk konsep, penetapan prioritas, pengembangan operasional, dan desain penelitian akhir ditingkatkan.

2. *Descriptive Research*

Penelitian yang lebih formal dan terstruktur dengan hipotesis yang dinyatakan dengan jelas atau pertanyaan investigasi. Digunakan untuk menggambarkan fenomena yang terkait dengan populasi subjek atau untuk menentukan proporsi populasi yang memiliki karakteristik tertentu.

3. *Causal Research*

Penelitian yang berusaha menemukan efek yang dimiliki suatu variabel terhadap variabel lain (atau lainnya) atau mengapa hasil tertentu diperoleh. Konsep kausalitas didasarkan pada logika pengujian hipotesis, yang, pada gilirannya, menghasilkan kesimpulan induktif.

Metode penelitian yang digunakan peneliti dalam penelitian ini adalah *quantitative research* karena adanya pengukuran numerik dan jenis penelitian yang digunakan adalah *descriptive research* karena penelitian ini menggambarkan objek yang terkait dengan fenomena yang memiliki karakteristik tertentu yaitu karyawan yang bekerja di PT XYZ.

3.3 Ruang Lingkup Penelitian

3.3.1 Target Populasi

Menurut Cooper dan Schindler (2014) populasi merupakan kumpulan total elemen yang ingin dibuat menjadi kesimpulan. Target populasi dapat terlihat dari masalah manajemen atau pertanyaan penelitian yang diajukan. Target populasi dari penelitian ini adalah seluruh karyawan yang bekerja di PT XYZ.

Menurut Cooper dan Schindler (2014) sampel merupakan proses memilih beberapa elemen dalam suatu populasi yang ada kemudian dapat menarik sebuah kesimpulan tentang seluruh populasi tersebut. Target sampel dalam penelitian ini adalah karyawan PT XYZ yang memiliki status karyawan tetap dan dengan lama kerja minimal lima tahun yang bekerja di departemen *marketing, human resource & general affair, accounting, audit, e-commerce, dan support*.

3.3.2 Sampling Techniques

Menurut Cooper dan Schindler (2014) terdapat dua cara dalam pengambilan sampel, yaitu:

3.3.2.1 Probability Sampling

Cooper dan Schindler (2014) mendefinisikan *probability sampling* bahwa seberapa besar sampel seharusnya merupakan fungsi dari variasi dalam parameter

populasi yang diteliti dan ketepatan estimasi yang dibutuhkan oleh peneliti. Dengan *probability sampling*, seorang peneliti dapat membuat estimasi keyakinan berbasis probabilitas dari berbagai parameter yang tidak dapat dibuat dengan sampel non probabilitas. Cooper dan Schindler (2014) membagi *probability sampling* menjadi beberapa teknik, yaitu:

1. *Simple Random Sampling*

Merupakan teknik dimana setiap elemen populasi memiliki peluang yang sama untuk dipilih ke dalam sampel.

2. *Systematic Sampling*

Merupakan teknik memilih elemen populasi di awal dengan acak, dan mengikuti interval pengambilan sampel dalam memilih setiap elemen.

3. *Stratified Sampling*

Teknik proses dimana membagi populasi menjadi sub-populasi atau strata dan menggunakan pengacakan sederhana pada setiap strata.

4. *Proportionate Stratified Sampling*

Teknik setiap strata diwakili dengan benar sehingga ukuran sampel yang diambil dari strata sebanding dengan bagian strata dari total populasi.

5. *Disproportionate Stratified Sampling*

Teknik dimana setiap stratifikasi yang berasal dari hubungan proporsional.

6. *Cluster Sampling*

Teknik membagi populasi menjadi beberapa sub-kelompok yang heterogen secara internal.

7. *Double Sampling*

Teknik proses mencakup pengumpulan data dari sampel menggunakan teknik yang sebelumnya ditentukan berdasarkan informasi yang ditemukan, subsampel dipilih untuk studi lebih lanjut.

3.3.2.2 *Non-probability Sampling*

Cooper dan Schindler (2014) mendefinisikan bahwa *non-probability sampling* menggunakan pendekatan subjektif dimana probabilitas pemilihan elemen populasi tidak diketahui. Ada berbagai cara untuk memilih objek atau kasus untuk dimasukkan dalam sampel. Schindler (2014) membagi *non-probability sampling* menjadi beberapa teknik, yaitu:

1. *Convenience Sampling*

Teknik dimana peneliti memiliki kebebasan untuk memilih responden siapa pun yang mereka temukan. *Sampling* ini

adalah desain yang paling termurah dan termudah untuk dilakukan.

2. *Judgement Sampling*

Teknik dimana ketika seorang peneliti memilih anggota sampel untuk memenuhi beberapa kriteria.

3. *Quota Sampling*

Teknik karakteristik yang relevan menggambarkan dimensi populasi. Subjek dipilih untuk menyesuaikan dengan langkah-langkah pengukuran tertentu yang mengamankan populasi yang representatif.

4. *Snowball Sampling*

Teknik dimana didapatkan melalui jaringan referensi untuk menjangkau responden yang sulit ditemukan.

Dalam penelitian ini, peneliti menggunakan teknik pengambilan sample *non-probability sampling* yang dimana sampel menggunakan pendekatan subjektif yang probabilitas pemilihan elemen populasi tidak diketahui karena peneliti tidak memiliki akses untuk mendapatkan data kebutuhan responden sehingga peneliti memilih didasarkan penilaian peneliti. Lebih dalam peneliti menggunakan teknik *judgmental sampling*, karena sampel yang dipilih didasari oleh kriteria dan sampel harus memenuhi kriteria tersebut. Dalam penelitian ini, kriteria yang dimaksud adalah karyawan PT XYZ yang memiliki status karyawan tetap dengan

lama kerja minimal lima tahun yang bekerja di divisi *marketing, human resource & general affair, accounting, audit, e-commerce, dan support.*

3.3.3 Sampling Size

Hair *et al.* (2014) menyatakan bahwa penentuan jumlah sampel disesuaikan dengan jumlah pertanyaan yang ada pada kuesioner, dengan mengasumsikan $n \times 5$ observasi per variabel. Oleh karena itu, dengan jumlah pernyataan sebanyak 25 di penelitian ini maka dapat ditentukan bahwa jumlah sampel minimum yang akan diambil dalam penelitian ini adalah sebanyak minimal 125 responden ($25 \times 5 = 125$).

3.4 Teknik Pengumpulan Data

3.4.1 Sumber dan Cara Pengumpulan Data

Dalam penelitian ini menggunakan dua cara pengumpulan data yaitu *primary data* dan *secondary data*, berikut penjelasan menurut Cooper dan Schindler (2014) :

1. *Primary Data* merupakan data mentah penelitian yang mewakili pendapat atau posisi resmi dan belum diinterpretasi. *Primary data* yang digunakan adalah data hasil penyebaran kuesioner di perusahaan dan hasil *in-depth interview* karyawan. *In-depth interview* dilakukan oleh peneliti kepada sembilan responden karyawan di perusahaan. Tujuan dilakukannya *in-depth interview* adalah untuk menggali fenomena yang terjadi di objek penelitian

dengan variabel *perceived organizational support*, *proactive personality*, *meaning of work*, dan *employee creativity*.

2. *Secondary Data* merupakan interpretasi dari data primer. *Secondary data* yang peneliti gunakan adalah dari berbagai sumber seperti jurnal, artikel, dan buku secara fisik ataupun secara *online* seperti *e-book*.

3.4.2 Metode Pengumpulan Data

Menurut Zikmund *et al.* (2013) metode pengumpulan data terbagi menjadi dua, yaitu:

1. *Observation Research*

Adalah proses sistematis dalam mengamati pola perilaku orang, objek, dan kejadian yang disaksikan langsung.

2. *Survey Research*

Adalah metode pengumpulan data primer berdasarkan komunikasi dengan sampel individu yang mewakili melalui *e-mail*, telepon, online, atau *face-to-face*.

Berdasarkan metode diatas, peneliti menggunakan metode *survey research* yaitu dengan melakukan *in-depth interview* pada sembilan karyawan di departemen *marketing*, *human resource & general affair*, *accounting*, *audit*, *e-commerce*, dan *support* di PT XYZ. Peneliti juga menyebarkan kuesioner secara *online* untuk mendapatkan data yang dibutuhkan.

3.5 Periode Penelitian

Periode pengisian kuesioner untuk *pretest* dilakukan pada bulan November 2020. *Pre-test* ini dilakukan bertujuan untuk menguji validitas dan reliabilitas variabel yang telah peneliti pilih dalam penelitian ini. Jumlah responden pada *pre-test* ini adalah sebanyak 30 responden. Adapun kriteria dari responden *pre-test* adalah karyawan tetap yang bekerja *full time* dengan lama bekerja minimal lima tahun di perusahaan. Sedangkan periode penyebaran dan pengumpulan kuesioner *main-test* mulai dilakukan pada tanggal 11 Desember 2020 dengan jumlah responden sebanyak 126 karyawan tetap PT XYZ.

3.6 Skala Penelitian

Dalam kuesioner ini menggunakan skala pengukuran *likert*. Skala *likert* merupakan pengukuran yang berisi pernyataan tentang sikap menguntungkan (setuju) atau tidak menguntungkan (tidak setuju) terhadap objek yang diteliti. Responden diminta untuk mengisi setiap pernyataan setuju atau tidak setuju (Cooper dan Schindler, 2014). Dalam penelitian ini, menggunakan skala likert 1-5. Berikut adalah penjabaran dari skala *likert* yang peneliti gunakan dalam penelitian ini:

Tabel 3.1 Tabel Skala Pengukuran *Likert*

Keterangan	Skala
Sangat Tidak Setuju	1
Tidak Setuju	2
Netral	3

Setuju	4
Sangat Setuju	5

Sumber: Pengolahan Data Primer, 2020

3.7 Definisi Operasional Variabel

Variabel menurut Cooper dan Schindler (2014) adalah sebagai sinonim untuk konstruk, atau properti yang sedang dipelajari. Variabel merupakan simbol dari suatu peristiwa, tindakan, karakteristik, sifat, atau atribut yang dapat diukur dan bisa menetapkan nilai. Variabel dalam penelitian ini terbagi menjadi dua yaitu *independent variable* (variabel bebas) dan *dependent variable* (variabel terikat).

3.7.1 *Independent Variable*

Independent variable adalah variabel penyebab perubahan yang mempengaruhi dalam *dependent variable* (Hair *et al.*, 2014). Pada penelitian ini, yang menjadi *independent variable* adalah sebagai berikut:

1. *Perceived Organizational Support*

Menurut Robbins dan Coutler (2012) bahwa *perceived organizational support* merupakan keyakinan karyawan bahwa organisasi mereka menghargai kontribusi mereka dan peduli dengan kesejahteraan mereka sehingga komitmen organisasi kepada karyawan dapat bermanfaat

Variabel *perceived organizational support* ini diukur dengan skala *likert* 1 sampai 5. Skala 1 menunjukkan rendahnya tingkat *perceived organizational support*, dan skala

5 menunjukkan tingginya tingkat *perceived organizational support* di PT XYZ.

2. *Proactive Personality*

Menurut Crant (1996) dalam Jawahar & Liu (2016) bahwa *proactive personality* adalah kepribadian individu dalam mengidentifikasi peluang dan menindaklanjutinya, menunjukkan inisiatif, dan bertahan sampai mereka berhasil.

Variabel *proactive personality* ini diukur dengan menggunakan skala *likert* 1 sampai 5. Skala 1 menunjukkan rendahnya tingkat *proactive personality* pada karyawan, dan skala 5 menunjukkan tingginya tingkat *proactive personality* pada karyawan di PT XYZ.

3. *Meaning of Work*

Menurut Wiltshire (2016) bahwa *meaning of work* adalah kepuasan intrinsik yang mengacu pada kenikmatan, pencapaian, dan makna yang diperoleh pekerja melalui bekerja, kebutuhan akan tanggung jawab dan otonomi.

Variabel *meaning of work* ini diukur dengan menggunakan skala *likert* 1 sampai 5. Skala 1 menunjukkan rendahnya tingkat *meaning of work* karyawan, dan skala 5 menunjukkan tingginya tingkat *meaning of work* karyawan di PT XYZ.

3.7.2 *Dependent Variable*

Dependent variable adalah dugaan efek, atau respons terhadap perubahan dalam *independent variable* (Hair *et al.*, 2014). Dalam penelitian ini, yang menjadi *dependent variable* atau variabel terikat adalah sebagai berikut:

1. *Employee Creativity*

Menurut Sternberg (2012) dalam Zhang *et al.* (2016) bahwa *employee creativity* adalah proses kognitif seorang karyawan dalam menggabungkan pengembangan ide kreatif mengenai suatu produk, layanan atau proses dan memberikan solusi atas suatu masalah atau perbaikan atas ide yang ada terhadap penambahan nilai, dan kebaruan dalam domain tertentu.

Variabel *employee creativity* ini diukur dengan menggunakan skala *likert* 1 sampai 5. Skala 1 menunjukkan rendahnya tingkat *employee creativity*, dan skala 5 menunjukkan tingginya tingkat *employee creativity* di PT XYZ.

3.8 Teknik Pengolahan Analisis Data

3.8.1 Uji Instrumen

Dalam penelitian di bidang psikologi, ilmu sosial manajemen, dan sosiologi umumnya variabel yang diambil untuk penelitian dirumuskan menjadi sebuah variabel laten. Variabel laten merupakan variabel yang dibentuk melalui dimensi atau indikator yang diamati dan tidak bisa

diukur secara langsung. Uji instrumen dibagi menjadi dua yaitu uji validitas dan reliabilitas untuk mengukur kelayakan suatu kuesioner yang akan digunakan dalam penelitian (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 merupakan *software* yang berfungsi untuk melakukan perhitungan statistik berupa parametrik ataupun non parametrik dan untuk menganalisis data (Ghozali, 2016).

3.8.2 Uji Validitas

Uji validitas digunakan sebagai alat sejauh mana tes dapat mengukur apa yang sebenarnya ingin diukur (Cooper dan Schindler, 2014). Validitas didefinisikan sebagai sejauh mana penelitian itu akurat (Hair *et al.*, 2014).

Menurut Hair *et al.* (2014), untuk menguji validitas dan reliabilitas menggunakan *Confirmatory Factor Analysis* (CFA), dimana uji validitas terdiri dari komponen yang digunakan dan dipenuhi, yaitu nilai *Kaiser-Meyer-Olkin* (KMO) dan *Measure of sampling adequacy* (MSA) dengan nilai yang dikehendaki adalah lebih dari 0.50 untuk menunjukkan kelayakan. Selain itu, nilai *Bartlett's Test of Sphericity* (Sig.) harus lebih kecil sama dengan 0.05 dan nilai *factor loading* harus lebih besar sama dengan 0.50.

Cooper dan Schindler (2014) menyatakan bahwa terdapat klasifikasi validitas yang diterima secara luas terdiri dari tiga bentuk utama pendekatan dasar. Berikut merupakan penjelasannya:

1. *Content Validity*

Mengukur sejauh mana konten dari *items* tersebut secara memadai mewakili seluruh *item* yang relevan yang diteliti.

2. *Criterion-Related Validity*

Mengukur sejauh mana prediktor memadai dalam menangkap hal yang relevan.

3. *Construct Validity*

Mengukur pengidentifikasian *construct* dasar yang sedang diukur dan menentukan seberapa baik tes mewakili.

Berdasarkan tiga bentuk pendekatan diatas, penelitian ini menggunakan *construct validity* dimana peneliti menguji seberapa kuat sebuah *measurement* mewakili *construct* atau variabel yang digunakan dalam penelitian.

3.8.3 Uji Reliabilitas

Menurut Cooper dan Schindler (2014) reliabilitas adalah untuk memberikan ukuran hasil yang konsisten. Hair *et al.* (2014) menyatakan bahwa uji reliabilitas merupakan tingkat di mana variabel yang diamati mengukur nilai "benar" dan "bebas kesalahan (*error free*)" dengan

demikian hal tersebut merupakan kebalikan dari *measurement error*. Uji reliabilitas menggunakan nilai *Cronbach's Alpha* dimana variabel dikatakan reliabel jika memenuhi nilai *Cronbach's Alpha* > 0.70 .

3.9 Metode Analisis Data

Penelitian ini menggunakan metode analisis data *multiple regression*. Metode ini dapat dicapai apabila memenuhi uji asumsi klasik. Terdapat uji asumsi yang harus dilakukan terhadap model tersebut, yaitu :

3.9.1 Uji Multikolonieritas

Uji multikolonieritas bertujuan untuk menguji ada atau tidaknya korelasi antara model regresi terhadap antar variabel bebas (*independent*). Model regresi yang baik adalah model yang didalamnya tidak ditemukan multikolonieritas atau tidak terjadi korelasi antar sesama variabel *independent*. Jika variabel independen menunjukkan hasil bahwa berkorelasi, maka variabel ini tidak ortogonal. Variabel orthogonal adalah variabel independen yang antar sesama variabel independen memiliki nilai korelasi sama dengan nol. Multikolonieritas dapat dibuktikan dari melihat nilai *tolerance* dan *Variance Inflation Factor* (VIF). Jika, hasil adalah $VIF \geq 10$ atau sama dengan $tolerance \leq 0.10$ maka merupakan nilai yang menunjukkan multikolonieritas (Ghozali, 2016).

3.9.2 Uji Heteroskedastisitas

Uji heteroskedastisitas adalah cara untuk menguji ada atau tidaknya perbedaan (ketidaksamaan) varians dari residual antar

pengamatan yang terdapat dalam model regresi. Sebaliknya, uji homoskedastisitas adalah untuk menguji model regresi terjadi ketetapan *variance* dari residual satu pengamatan ke pengamatan lain secara sama (Ghozali, 2016).

Heteroskedastisitas dapat terjadi ketika variabel independen secara signifikan dan statistik mempengaruhi variabel dependen. Kesimpulannya jika model regresi tidak terdapat heteroskedastisitas adalah dilihat dari probabilitas diatas tingkat kepercayaan 5%. Sebaliknya, jika tingkat kepercayaan dibawah 5% bahwa terdapat heteroskedastisitas (Ghozali, 2016).

3.9.3 Uji Normalitas

Uji normalitas adalah cara untuk menguji apakah variabel pengganggu memiliki distribusi normal di dalam model regresi. Nilai residual mengikuti distribusi normal dibuktikan dengan asumsi uji t dan F. Jika uji tidak sesuai, maka uji statistik dinyatakan tidak valid untuk jumlah sampel kecil (Ghozali, 2016).

Model regresi disebut memenuhi asumsi normalitas jika data menyebar disekitar atau mengikuti arah garis diagonal dengan menunjukkan pola distribusi normal. Namun, jika grafik histogramnya menunjukkan pola melenceng (*skewness*) atau menjauh dari garis diagonal, maka hal tersebut dinyatakan tidak memenuhi normalitas (Ghozali, 2016).

3.9.4 Uji Model

3.9.4.1 Uji Koefisien Determinasi (R²)

Uji koefisien determinasi digunakan untuk pengukuran kemampuan model dalam seberapa jauh bisa menjelaskan dan menerangkan variasi variabel dependen. Kemampuan variabel independen menjelaskan variabel dependen sangat terbatas apabila nilai R² menunjukkan jumlah yang kecil. Nilai koefisien yang semakin mendekati satu, menyatakan bahwa variabel independen memberikan hampir semua informasi yang dibutuhkan untuk memprediksi variabel independen (Ghozali, 2016).

3.9.5 Uji Hipotesis

3.9.5.1 Uji Signifikan Parameter Individual (Uji Statistik T)

Menurut Ghozali (2016), uji statistik t sebagai dasar untuk menunjukkan variabel independen berpengaruh seberapa jauh dalam menjelaskan dan menerangkan variabel dependen. Hipotesis nol (H₀) akan menguji suatu parameter (b_i) sama dengan nol atau :

H₀ : b_i = 0, memiliki arti variabel independen tidak signifikan dalam penjelasan terhadap variabel dependen. H_A atau Hipotesis Alternatif yang diukur variabelnya tidak memiliki hasil sama dengan nol, atau :

H_A : b_i ≠ 0, memiliki arti variabel independen signifikan dalam penjelasan terhadap variabel dependen.

Dapat disimpulkan jika nilai $t_{hitung} > t_{tabel}$ nilai H_0 ditolak dan H_1 diterima, sedangkan jika nilai $t_{hitung} < t_{tabel}$, maka nilai H_0 diterima dan H_1 ditolak.

3.9.5.2 Analisis Regresi Berganda

Analisis regresi adalah studi tentang seberapa variabel dependen bergantung terhadap satu atau lebih variabel independen. Tujuan analisis regresi untuk memprediksi rata – rata populasi atau nilai rata – rata variabel dependen berdasarkan nilai variabel independen yang diketahui. Hasil analisis regresi adalah berupa koefisien untuk setiap variabel independen. (Ghozali, 2016).

Berikut merupakan persamaan analisis regresi yang digunakan peneliti dalam penelitian:

$$Y = \alpha + \beta_1 X_1 + \beta_2 X_2 + \beta_3 X_3 + e$$

Keterangan:

$Y = \textit{Employee Creativity}$

$\alpha = \textit{Konstanta}$

$\beta_1 - \beta_3 = \textit{Koefisien Regresi}$

$X_1 = \textit{Perceived Organizational Support}$

$X_2 = \textit{Proactive Personality}$

$X_3 = \textit{Meaning of Work}$

$e = \textit{Standard Error}$

3.9.5.3 Uji Signifikan Parameter Individual (Uji Statistik F)

Uji statistik F menunjukkan apakah variabel independen secara keseluruhan dalam model berpengaruh secara bersama terhadap variabel dependen. Syarat menguji hipotesis dengan uji statistik F ini adalah hipotesis diterima dan bahwa variabel independen secara keseluruhan mempengaruhi variabel dependen jika signifikansi F (p-value) lebih kecil dari 0,05. (Ghozali, 2016).

3.10 Tabel Operasionalisasi Variabel

Tabel 3.2 Tabel Operasionalisasi Variabel

No.	Variabel	Definisi Variabel	Measurement	Skala Pengukuran	Jurnal Referensi
1.	<i>Perceived Organizational Support</i>	Menurut Robbins dan Coutler (2012) bahwa <i>perceived organizational support</i> merupakan keyakinan karyawan bahwa organisasi mereka menghargai kontribusi mereka dan peduli dengan kesejahteraan mereka sehingga komitmen organisasi kepada karyawan dapat bermanfaat.	Organisasi menghargai kontribusi saya untuk kesejahteraan organisasi. Organisasi gagal menghargai upaya ekstra dari saya. (R) Organisasi tidak memedulikan keluhan saya. (R) Organisasi sangat	<i>Likert Scale</i> 1-5	Akgunduz, Y., Alkan, C., & Gök, Ö. A. (2018). <i>Perceived organizational support, employee creativity and proactive personality: The mediating effect of meaning of work. Journal of Hospitality and Tourism Management.</i>

			peduli dengan kesejahteraan saya.		
			Bahkan jika saya melakukan pekerjaan terbaik, organisasi akan gagal menyadarinya. (R)		
			Organisasi peduli dengan kepuasan saya di tempat kerja.		
			Organisasi tidak menunjukkan perhatian pada saya. (R)		
			Organisasi bangga dengan pencapaian saya di tempat kerja.		

2.	<i>Proactive Personality</i>	Menurut Crant (1996) dalam Jawahar & Liu (2016) bahwa <i>proactive personality</i> adalah kepribadian individu dalam mengidentifikasi peluang dan menindaklanjutinya, menunjukkan inisiatif, dan bertahan sampai mereka berhasil.	<p>Saya terus mencari cara baru untuk meningkatkan hidup saya.</p> <p>Dimanapun saya berada, saya telah memiliki kekuatan yang kuat untuk perubahan yang bersifat membangun.</p> <p>Tidak ada yang lebih menarik daripada melihat ide saya berubah menjadi kenyataan.</p> <p>Jika saya melihat sesuatu yang tidak saya sukai, saya memperbaikinya</p>	<i>Likert Scale</i> 1-5	Akgunduz, Y., Alkan, C., & Gök, Ö. A. (2018). <i>Perceived organizational support, employee creativity and proactive personality: The mediating effect of meaning of work. Journal of Hospitality and Tourism Management.</i>
----	------------------------------	---	---	----------------------------	---

			<p>Tidak peduli seberapa besar kemungkinannya, jika saya percaya pada sesuatu, saya akan mewujudkannya.</p>		
			<p>Saya suka menjadi juara untuk ide-ide saya, bahkan melawan tentangan orang lain.</p>		
			<p>Saya unggul dalam mengidentifikasi peluang.</p>		
			<p>Saya selalu mencari cara yang lebih baik untuk melakukan</p>		

			sesuatu.		
			Jika saya percaya pada sebuah ide, tidak ada halangan yang akan menghalangi saya untuk mewujudkannya.		
			Saya dapat melihat peluang jauh sebelum orang lain melihatnya.		
3.	<i>Meaning of Work</i>	Menurut Wiltshire (2016) bahwa <i>meaning of work</i> adalah kepuasan intrinsik yang mengacu pada kenikmatan, pencapaian, dan makna yang diperoleh pekerja melalui bekerja, kebutuhan akan tanggung	Pekerjaan yang saya lakukan sangat penting bagi saya. Aktivitas pekerjaan saya secara pribadi berarti bagi saya.	<i>Likert Scale</i> 1-5	Akgunduz, Y., Alkan, C., & Gök, Ö. A. (2018). <i>Perceived organizational support, employee creativity and proactive personality: The mediating effect of meaning of work. Journal of Hospitality and Tourism Management.</i>

		jawab dan otonomi.	Pekerjaan yang saya lakukan sangat berarti bagi saya.		
4.	<i>Employee Creativity</i>	Menurut Sternberg (2012) dalam Zhang <i>et al.</i> (2016) bahwa <i>employee creativity</i> adalah proses kognitif seorang karyawan dalam menggabungkan pengembangan ide kreatif mengenai suatu produk, layanan atau proses dan memberikan solusi atas suatu masalah atau perbaikan atas ide yang ada terhadap penambahan nilai, dan kebaruan dalam domain tertentu.	<p>Saya mengidentifikasi peluang terkait cara baru untuk menangani pekerjaan.</p> <p>Saya mencari ide dan cara baru untuk memecahkan masalah.</p> <p>Saya menghasilkan ide-ide yang berhubungan dengan pekerjaan yang baru tetapi dapat dioperasikan.</p>	<i>Likert Scale</i> 1-5	Akgunduz, Y., Alkan, C., & Gök, Ö. A. (2018). <i>Perceived organizational support, employee creativity and proactive personality: The mediating effect of meaning of work. Journal of Hospitality and Tourism Management.</i>

			Saya menunjukkan orisinalitas dalam pekerjaan.		
--	--	--	--	--	--

Sumber : Data Peneliti, 2020