

## **BAB III**

### **METODOLOGI PENELITIAN**

#### **3.1 Gambaran Umum Objek Penelitian**

##### **3.1.1 Sejarah Perusahaan**

PT Summarecon Agung berdiri pada tanggal 26 November 1975 dan didirikan oleh Ir. Soetjipto Nagaria. Summarecon sendiri berasal dari kata *Summa* yang berarti terbaik, *Re* dari kata *real estate*, dan *Con* dari kata *Corporation*. Sehingga Summarecon berarti perusahaan *real estate* yang terbaik. Bidang usaha dari PT Summarecon Agung yaitu pengembangan dan pengelolaan properti hunian maupun komersil. Pada 7 Mei 1990, PT Summarecon Agung resmi *go public* di bursa saham Jakarta dengan kode SMRA. Hingga per tahun 2012 PT Summarecon Agung memiliki ±3.059 karyawan dari seluruh unit yang ada.

PT Lestari Mahadibya atau yang lebih dikenal dengan Summarecon Mal Serpong adalah salah satu unit usaha dari PT Summarecon Agung, Tbk. yang tahap pertamanya diresmikan pada tanggal 28 Juni 2007. PT Lestari Mahadibya terletak di Jalan Boulevard Raya Gading Serpong, Tangerang 15180.

Sedangkan pada 27 Oktober 2011, tahap 2 Summarecon Mal Serpong yang merupakan perluasan dari SMS tahap 1 resmi dibuka. Tahap 2 ini dibangun sesuai dengan rencana awal pengembangan kawasan komersil Sentra Gading Serpong yang

mengusung konsep arsitektur modern dan ramah lingkungan sumber :  
malserpong.com.

Pada tanggal 30 Juni 2014, Summarecon Digital Center (SDC) resmi dibuka. Summarecon Digital Center merupakan pusat belanja IT dan *gadget* terlengkap di Gading Serpong yang dikelola dibawah naungan PT Lestari Mahadibya. Summarecon Digital Center terletak di Jalan Scientia Boulevard Gading Serpong, Tangerang 15180. Summarecon Digital Center dibangun di atas lahan seluas 42.000m<sup>2</sup> termasuk di dalamnya terdapat *Scientia Square Park*. *Scientia Square Park* memiliki luas sebesar 1,2 hektar yang dilengkapi dengan *amphitheatre* dan *area water features*. *Scientia Square Park* ini didirikan dengan maksud untuk tempat rekreasi di alam terbuka dan tempat untuk kegiatan berkomunitas.

### **3.1.2 Profil Perusahaan**

PT Lestari Mahadibya atau Summarecon Mal Serpong merupakan bagian dari PT Summarecon Agung, Tbk. yang telah dikenal sebagai *developer real estate* dan komersil ternama yang telah berhasil mengembangkan kawasan Kelapa Gading. Kesuksesan ini kemudian diteruskan oleh PT Summarecon Agung, Tbk. dalam membangun kawasan Gading Serpong. Salah satu bukti nyata kesuksesan tersebut ialah adanya PT Lestari Mahadibya atau Summarecon Mal Serpong. Di dalam kawasan PT Lestari Mahadibya sendiri terdapat sejumlah kawasan komersil lainnya, seperti Pusat Makanan Salsa *Food City* dan Pasar Modern Sinpasa.

Konsep yang diusung oleh Summarecon Mal Serpong (SMS) adalah pusat perbelanjaan yang unik, megah, dan berbalut kemewahan yang dapat membuat para pengunjungnya merasakan pengalaman belanja yang menyenangkan. Summarecon Mal Serpong tahap 1 berdiri di atas lahan seluas  $\pm 50.000 \text{ m}^2$  dengan sistem *full-leased mall*. Sumber : [summarecomserpong.com](http://summarecomserpong.com)



Sumber : [summarecomserpong.com](http://summarecomserpong.com)

Gambar 3.1 Summarecon Mal Serpong Tahap 1

Sedangkan Summarecon Mal Serpong berdiri di atas lahan seluas  $60.000 \text{ m}^2$  yang terdiri dari 3 lantai dan ditempati oleh  $\pm 180$  *tenants*. Dengan demikian, secara keseluruhan Summarecon Mal Serpong memiliki total lahan seluas  $110.000 \text{ m}^2$ . Summarecon Mal Serpong tahap 2 sendiri memiliki 3 buah atrium yang biasa digunakan untuk berbagai penyelenggaraan *event* besar, *exhibition*, maupun *product launching*.



Sumber : [summarecomserpong.com](http://summarecomserpong.com)

Gambar 3.2 Summarecon Mal Serpong Tahap 2

Selain itu ada juga *Downtown Walk* yang menjadi destinasi kuliner para pengunjung yang terbentang dari ujung Summarecon Mal Serpong tahap 1 hingga Summarecon Mal Serpong tahap 2. *Downtown Walk* memiliki 3 buah panggung pentas yang biasa digunakan untuk acara *live music*, acara NoBar (Nonton Bareng), dan lainnya. Selain itu *Downtown Walk* juga dilengkapi dengan fasilitas *F&B Pad* yang berupa bangunan 2 lantai yang memberikan *best view* untuk menikmati *event-event* yang diselenggarakan di *Downtown Walk*.

Salsa *Food City* diresmikan pada 23 September 2004 dengan menampilkan desain bangunan yang menarik, unik, dan santai sehingga cocok bagi para pengunjung yang ingin bersantai untuk menikmati makanan dan minuman dari *tenants* yang tersedia bersama dengan teman, kerabat, dan keluarga. Salsa *Food City* sendiri

mengusung konsep *family food court* yang menyajikan lebih dari 50 variasi makanan bercitarasa lokal maupun internasional. Salsa *Food City* memiliki luas 3.000 m<sup>2</sup> dengan 180 kursi, 20 *tenant* resto, dan 6 *island tenant*. Setiap malam Salsa *Food City* menyediakan hiburan berupa *live music* untuk para pengunjungnya sehingga dapat menambah kenyamanan selagi bersantai di ruang terbuka.



Sumber : [summarecomserpong.com](http://summarecomserpong.com)

Gambar 3.3 Salsa *Food City*



Sumber : [summarecomserpong.com](http://summarecomserpong.com)

Gambar 3.4 Pasar Modern Sinpasa

Pasar Modern Sinpasa adalah sebuah pasar tradisional yang memiliki konsep modern dan berdiri di atas lahan seluas 5.500 m<sup>2</sup>. Pasar Modern Sinpasa diresmikan pada tanggal 23 September 2004 dengan tujuan untuk memenuhi kebutuhan sehari-hari warga di kawasan Gading Serpong. Pasar modern yang diisi oleh 142 pedagang dengan kategori kios dan lapak ini mengacu pada standar pasar modern yang bersih dan aman sehingga dapat memberikan kenyamanan bagi pengunjungnya untuk berbelanja.

### **3.1.3 Visi dan Misi Perusahaan**

Visi Summarecon : Menjadi “*Crown Jewel*” di antara pengembang properti di Indonesia yang secara berkelanjutan memberikan nilai ekonomi yang optimal kepada pelanggan, karyawan, pemegang saham, dan pemangku kepentingan lainnya, serta juga berperan dalam menjaga lingkungan dan menjalankan tanggung jawab sosial.

Misi Summarecon (2010-2015) :

1. Mengembangkan kawasan Summarecon Kelapa Gading, Summarecon Serpong, Summarecon Bekasi, menjadi semakin lengkap dan bernilai, serta mengembangkan kawasan baru dengan semangat inovasi
2. Memberikan pelayanan terbaik dan terpadu kepada konsumen melalui sistem yang tepat dan ditingkatkan secara terus menerus

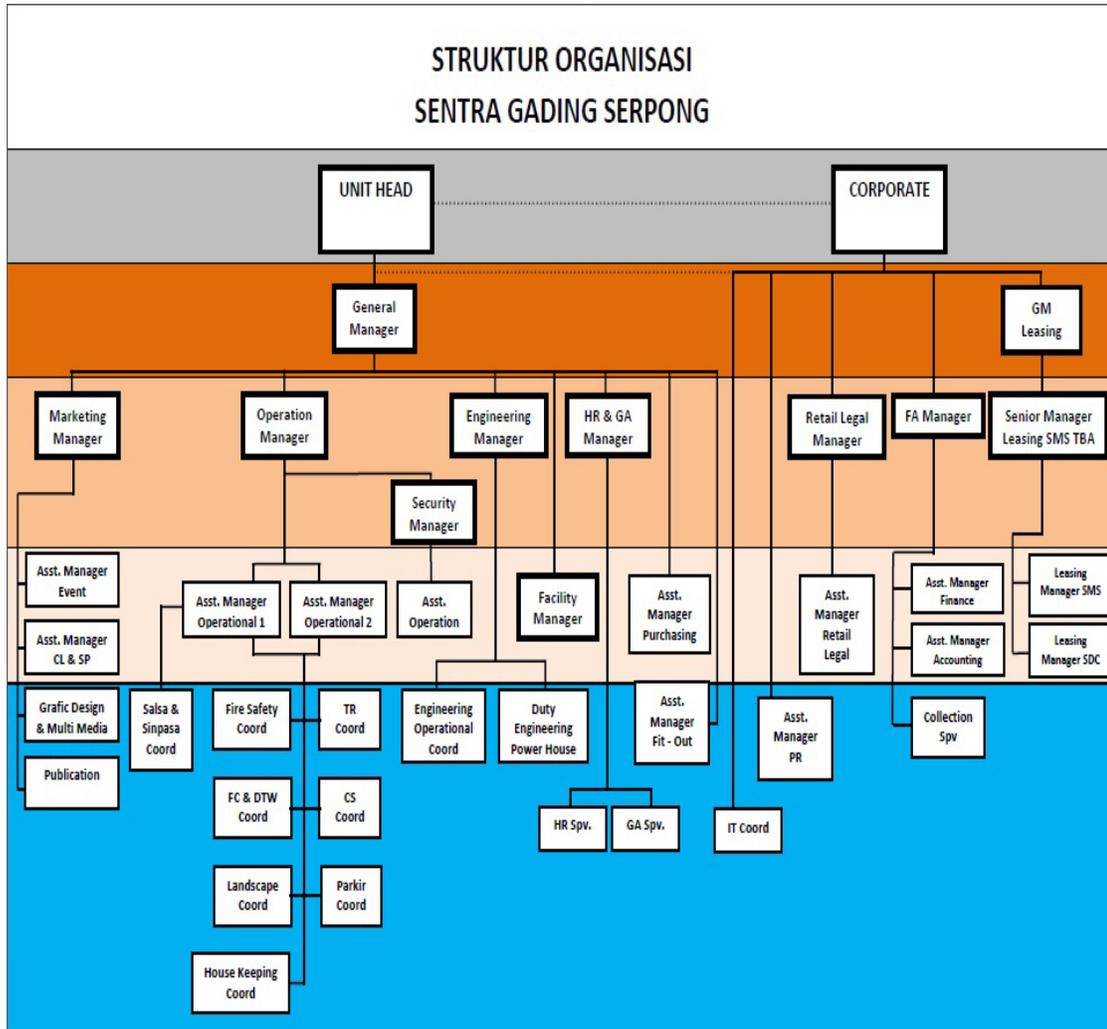
3. Fokus pada pengembangan dan pengelolaan perumahan, apartemen dan perbelanjaan yang semakin ramah lingkungan
4. Bekerjasama dengan partner strategis dengan menerapkan prinsip tata kelola perusahaan yang baik dan profesional
5. Fokus dalam pengembangan Sumber Daya Manusia yang berkualitas, sejahtera, serta sesuai dengan nilai dan budaya perusahaan
6. Meningkatkan pendapatan dan keuntungan perusahaan sesuai target 2010-2015

#### **3.1.4 Nilai-nilai yang Dianut Perusahaan**

Nilai-nilai Summarecon yang didapat dari PT Lestari Mahadibya yaitu:

1. Melayani pelanggan secara efektif dengan sepenuh hati
2. Mendukung tumbuh kembangnya kewirausahaan
3. Memfasilitasi kehidupan yang seimbang
4. Melestarikan nilai-nilai keluarga
5. Memberikan kontribusi yang bermanfaat kepada masyarakat dan lingkungan sekitar
6. Memandu transformasi setiap pelanggan.

### 3.1.5 Struktur Organisasi Perusahaan



Sumber : [summareconserpong.com](http://summareconserpong.com)

Gambar 3.5 Struktur Organisasi SMS

### 3.2 Lokasi Penelitian

Penelitian ini dilakukan pada karyawan PT Lestari Mahadibya departemen HRD dan Operasional yang menjabat sebagai pekerja tetap. Penelitian ini dilakukan di PT Lestari Mahadibya yang berada di Jl. Boulevard Gading Serpong, Sentra Gading Serpong, Kec. Tangerang, Banten.

### 3.3 Metode Penelitian

Pada penelitian ini penulis menggunakan metode deskriptif. Menurut Sekaran dan Bougie (2010;105), 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 Sugiyono (2009;13), metode kuantitatif adalah metode penelitian yang berdasarkan pada filsafat *positivism*, digunakan untuk meneliti populasi atau sampel tertentu, teknik pengambilan sampel pada umumnya dilakukan secara *random*, pengumpulan data menggunakan *instrument* penelitian, analisis data bersifat kuantitatif atau statistik bertujuan untuk menguji hipotesis yang telah ditetapkan.

Penulis pada penelitian ini juga menggunakan pendekatan *cross sectional*. Menurut Sekaran dan Bougie (2010;119) *cross sectional* adalah penelitian yang dilakukan dimana data yang dikumpulkan hanya satu kali, mungkin lebih dari periode hari atau minggu atau bulan, untuk menjawab pertanyaan penelitian.

### **3.4 Ruang Lingkup Penelitian**

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

Menurut Sekaran dan Bougie (2010:262) populasi merujuk pada kelompok dari orang-orang atau sesuatu hal-hal yang menarik keinginan peneliti untuk melakukan investigasi, sedangkan sampel menurut Sekaran dan Bougie (2010:263), sampel merupakan bagian dari populasi tersebut. Yang terdiri dari beberapa anggota yang dipilih dari populasi. Populasi dari penelitian ini adalah seluruh karyawan tetap PT Lestari Mahadibya yang ada di divisi HRD dan Operasional. Sampel terdiri dari 40 orang.

#### **3.4.2 Teknik Pengambilan Sampel**

Teknik pengambilan sampel yang dilakukan peneliti adalah *probability sampling* dan *nonprobability sampling*. Menurut Sugiyono (2009:118), *probability sampling* adalah teknik sampling yang memberikan peluang yang sama bagi setiap unsur anggota populasi untuk dipilih menjadi anggota sampel. Sedangkan *nonprobability sampling* 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 *probability Sampling* yaitu *Judgment (Purposive) Sampling*. *Judgment Sampling* adalah salah satu teknik *probability sampling* yang dimana individu menentukan sampel berdasarkan penentuan kriteria dari anggota sampel tersebut. Responden yang didapatkan dari *judgmental sampling* harus memenuhi beberapa kriteria diantaranya merupakan karyawan PT Lestari Mahadibya, berada di departemen HRD dan Operasional, dan telah menjadi karyawan tetap.

#### **3.4.3 Time Frame dan Sample Size**

Peneliti melakukan uji konten validitas dengan dosen pembimbing pada tanggal 05 Mei 2015 dan 11 Mei 2015. Setelah itu, peneliti juga melakukan uji konten validitas dengan Koordinator Training yaitu Bapak Ferdy pada tanggal 12 Mei 2015.

Setelah kuesioner peneliti disetujui oleh pihak PT Lestari Mahadibya untuk disebar, peneliti menyebarkan kuesioner *pretest* pada tanggal 13 Mei – 19 Mei 2015 kepada 15 orang karyawan di PT Lestari Mahadibya. Kemudian hasil dari *pretest* tersebut dilakukan uji validitas dan reliabilitas menggunakan software SPSS versi 22.0.

Kemudian diadakannya Seminar *pre test* yang dilakukan pada tanggal 27 Mei 2015. *Pre test* ini dilakukan untuk menguji validitas dan reliabilitas dari variabel yang akan penulis gunakan pada penelitian ini. Jumlah responden pada *pre test* sebanyak 15 orang dan *main test* sebanyak 40 orang.

### 3.4.4 Teknik Pengumpulan Data

Menurut Sekaran dan Bougie (2010;180), metode pengumpulan data terdiri dari 2 yaitu:

1. Data Primer

Data yang diperoleh secara langsung dari sumber data tersebut. Contoh data primer adalah *interview*, *questionnaires* dan *observed*. Pada penelitian ini penulis akan menggunakan *questionnaires* dan *interview* untuk mengumpulkan data.

2. Data Sekunder

Data mengacu pada informasi yang dikumpulkan dari sumber yang sudah ada. Contoh data sekunder adalah arsip atau catatan perusahaan, publikasi pemerintah, analisis industri yang ditawarkan media, *website*, dan internet. Penelitian ini didukung menggunakan riset perpustakaan, yakni dengan membaca beberapa buku dan jurnal yang mengenai penelitian ini.

### 3.5 Teknik Analisis

Dalam melakukan proses analisis data dalam penelitian ini, peneliti menggunakan SPSS versi 22.0 yaitu *software* yang berfungsi untuk menganalisis data,

melakukan perhitungan statistik baik untuk statistik parametrik maupun non-parametrik dengan basis windows.

### **3.5.1 Uji Validitas**

Menurut Ghozali (2011:52), 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, 2011:58).

### **3.5.2 Uji Reliabilitas**

Pengertian Reliabilitas menurut Ghozali (2011:47), 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;48).

### **3.5.3 Uji Asumsi Klasik**

Menurut Ghozali (2011:103), 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 (2011:160) 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 2011:139).

### 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 2011:105).

### 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 (*timeseries*) karena “gangguan” pada seseorang individu atau kelompok cenderung mempengaruhi gangguan pada individu/kelompok yang sama pada periode berikutnya (Ghozali, 2011:110).

### **3.5.4 Uji Model**

Ketepatan fungsi regresi sampel dalam menaksir 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, 2011:97).

#### **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<sup>2</sup>* 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, 2011:97).

#### **3.5.4.2 Uji Signifikansi Simultan (Uji Statistik F)**

Menurut Ghozali (2011:98) Uji statistik F pada dasarnya menunjukkan apakah semua variabel independen atau bebas yang dimasukkan dalam model mempunyai pengaruh secara bersama-sama terhadap variabel dependen/terikat. Hipotesis nol ( $H_0$ ) yang hendak diuji adalah apakah semua parameter dalam model sama dengan nol, atau :

$H_0 : b_1 = b_2 = \dots = b_k = 0$ , artinya apakah semua variabel independen bukan merupakan penjelas yang signifikan terhadap variabel dependen. Hipotesis alternatifnya ( $H_A$ ) tidak semua parameter secara simultan sama dengan nol, atau :

$H_A : b_1 \neq b_2 \neq \dots \neq b_k \neq 0$ , artinya semua variabel independen secara simultan merupakan penjelas yang signifikan terhadap variabel dependen.

#### **3.5.4.3 Uji Signifikan Parameter Individual (Uji Statistik t)**

Berdasarkan Ghozali (2011:98), uji statistik t pada dasarnya menunjukkan seberapa jauh hubungan satu variabel penjelas atau independen secara individual dalam menerangkan variasi variabel dependen. Hipotesis nol ( $H_0$ ) yang hendak diuji adalah apakah suatu parameter ( $b_1$ ) sama dengan 0, atau :

$H_0 : b_1 = 0$ , artinya suatu variabel independen bukan merupakan penjelas yang signifikan terhadap variabel dependen.

$H_A : b_1 \neq 0$  artinya variabel tersebut merupakan penjelas yang signifikan terhadap variabel dependen.

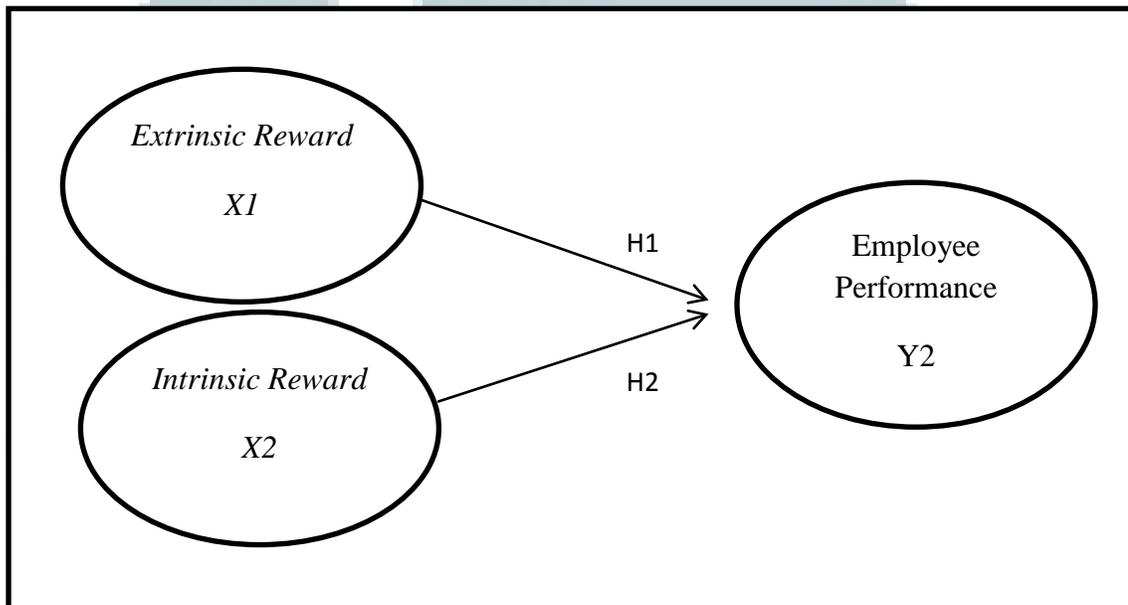
Cara untuk melakukan uji t adalah dengan membandingkan nilai statistik  $t_{hitung} > t_{tabel}$  maka  $H_A$  diterima yang menyatakan bahwa suatu variabel independen secara individual mempengaruhi variabel dependen dengan demikian  $H_0$  ditolak.

#### **3.5.4.4 Analisis Regresi Linier**

Analisis regresi pada dasarnya adalah studi mengenai ketergantungan variabel dependen (terikat) dengan satu atau lebih variabel independen (variabel penjelas/bebas) dengan tujuan untuk mengestimasi dan atau memprediksi rata-rata populasi atau nilai rata-rata variabel dependen berdasarkan nilai variabel independen yang diketahui. Hasil dari analisis regresi adalah berupa koefisien untuk masing-

masing variabel independen yang diperoleh dengan cara memprediksi nilai variabel dependen dengan suatu persamaan (Ghozali,2011:95).

Dalam penelitian ini peneliti menggunakan analisis regresi linier berganda untuk menguji pengaruh antara *extrinsic reward* dan *intrinsic reward* terhadap *employee performance*.



**Sumber:** (Edirisooriya, 2014) *Impact of rewards on employee performance: with special reference to electric co, diolah Hermanto (2015).*

**Gambar 3.6 Model Penelitian**

#### 3.5.4.5 Analisis Regresi Berganda

Analisis regresi mengukur kekuatan hubungan antara 2 variabel atau lebih dan menunjukkan arah hubungan antara variabel dependen dengan variabel independen (Ghozali, 2011:96). Regresi berganda merupakan teknik statistika yang dapat digunakan untuk menganalisis hubungan antara variabel dependen dan variabel independen. Tujuan dari analisis regresi berganda adalah untuk mengetahui

signifikansi variabel independen terhadap variabel dependen sehingga dapat memuat prediksi yang tepat (Pramesti, 2014:113). Model linier dari regresi berganda dalam penelitian ini adalah :

$$y = \alpha + \beta_1 x_1 + \beta_2 x_2 + e$$

Dimana :

$Y = \textit{Employee Performance}$

$\alpha = \textit{konstanta}$

$\beta = \textit{Koefisien Regresi}$

$X_1 = \textit{Extrinsic Reward}$

$X_2 = \textit{Intrinsic Reward}$

$e = \textit{Error}$

### 3.6 Definisi Operasional Variabel

1. Menurut Sugiyono (2009:59), variabel bebas adalah variabel yang mempengaruhi atau menjadi sebab perubahannya atau timbulnya variabel terikat. Dalam penelitian ini, variabel bebasnya adalah *extrinsic reward*( $X_1$ ) dan *intrinsic reward*( $X_2$ )

2. Menurut Sugiyono (2009;59), variabel terikat adalah variabel yang dipengaruhi atau yang menjadi akibat karena adanya variabel bebas. Variabel terikat dalam penelitian ini adalah *employee performance* (Y).

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

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

*Employee performance* ditemukan berhubungan dengan sejumlah faktor termasuk kesadaran, keterbukaan terhadap pengalaman, keramahan, dan stabilitas emosional (Stewart, G.L., K.P. Carson and R.L. Cardy, 1996 dalam Rabia Imran, Afsheen Fatimah, Arshad Zaheer, Imran Yousaf, Iram Batool, 2012). Menurut (Karatepe, O.M., O. Uludag, I. Menevis, L.Hadzimehmedagic and C.L. Baddar, 2006 dalam Rabia Imran, Afsheen Fatimah, Arshad Zaheer, Imran Yousaf, Iram Batool, 2012).

*Employee Performance* juga ditemukan dipengaruhi oleh sifat bersaing, dan tingkat berusaha. Cara yang dilakukan oleh karyawan untuk mencapai tujuan yang ditetapkan oleh organisasi dan berhubungan dengan perilaku interpersonal mereka dengan norma organisasi dapat disebut sebagai *Employee Performance* (Keller, R.T., 2006 dalam Rabia Imran, Afsheen Fatimah, Arshad Zaheer, Imran Yousaf, Iram Batool, 2012).

### 3.6.2 Variabel Independent (X)

#### 1. *Extrinsic Reward (X1)*

Menurut Aktar (2012) *extrinsic reward* adalah imbalan yang nyata dan manfaat ini diluar dari pekerjaan atau tugas yang dilakukan karyawan. Imbalannya dapat berupa gaji, promosi, bonus, upah, dan keamanan kerja.

Menurut Ajila & Abiola (2004) *extrinsic reward* adalah mereka yang diluar dari tugas pekerjaan, seperti upah, kondisi kerja, keamanan, promosi, kontrak kerja, lingkungan dan kondisi kerja.

#### 2. *Intrinsic Reward (X2)*

Menurut Aktar (2012) *Intrinsic reward* adalah imbalan psikologis seperti penghargaan, pertemuan tantangan baru, sikap positif dan peduli dari atasan, dan rotasi kerja setelah mencapai tujuan.

Menurut Ajila & Abiola (2004) Penghargaan *intrinsic reward* dapat istilah sebagai imbalan psikologis dan kesempatan menggunakan kemampuan seseorang, rasa tantangan, dan prestasi, menerima apresiasi, pengakuan positif, dan diperlakukan dengan cara yang peduli dan perhatian.

**Tabel 3.1 Tabel Definisi Operasional**

No	Variabel	Definisi	Indikator	Skala Pengukuran	Sumber
1.	<i>Extrinsic Reward (X1)</i>	<i>Extrinsic reward</i> adalah imbalan yang nyata dan manfaat ini diluar dari pekerjaan atau tugas yang dilakukan karyawan. Imbalannya dapat berupa gaji, promosi, bonus, upah, dan keamanan kerja. Aktar (2012)	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Skala gaji didasarkan pada kategori pekerjaan.</li> <li>2. Jumlah bonus yang saya terima berdasarkan kontribusi saya kepada perusahaan</li> <li>3. Jumlah benefit yang saya terima berdasarkan kontribusi saya kepada perusahaan</li> <li>4. Kesempatan saya untuk mendapatkan perkembangan karir (promosi) di perusahaan tinggi</li> </ol>	Skala Likert 1-5	<p>Aktar et al (2012)</p> <p>Edirisooriya, A. Waruni (2014)</p>
2.	<i>Intrinsic Reward (X2)</i>	<i>Intrinsic reward</i> adalah imbalan psikologis seperti penghargaan, pertemuan tantangan baru, sikap positif dan peduli dari atasan, dan rotasi kerja setelah mencapai tujuan.	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Perusahaan memberikan pengakuan (recognition) secara adil</li> <li>2. kemungkinan peluang kemajuan karir di PT Lestari Mahadibya tinggi</li> </ol>	Skala Likert 1-5	Edirisooriya, A.

		Aktar (2012)	<p>3. tanggung jawab yang diberikan sesuai dengan kemampuan saya</p> <p>4. menurut saya dukungan dari organisasi untuk saya dalam belajar tinggi</p> <p>5. menurut saya ketersediaan dari organisasi untuk saya dalam belajar tinggi</p>		Waruni (2014)
3.	<i>Employee Performance (Y)</i>	Kinerja karyawan juga ditemukan dipengaruhi oleh sifat bersaing, dan tingkat berusaha. Cara yang dilakukan oleh karyawan untuk mencapai tujuan yang ditetapkan oleh organisasi dan berhubungan dengan perilaku interpersonal mereka dengan norma organisasi dapat disebut sebagai kinerja karyawan	<p>1. Saya tiba tepat waktu di tempat kerja setelah waktu istirahat selesai</p> <p>2. Saya diberikan tugas yang cukup dimengerti</p> <p>3. Saya memenuhi tanggung jawab dari pekerjaan yang diberikan atasan</p> <p>4. Saya hadir</p>	Skala Likert 1-5	Lynch et al (1999)

		(Keller, R.T., 2006 dalam Rabia Imran, Afsheen Fatimah, Arshad Zaheer, Imran Yousaf, Iram Batool, 2012).	sesuai dengan aturan		
			5. Saya memberikan pemberitahuan ketika tidak dapat datang untuk bekerja		
			6. Saya secara sukarela untuk membantu karyawan baru		

**Sumber:** Diolah oleh Penulis

UMMN



UMN