



### **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

### METODELOGI PENELITIAN

#### 3.1 Gambaran umum objek penelitian

##### 3.1.1 Sejarah Perusahaan

PT Berrybenka didirikan pada tahun 2012 oleh Claudia Widjaja dan Yenti Elizabeth tetapi pada Mei 2012 kepemimpinan PT Berrybenka di pindah tangan kepada Jason Lamuda. Awalnya PT Berrybenka beroperasi sejak Agustus 2012, bermula dari Facebook sebagai media penjualan product Berrybenka. Berrybenka memberanikan diri untuk membangun platform *ecommerce* sendiri agar dapat dengan mudah mengelola customer dan mudah untuk melakukan promosi. Berbagai cara dilakukan untuk menarik pelanggan baru, seperti memasang iklan di *Facebook* dan *Google* serta melakukan promosi di majalah-majalah perempuan.

Pada Maret 2013 dengan wajah dan tampilan baru dengan tagline '*Fashion is just a Click Away*'. Memulai karier di Berrybenka, Jason Lamuda dan timnya harus mencari strategi yang tepat untuk bisa mengembangkan perusahaannya, mereka memilih model bisnis online retail yang mengumpulkan produk-produk dari *merchant* terpilih, lalu melaksanakan sendiri semua proses bisnis, mulai pergudangan (*warehousing*), penjualan, pembayaran, pengiriman barang, sampai layanan purnajual.

Sejauh ini, Berrybenka telah memperoleh investasi dari perusahaan asing yaitu Ventures, GREE Ventures, dan TransCosmos dengan nilai sedikitnya US\$5 juta. Berrybenka menghimpun lebih dari 1000 merchant dengan 20 ribu ragam produk, baik dari merek-merek yang berskala local maupun internasional. Kategori produk mereka sangat bervariasi, antara lain busana, sepatu, tas, kosmetik, dan aksesoris.

### 3.1.2 Profil Perusahaan

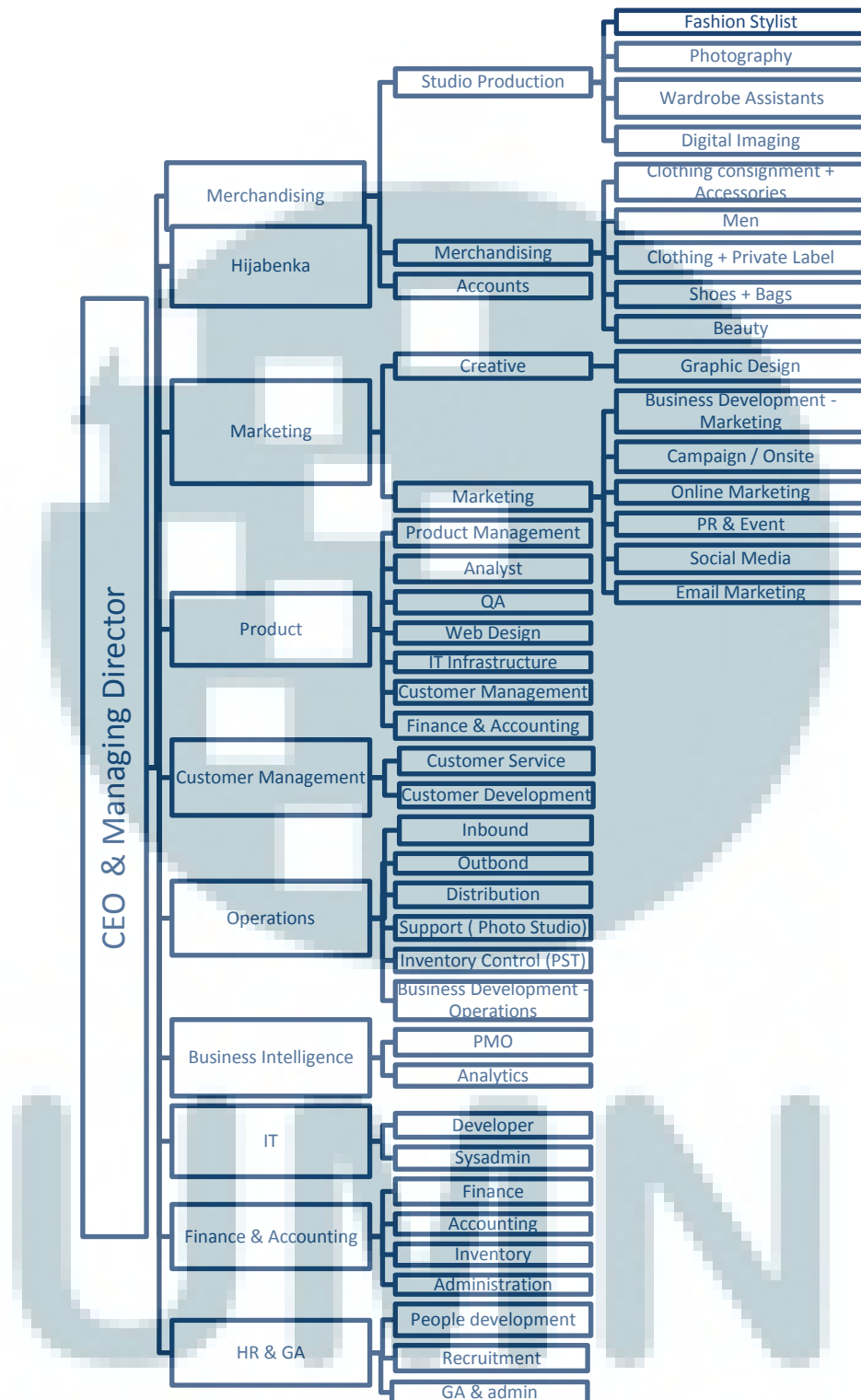
PT Berrybenka melakukan *grand launching* untuk membangun platform *e-commerce* Berrybenka. Awalnya PT Berrybenka bertempat di Grand Slipi tower lantai 38, Jalan Letjen S Parman. Kav 22-24, Daerah khusus Ibukota Jakarta 11480. Pada bulan Agustus 2015 PT Berrybenka memiliki kantor yang baru yang didesain lebih rapi dan berkarakter yang menggambarkan perusahaan Berrybenka, perusahaan bertempat di Grand Slipi Tower lantai 26, jalan Letjen S Parman. Kav 22-24, Daerah khusus ibukota Jakarta 11480. Tidak hanya *fashion* pria dan wanita tetapi berrybenka sendiri kini telah melebarkan sayap bisnisnya dengan mendirikan Hijabenka yang menasar pasar busana muslim untuk kaum muda. Kategori produk Berrybenka saat ini telah berkembang ada produk *make up* kecantikan dan *apparel* untuk olahraga.

Berbicara tentang statistik, Berrybenka mencatat satu juta pelanggan aktif bulanan dengan rata-rata jumlah transaksi mencapai 45 ribu per bulan dengan demografi pelanggan Berrybenka adalah pria dan wanita dengan rentan umur mayoritas dari 20-35 tahun kebanyakan berstatus *first jobber* (pekerja pemula) dan mahasiswa. Pada tahun 2014, Berrybenka telah mengalami pertumbuhan kurang lebih

250% dibandingkan tahun 2013. Saat ini PT Berrybenka memiliki 310 karyawan yang terdiri dari 210 *head officer* dan 100 karyawan *warehouse*.



### 3.1.3 Struktur Organisasi



Gambar 3.1 Struktur Organisasi PT Berrybenka

Sumber : PT Berrybenka

Berdasarkan struktur organisasi PT Berrbenka, CEO ditempatkan oleh Jason Lamuda dan Managing Director adalah Danu Wicaksana. Kemudian dibawah CEO dan Managing Director dibagi menjadi 10 bagian yang terdiri dari Merchandising, Hijabenka, Marketing, Product, Customer Management, Operations, Business Intelligence, IT, Finance & Accounting dan HR & GA.

### **3.3 Metode Penelitian**

Pada penelitian ini penulis menggunakan metode deskriptif. Menurut Sekaran dan Bougie (2010), Penelitian deskriptif dilakukan untuk mengumpulkan data dan mendeskripsikan karakteristik dari variabel yang menarik dalam suatu situasi.

Pada penelitian ini penulis juga menggunakan metode kuantitatif. Menurut Zikmund et al (2013) metode penelitian kuantitatif adalah penelitian yang membahas tujuan penelitian melalui penilaian empiris dan melibatkan pengukuran dan analisis numeric ( angka ).

### **3.4 Ruang Lingkup Penelitian**

#### **3.4.1 Populasi dan Sampel**

Menurut Sekaran dan Bougie (2010) populasi merujuk pada kelompok dari orang-orang atau sesuatu hal-hal yang menarik keinginan peneliti untuk melakukan investigasi, sedangkan sampel menurut Sekaran dan Bougie (2010), sampel merupakan bagian dari populasi tersebut. Yang terdiri dari beberapa anggota yang dipilih dari populasi. Populasi dari penelitian ini adalah seluruh karyawan tetap yang bekerja di PT Berrybenka. Sedangkan sampel dari penelitian ini adalah karyawan

yang bekerja di divisi *HRD, Marketing, Customer Service, IT* dan telah bekerja selama lebih dari 1 tahun dan pernah merasakan bekerja di kantor lama di PT Berrybenka. Sampel yang diambil dalam penelitian ini sebanyak 60 responden.

### 3.4.2 Teknik Pengambilan Sampel

Teknik pengambilan sampel digolongkan menjadi *probability sampling technique* dan *nonprobability sampling technique* Menurut Zikmund et al., (2013), *probability sampling technique* adalah sebuah teknik pengambilan sampel dimana srtiap anggota populasi telah diketahui. Sedangkan *nonprobability sampling technique* adalah teknik pengambilan sampel yang tidak memberi peluang/kesempatan sama bagi setiap unsur atau anggota populasi untuk dipilih menjadi sampel.

Teknik pengambilan sampel yang dipakai oleh peneliti adalah *non probability Sampling technique* merupakan teknik sampel dimana satuan sampel yang dipilih berdasarkan *personal judgment* atau *convenience*, probabilitas dari setiap anggota tertentu dari populasi yang dipilih tidak diketahui (Zikmund et al., 2013). Teknik yang diambil adalah *convenience sampling*. *Convenience sampling* merupakan prosedur sampling memperoleh orang-orang atau unit yang paling nyaman (Zikmund et al., 2013). Penarikan sampel ini digunakan apabila anggota sampel dipilih berdasarkan kriteria tertentu. Hali ini sesuai dengan penelitian ini dimana anggota atau responden sampel penelitian ini hanyalah karyawan bagian *HRD, Marketing, Customer Service dan IT* yang telah bekerja lebih dari 1 tahun dan pernah merasakan kantor lama.

### 3.4.3 Teknik Pengumpulan Data

Dalam penelitian ini diperlukan sejumlah data primer dan sekunder untuk membuktikan hipotesis di dalam penelitian ini. Sumber data primer merupakan data yang diperoleh secara langsung oleh peneliti mengenai suatu variabel dari suatu keadaan yang memiliki tujuan penelitian yang spesifik (Sekaran & Bougie, 2010). Dalam penelitian ini data primer diperoleh dari data hasil kuesioner yang di sebarakan kepada karyawan tetap yang telah bekerja selama lebih dari 1 tahun dan pernah merasakan kantor lama di PT Berrybenka, kuesioner disebarkan kepada *divisi human resources management, marketing, customer service* dan *IT*. Sedangkan sumber data sekunder merupakan data yang diperoleh dari sumber-sumber lain yang sudah ada sebelumnya. Dalam penelitian ini data sekunder diperoleh dari jurnal-jurnal penelitian ilmiah terdahulu dan beberapa buku yang mendukung teori-teori yang digunakan dalam penelitian ini. (Sekarang & Bougie, 2010)

## 3.5 Teknik Analisis

### 3.5.1 Uji Instrumen

Uji instrument dilakukan untuk menguji apakah instrument yang diunakan untuk mengukur variabel-variabel dalam penelitian secara akurat mengukur variabel tersebut dan mengukur konsep yang ada (Sekaran & Bougie, 2010). Dalam uji instrument ini, teknik digunakan adalah *Confirmatory Factor Analysis (CFA)*. Teknik ini digunakan untuk menguji apakah suatu konstruk mempunyai undimensionalis atau apakah indikator-indikator yang digunakan mengkonfirmasi sebuah konstruk atau variabel (Ghozali, 2012). Teknik analisis yang di pakai dalam penelitian adalah tekni



analisis regresi sederhana merupakan analisis yang berguna untuk menguji pengaruh satu variabel bebas terhadap satu variabel terikat (Ghozali,2012).

### 3.5.1.1 Uji Validitas

Menurut Ghozali (2011), uji validitas digunakan untuk mengukur valid atau tidaknya suatu kuesioner. Suatu kuesioner dikatakan valid jika pertanyaan pada kuesioner mampu untuk mengungkapkan sesuatu yang akan diukur oleh kuesioner tersebut.

Dalam penelitian ini uji validitas dilakukan dengan cara uji *Confirmatory Factor Analysis* yaitu menguji apakah suatu konstruk mempunyai unidimensionalitas atau apakah indikator-indikator yang digunakan dapat mengkonfirmasi sebuah konstruk atau variabel. Asumsi dasar pada uji ini adalah data-data harus saling berkorelasi sehingga digunakan alat uji *Barlett of Sphericity* dan *Kaizer-Meyer-Olkin Measure of Sampling Adequacy* (KMO MSA). Pernyataan kuesioner dapat disimpulkan valid jika memenuhi analisis faktor nilai yang dikehendaki yaitu KMO dan MSA harus  $>0.50$ , dan tingkat signifikan harus  $\leq 0.05$  (Ghozali,2011).

### 3.5.2.2 Uji Reliabilitas

Pengertian Reliabilitas menurut Ghozali (2011), adalah alat untuk mengukur suatu kuesioner yang merupakan indikator dari variabel atau konstruk. Suatu kuesioner dikatakan reliabel atau handal jika jawaban seseorang terhadap pernyataan adalah konsisten atau stabil dari waktu ke waktu.

SPSS memberikan fasilitas untuk mengukur reliabilitas dengan uji statistik Cronbach Alpha. Suatu konstruk atau variabel dikatakan reliable jika memberikan nilai *Cronbach Alpha* > 0.60 (Ghozali 2011).

### 3.5.3. Uji Asumsi Klasik

Menurut Ghozali (2011), uji asumsi klasik terdiri dari lima uji, yaitu uji *multikolonieritas*, uji *autokorelasi*, uji *heteroskedastisitas*, uji *normalitas* dan uji *linearitas*.

#### 3.5.3.1 Uji Normalitas

Menurut Ghozali (2011) uji *normalitas* bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi, variabel pengganggu atau residual memiliki distribusi normal. Terdapat dua cara untuk mendeteksi apakah residual berdistribusi normal atau tidak yaitu dengan analisis grafik dan uji statistik. Jika distribusi data normal maka akan membentuk suatu garis lurus diagonal dan plotting data residual akan dibandingkan dengan garis diagonal.

#### 3.5.3.2 Uji Heteroskedastisitas

Uji *heteroskedastisitas* bertujuan menguji apakah dalam model regresi terjadi ketidaksamaan *variance* dari residual satu pengamatan ke pengamatan yang lain. Jika *variance* dari residual satu pengamatan ke pengamatan lain tetap, maka disebut *homoskedastisitas* dan jika berbeda disebut *heteroskedastisitas*. Model regresi yang baik adalah yang *homoskedastisitas* atau tidak terjadi *heteroskedastisitas*. Dasar analisisnya adalah jika ada pola tertentu, seperti titik-titik yang ada membentuk pola

tertentu teratur (bergelombang, melebar kemudian menyempit), maka mengindikasikan telah terjadi *heteroskedastisitas* (Ghozali 2011).

### **3.5.3.3 Uji Multikolonieritas**

Uji *Multikolonieritas* bertujuan untuk menguji apakah model regresi ditemukan adanya korelasi antar variabel bebas (independen). Model regresi yang baik seharusnya tidak terjadi korelasi di antara variabel independen. Jika variabel independen saling berkorelasi, maka variabel variabel ini tidak orthogonal. Variabel orthogonal adalah variabel independen yang nilai korelasi antar sesama variabel independen sama dengan nol. (Ghozali 2011).

### **3.5.3.4 Uji Autokorelasi**

Uji *autokorelasi* bertujuan menguji apakah dalam model regresi linear ada korelasi antara kesalahan pengganggu pada periode  $t$  dengan kesalahan pengganggu pada periode  $t-1$  (sebelumnya). Jika terjadi korelasi, maka dinamakan *problem autokorelasi*. *Autokorelasi* muncul karena observasi yang berurutan sepanjang waktu berkaitan satu sama lainnya. Masalah ini timbul karena residual (kesalahan pengganggu) tidak bebas dari satu observasi ke observasi lainnya. Hal ini sering ditemukan pada data runtut waktu (*time series*) karena “gangguan” pada seseorang individu atau kelompok cenderung mempengaruhi gangguan pada individu/kelompok yang sama pada periode berikutnya (Ghozali,2011).

### 3.5.4 Uji Model

Ketepatan fungsi regresi sampel dalam menafsir nilai aktual dapat diukur dari *Goodness of fitnya*. Secara statistik, setidaknya ini dapat diukur dari nilai koefisien determinasi, nilai statistik f dan nilai statistik t. Perhitungan statistik disebut signifikan secara statistik apabila nilai uji statistiknya berada dalam daerah kritis (daerah dimana  $H_0$  ditolak). Sebaliknya disebut tidak signifikan bila nilai uji statistiknya berada dalam daerah dimana  $H_0$  diterima. (Ghozali, 2011).

#### 3.5.4.1 Koefisien Determinasi

*Koefisien determinasi* ( $R^2$ ) pada intinya mengukur seberapa jauh kemampuan model dalam menerangkan variasi variabel dependen. Nilai koefisien determinasi adalah antara nol dan satu. Nilai *adjusted*  $R^2$  yang kecil berarti kemampuan variabel-variabel independen dalam menjelaskan variasi variabel dependen amat terbatas. Sedangkan nilai yang mendekati satu menunjukkan variabel-variabel independen memberikan hampir semua informasi yang dibutuhkan untuk memprediksi variabel-variabel dependen (Ghozali,2011).

#### 3.5.4.4 Analisis Regresi Sederhana

Regresi adalah metode statistic untuk menguji hubungan antara satu variable terikat dan satu atau lebih variabel bebas. Analisis regresi sederhana merupakan analisis yang berguna untuk menguji pengaruh satu variabel bebas terhadap satu variabel terikat (Ghozali,2012).

Persamaan regresi sederhana yang digunakan peneliti dalam melakukan penelitian ini, adalah:

$$y = \alpha + bX + e$$

Dimana :

$Y = \textit{Employee Commitment}$

$\alpha = \textit{konstanta}$

$X = \textit{Physical Environment}$

$e = \textit{Error}$

#### 3.5.4.5 Uji Signifikan Parameter Individual (Uji Statistik t)

Uji statistic t pada dasarnya menunjukkan seberapa jauh pengaruh satu variabel penjelas/ independen secara individual dalam menerangkan variasi variabel dependen (Ghozali, 2012). Hipotesis nol ( $H_0$ ) yang hendak diuji adalah apakah suatu parameter ( $b_i$ ) sama dengan nol, atau:

$$H_0 : b_i = 0$$

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

$$H_A : b_i \neq 0$$

Artinya, variabel tersebut merupakan penjelas yang signifikan terhadap variabel dependen.

### 3.6 Definisi Operasional Variabel

1. Menurut Sekaran & Bougie (2010) variabel independen merupakan variabel yang mempengaruhi variabel dependen baik berpengaruh positif ataupun berpengaruh negatif. Variabel independen dalam penelitian ini adalah *physical environment* (X)

2. Menurut Sekaran & Bougie (2010) variabel dependen merupakan variabel yang menjadikan fokus utama dalam penelitian. Variabel dependen dalam penelitian ini adalah *employee commitment* (Y).

#### 3.6.1 Variabel *Dependent* (Y)

##### 1. *Employee Commitment* (Y)

Meyer & Allen (1991) dalam Lee & Chen (2013) mengatakan bahwa *employee commitment* adalah multi dimensi yang meliputi loyalitas pekerja, kesediaan mereka untuk mengerahkan usaha lebih atas nama organisasi, kepatuhan terhadap nilai-nilai organisasi, dan keinginan untuk tetap dalam organisasi.

#### 3.6.2 Variabel *Independent* (X)

##### 1. *Physical Environment*

Kohun (1992) dalam Taiwo (2010) mengatakan *Work environment* adalah totalitas yang sepenuhnya berpengaruh terhadap kekuatan, tindakan dan faktor-faktor untuk membuat karyawan berpotensi untuk bersaing dalam aktivitas dan kinerja karyawan.

Tabel 3.1 Tabel Definisi Operasional

No	Variabel Penelitian	Definisi Operasioanal	Indikator	Teknik penskalaan
1.	<i>Physical Environment</i>	<p>Kondisi kerja yang memadai yang dapat mempengaruhi <i>commitment</i> dan niat karyawan untuk tinggal di organisasi</p> <p>Dalam jurnal McGuire &amp; MClaren(2008) <i>The impact of physical environement on employee commitment in call center.</i> <i>Journal of team</i></p>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Saya puas dengan jumlah alokasi untuk ruangan kerja saya</li> <li>2. Ruang kerja yang bersih</li> <li>3. Keyboard saya dalam kondisi bagus</li> <li>4. Mouse computer saya dalam kondisi bagus</li> <li>5. Permukaan pekerjaan saya cocok bagi saya untuk melakukan pekerjaan</li> <li>6. Kursi saya dalam kondisi bagus</li> <li>7. Kursi saya di Maintained dengan standard yang baik</li> <li>8. Saya memiliki ruangan penyimpanan informasi yang memadai untuk bekerja</li> <li>9. Saya tidak memiliki ruangan penyimpanan yang</li> </ol>	<p>Skala <i>Likert</i></p> <p>1-5</p>

No	Variabel Penelitian	Definisi Operasioanal	Indikator	Teknik penskalaan
		<p><i>performance management</i>,15(1/2), 35-48.</p>	<p>memadai untuk keperluan pribadi saya.</p> <p>10. Ada ruangan yang cukup untuk saya dan rekan-rekan</p> <p>11. Saya sangat puas dengan tata letak keseluruhan area penanganan panggilan</p>	
2.	<p><i>Employee Commitment</i></p>	<p><i>Employee Commitment</i> adalah adalah multi dimensi yang meliputi loyalitas pekerja, kesediaan mereka untuk mengerahkan usaha lebih atas nama organisasi, kepatuhan terhadap nilai-nilai organisasi, dan keinginan untuk tetap dalam organisasi.</p> <p>Dalam jurnal Lee &amp; Chen (2013). <i>The Relationship between Employee</i></p>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Karyawan mengetahui bahwa mereka di hargai.</li> <li>2. Karyawan mengatakan mereka bangga bekerja di perusahaan di sini</li> <li>3. Karyawan merekomendasikan tempat ini sebagai tempat yang baik untuk bekerja</li> <li>4. Karyawan bersedia memberikan waktu pribadi untuk membantu perusahaan untuk berhasil</li> <li>5. Karyawan saling percaya</li> </ol>	<p>Skala <i>Likert</i></p> <p>1-5</p>



No	Variabel Penelitian	Definisi Operasioanal	Indikator	Teknik penskalaan
		<i>Commitment and Job Attitude and its effect on Service Quality in the Tourism Industry. American Journal of Industrial and Business,3, 196-208.</i>		

Sumber: Diolah oleh Penulis

