

## BAB III

### METODOLOGI PENELITIAN

#### 3.1 Gambaran Umum Objek Penelitian

PT XYZ yang berdiri pada tahun 1975 adalah *System Integrator* terkemuka di Indonesia, dan merupakan salah satu perusahaan pertama yang memperoleh sertifikasi ISO 9001. Tanggal 8 Juli 2013 merupakan momen bersejarah dalam rekam jejak PT XYZ, yang resmi tercatat di Bursa Efek Indonesia (BEI) dengan kode saham MLPT, dan terdaftar sebagai sekuritas syariah. Pemegang saham mayoritas PT XYZ adalah MLPL, perusahaan induk terkemuka yang berfokus di segmen ritel dan TMT (Teknologi, Multimedia dan Telekomunikasi) dengan 80% kepemilikan saham; dan sisanya 20% dimiliki oleh publik.

Dengan pengalaman yang luas di bidang Sistem Integrasi untuk Perangkat keras dan layanan integrasinya, Sistem aplikasi dan layanan implementasinya, serta Layanan IT *Consulting*, PT XYZ bersama anak usahanya secara berkesinambungan memberikan layanan menyeluruh dan optimal bagi berbagai bisnis: PT VDI dengan fokus pada *Business Process Managed Services*, dan PT GTN yang berfokus pada Layanan Pengelolaan dan Pengoperasian *Data Center*. Selama bertahun-tahun PT XYZ telah meraih pengakuan dan penghargaan atas keunggulannya yang dimana kebanyakan penghargaan yang didapatkan PT XYZ berasal dari IBM.

PT XYZ adalah mitra terpercaya dari penyedia TI terkemuka di dunia seperti IBM, Cisco, NCR, VMware, Oracle, and Microsoft. Profesionalismenya telah diakui dengan level kemitraan seperti *IBM Premier Partner*, *Cisco Gold Partner*, dan *VMware Premier Partner*. PT XYZ juga telah disertifikasi dengan sertifikasi *Specialty* dari IBM, dan sertifikasi *Authorized Technology Provider (ATP)* dari Cisco, yang membuktikan kapabilitas dan fokus PT XYZ dalam mengembangkan kompetensi teknisnya.

Klien dari PT XYZ meliputi berbagai perusahaan ternama di sektor perbankan, asuransi, *multifinance*, telekomunikasi, sektor publik dan sektor komersial seperti manufaktur, ritel, distribusi, pendidikan, dan rumah sakit. Dikombinasikan dengan pendekatan secara proaktif mengikuti tren dan kebutuhan pasar teknologi, PT XYZ adalah jawaban dalam pengadaan berbagai dengan layanan dan teknologi canggih. Klien dari PT XYZ diantaranya yaitu: AAB, AAB Sakti Industri, ACE Life, AIAAjinomoto, Asuransi Bintang, Bahana, Bank Artha Graha, BII, BNI, BRI Syariah, Bank BTPN, Bank Bumi Arta, Bank Danamon Indonesia, Bank Index Selindo, Bank Kesejahteraan, Bank Mayapada, Bank Mestika, Bank NTT, Bank Riau Kepri, Bank Sulsel, Bank Sumsel Babel, UOB Buana, BPD Bali, BPD DIY, BT Communication, CLSA, Eka Boga Inti, Frisian Flag Indonesia, First Media, Freeport Indonesia, Hoka Hoka Bento, IDX, Matahari Department Store Tbk, Mayapada Hospital, OCBC NISP, OSK, Permata Bank, Rabobank, Semen Gresik, Siloam Hospital, Softex Indonesia, SPH, Taspen, Telkom Indonesia, UPH, XL.

### 3.1.2 Visi dan Misi Perusahaan

#### Visi PT XYZ:

Menjadi penyedia jasa teknologi terkemuka, yang memberikan nilai berkesinambungan bagi para pemangku kepentingan dan hasil positif bagi kehidupan.

#### Misi PT XYZ:

- Menjadi mitra terpercaya melalui penyediaan solusi yang terbaik.
- Menyediakan Sumber Daya Manusia yang berkualitas dengan mengacu pada filosofi Perseroan, guna menjamin pertumbuhan yang berkesinambungan.

### 3.1.3 Corporate Value

Seluruh karyawan PT XYZ menjunjung kode etik profesional demi terciptanya keunggulan tata laksana dan operasional. Program pelatihan karyawan dan standar mutu internal memastikan tercapainya standar mutu yang dibutuhkan untuk mendorong kepuasan pelanggan. PT XYZ menyediakan lingkungan yang memperhatikan keseimbangan beban kerja sehingga memungkinkan karyawan menikmati keseimbangan dalam pekerjaan dan kehidupan, yang tercermin dalam *value* dan etos kerja perusahaan yaitu **M=IQ<sup>2</sup>** dan **CARE**

**Value M=IQ<sup>2</sup> :**

**M = PT XYZ**

**I = Integritas**, menjunjung tinggi integritas yang membangkitkan rasa bangga bagi karyawan maupun masyarakat sekitarnya.

**Q = Quality** (kualitas layanan), memberikan layanan yang berkualitas yang memenuhi atau bahkan melampaui harapan pelanggan.

**Q = Quality** (kualitas pekerjaan dan kehidupan), keseimbangan antara kualitas pekerjaan dan kehidupan sosial, yang menjunjung tinggi martabat dan memberikan kesempatan untuk berkembang.

**Etos kerja CARE:**

**C = Competent**, bertekad untuk terus mengasah kompetensi diri agar mampu memberikan layanan dengan kualitas tertinggi bagi pelanggan.

**A = Active and Proactive**, secara aktif dan proaktif menyediakan solusi yang paling tepat bagi pelanggan.

**R = Reliable**, merupakan mitra bisnis yang andal, menjalankan apa yang menjadi komitmen perusahaan.

**E = Empathetic**, menunjukkan empati dalam melayani, menyelaraskan solusi dengan kebutuhan pelanggan.

### 3.1.4 Kegiatan usaha

PT XYZ telah mengembangkan kompetensinya dalam empat area utama, yaitu:

1. Perangkat Keras dan Layanan Integrasinya

Menyediakan dan melakukan pengaturan perangkat keras TI dan perangkat jaringan bagi berbagai bisnis; memastikan peralihan yang mulus termasuk pengintegrasian dengan infrastruktur yang sudah ada. Dalam hal ini meliputi infrastruktur jaringan, *server enterprise* termasuk *midrange* dan *mainframe*, *storage enterprise*, dan solusi *self-service*/layanan mandiri.

2. Sistem Aplikasi dan Layanan Implementasinya

Kami memiliki kerangka solusi yang terintegrasi dengan baik dan layanan implementasinya guna mendukung berbagai bisnis; antara lain Solusi Perbankan, Solusi *High Availability*, Solusi *Information Management*, *Business Analytics*, Solusi *Enterprise Business*, *Service-Oriented Architecture (SOA)*, Solusi Virtualisasi, dan Sistem *Enterprise Project Management (EPM)*.

3. *IT Consulting Services*

Tim konsultan TI PT XYZ terdiri dari individu-individu berbakat yang sangat menguasai bidangnya, memiliki pengetahuan global yang luas, dan berpengalaman di bidang konsultandengan berdasarkan pada budaya profesionalisme yang tinggi, mengadopsi praktik bisnis terbaik, sikap 'optimis', dan terbuka terhadap gagasan baru. PT XYZ akan

membantu untuk mengidentifikasi solusi yang paling tepat dalam upaya mencapai tujuan perusahaan. Layanan ini dikategorikan kedalam tiga area, yaitu *IT Strategy/IT Planning Consulting Services*, *IT Project Management Consulting Services*, dan *IT Operations Consulting Services*.

#### 4. *Business Process Managed Services*

Layanan ini disediakan oleh anak usaha PT XYZ, yaitu VDI, yang memiliki cakupan layanan berskala nasional dengan lebih dari 125 titik layanan. PT XYZ menawarkan solusi alternatif berbasis TI yang ekonomis untuk area *Field Operation Managed Services*, *Branch IT Services*, *Merchant IT Services*, *IT Operation Managed Services*, *IT Application Managed Services*, *Contact Center Services*, dan *Mobile & Payment Services*.

### 3.2 Desain Penelitian

Desain Penelitian yaitu rancangan utama yang men-spesifikasikan metode dan prosedur untuk mengumpulkan dan menganalisis data/ informasi yang dibutuhkan (Zikmund, *et al.*, 2013, P.64).

#### 3.2.1 Research Data

Menurut Malhotra (2012,p.73) *Secondary data* adalah data yang dikumpulkan untuk suatu tujuan lain dari permasalahan, *secondary data* dalam penelitian ini yaitu buku teori, jurnal, artikel.

*primary data* adalah data yang berasal dari peneliti untuk permasalahan yang spesifik dalam pembelajaran, seperti data survey. Data yang banyak digunakan dalam menentukan hasil penelitian ini adalah *primary data*, yaitu data dikumpulkan melalui *in-depth interview* dengan *manager HR* dan survei kepada responden. Pengumpulan data dilakukan dengan kuesioner untuk karyawan bagian *Support PT XYZ*.

### **3.2.2. Metode Penelitian**

Menurut Zikmund, *et al.* (2013, p.134), penelitian kuantitatif merupakan penelitian bisnis yang membahas objektif penelitian melalui penilaian empiris yang melibatkan pengukuran numerik dan analisis. Metode penelitian yang digunakan penulis dalam penelitian ini adalah metode penelitian kuantitatif dan *descriptive research*, Data kuantitatif yang didapatkan peneliti yaitu hasil dari penyebaran dan pengisian kuesioner yang kemudian datanya diolah dan dijelaskan dalam bentuk paragraf deskriptif. menurut Zikmund, *et al.* (2013, p.53), *Descriptive research* adalah mendeskripsikan karakteristik dari sebuah objek, orang, kelompok, organisasi, atau lingkungan dari situasi yang ada.

## **3.3. Ruang Lingkup Penelitian**

### **3.3.1. Populasi dan Sampel**

Menurut Zikmund *et al.*, (2013, p.385), Populasi adalah semua orang atau sekelompok orang yang terdapat dalam suatu entitas, yang memiliki karakteristik yang sama. Pada penelitian ini, yang menjadi target populasi yaitu karyawan PT XYZ.

Menurut Zikmund et al., (2013, p.393), Sampel adalah sekelompok orang atau beberapa bagian dari sebuah populasi. Dalam penelitian ini yang menjadi sampel yaitu karyawan bagian *support* PT XYZ.

Dalam penentuan jumlah *sample* pada penelitian ini menurut Hair et al (2010), yaitu banyaknya jumlah item pertanyaan yang digunakan pada kuesioner, di mana dengan mengasumsikan  $n \times 5$  observasi sampai  $n \times 10$  observasi. Pada penelitian ini penulis menggunakan  $n \times 5$  observasi dengan jumlah indikator 12 buah, maka dapat ditentukan bahwa jumlah minimum *sample* yang akan diambil pada penelitian ini adalah sebanyak:  $12 \times 5 = 60$  responden.

### 3.3.2. Sampling Techniques

Zikmund, *et al.*, (2013, p.392) membagi sampling menjadi 2 jenis, yaitu:

#### 1. *Probability sampling*

Teknik sampling dimana setiap 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, *sample* dipilih berdasarkan penilaian dari peneliti itu sendiri.

Menurut Zikmund et al., (2013, p.393) Terdapat 4 *sampling technique* di dalam *non-probability sampling*, yaitu:



a. *Convenience Sampling*

sampel di pilih berdasarkan kenyamanan peneliti dalam mengambil sampel, biasanya elemen yang dipilih yang sudah tersedia, dekat, atau bersedia untuk berpartisipasi.

Hal ini memungkinkan peneliti untuk dapat mengumpulkan sampel dengan biaya yang murah.

b. *Judgement Sampling*

sampel yang dipilih berdasarkan penilaian personal peneliti, yang didasari oleh kepercayaan peneliti bahwa mereka 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 responden yang profilnya sesuai dengan subjek penelitian yang dibutuhkan. Kemudian mereka diminta untuk mereferensikan orang lain dengan karakteristik yang sama. Proses ini terus 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 dibutuhkan oleh peneliti.

Berdasarkan penjelasan di atas peneliti menggunakan teknik *Non-Probability Sampling* yang dimana unit *sample* dipilih berdasarkan penilaian atau kenyamanan pribadi peneliti. *Sampling technique* dari *Non-Probability sampling* yang peneliti gunakan yaitu *judgement sampling* yaitu *sample* yang dipilih berdasarkan penilaian peneliti tentang beberapa karakteristik yang sesuai dan dibutuhkan dari anggota *sample* yaitu karyawan bagian *support* PT XYZ yang sudah bekerja minimal 1 tahun.

### 3.4. Teknik Pengumpulan Data

#### 3.4.1. Sumber dan Cara Pengumpulan Data

Dalam penelitian ini, peneliti menggunakan kedua metode pengambilan data. Data primer merupakan data yang langsung didapatkan dari objek penelitian yaitu karyawan bagian *support* PT XYZ. Data yang peneliti dapatkan dari objek penelitian melalui obeservasi melalui *interview* dan penyebaran kuesioner.

Sedangkan data sekunder merupakan data yang tidak langsung didapatkan oleh peneliti dari perusahaan melainkan data yang peneliti dapatkan dari buku – buku teori, jurnal utama maupun jurnal pendukung, dan artikel *online*.

### 3.4.2. Metode Pengumpulan Data

Menurut Zikmund, et al. (2013) terdapat beberapa kategori metode yang bisa digunakan untuk pengumpulan data, yaitu:

1. Menurut Zikmund, et al. (2013, p.236), *Observation research* yaitu merupakan proses sistematis dalam merekam pola-pola perilaku orang-orang, objek-objek dan kejadian-kejadian yang disaksikan.
2. Menurut Zikmund, et al. (2013, p.185), *Survey research* diartikan sebagai sebuah metode pengumpulan data primer melalui komunikasi dengan *sample* yang diwakili oleh individu-individu.

Berdasarkan kedua metode pengambilan data diatas, peneliti menggunakan kedua metode yaitu metode *observation research* dan metode *survey research* dalam penelitian. Dalam metode *observation research* peneliti melakukan observasi secara langsung dengan melakukan *in-depth-interview* terhadap *manager HRD PT XYZ*.

Sedangkan dalam metode *survey research* peneliti menyebarkan kuesioner kepada responden yaitu karyawan *support PT XYZ*.

### 3.5 Periode Penelitian

Menurut Maholtra (2012) *time frame* mengacu pada waktu yang dibutuhkan peneliti untuk mengumpulkan data hingga mengolahnya. penelitian ini dilakukan pada periode waktu februari hingga juli 2017. Periode pengisian kuesioner untuk *main-test* yaitu 8 – 21 juni 2017 sebanyak 70 responden.

Dalam kuesioner penelitian ini digunakan skala pengukuran *likert*. Skala *likert* merupakan pengukuran sikap yang memungkinkan responden untuk memberikan nilai menurut pendapatnya dari sangat tidak setuju hingga sangat setuju dengan mengikuti petunjuk yang diberikan (Ghozali, 2005, p.47)

Keterangan	Skala
Sangat setuju	5
Setuju	4
Cukup	3
Tidak setuju	2
Sangat tidak setuju	1

Sumber : Hasil Pengolahan Data Primer, 2017

### 3.6 Definisi Operasional Variabel

Variabel dalam penelitian ini terbagi menjadi dua, yaitu variabel bebas (*dependent variable*) dan variabel terikat (*independent variable*). Variabel bebas adalah variabel yang dipengaruhi akibat dari adanya variabel bebas. Sedangkan variabel terikat adalah variabel yang mempengaruhi atau sebab perubahan timbulnya variabel terikat.

#### 3.6.1 Variabel Bebas (X)

Dalam penelitian ini yang termasuk dalam variabel bebas adalah *Employee Relationship Proneness* - Menurut De Wulf *et al.*, 2001 (dalam Bloemer dan Schroder, 2006) *Employee Relationship Proneness* yaitu

kecenderungan atau keinginan dari karyawan untuk *engage in relationship* dengan *employer* dan organisasinya (hubungan berdasarkan dedikasi).

Variabel ini diukur dengan menggunakan skala *likert* dari 1 sampai dengan 5. Skala 1 menunjukkan rendahnya *Employee Relationship Proneness* karyawan yang terjadi didalam perusahaan dan skala 5 menunjukkan tingginya *Employee Relationship Proneness* karyawan yang terjadi didalam perusahaan.

### **3.6.2 Variabel Terikat (Y)**

Dalam penelitian ini yang menjadi variabel terikat adalah *Affective Commitment*, *Calculative Commitment*, dan *Normative Commitment*.

#### *1. Affective Commitment*

Menurut Robbins dan Judge (2009, p.113) Suatu ikatan emosional kepada organisasi dan kepercayaannya terhadap nilai tersebut.

Menurut Allen dan Meyer, 1990 (dalam Bloemer & Schroder, 2006) keinginan karyawan untuk tetap menjalin hubungan dengan *employer* tertentu karena adanya kenyamanan atas hubungan tersebut. Terlepas dari nilai instrumental dan karena karyawan tersebut mengalami rasa loyalitas dan rasa memiliki.

Variabel ini diukur dengan menggunakan skala *likert* dari 1 sampai dengan 5. Skala 1 menunjukkan rendahnya *Affective Commitment* karyawan atas pekerjaan didalam perusahaan dan

skala 5 menunjukkan tingginya *Affective Commitment* karyawan atas pekerjaan didalam perusahaan.

## 2. *Calculative Commitment*

Menurut Robbins dan Judge (2009, p.114) *Continuance Commitment* merupakan suatu nilai ekonomi yang dirasakan untuk tetap berada dalam organisasi dari pada keluar dari organisasi tersebut. seorang karyawan mungkin berkomitmen karena organisasi memberikan gaji yang memuaskan.

Menurut Allen dan Meyer 1990 (dalam Bloemer & Schroder, 2006) *Calculative* atau *continuance commitment* didefinisikan sebagai tingkatan dimana karyawan mengalami kebutuhan untuk mempertahankan hubungan dengan *employer* tertentu, yang memberikan persepsi *switching cost* signifikan yang terkait ketika meninggalkan perusahaan.

Variabel ini diukur dengan menggunakan skala *likert* dari 1 sampai dengan 5. Skala 1 menunjukkan rendahnya *Calculative Commitment* karyawan atas pekerjaan didalam perusahaan dan skala 5 menunjukkan tingginya *Calculative Commitment* karyawan atas pekerjaan didalam perusahaan.

### 3. Normative Commitment

Menurut Robbins dan Judge (2009, p.114), *Normative Commitment* yaitu kewajiban untuk tetap tinggal di organisasi karena alasan moral atau etik.

Menurut Allen dan Meyer, 1990 (dalam Bloemer & Schroder, 2006) *Normative commitment* tercermin dari kewajiban moral seorang karyawan untuk tetap berhubungan dengan *employer* tertentu.

Variabel ini diukur dengan menggunakan skala *likert* dari 1 sampai dengan 5. Skala 1 menunjukkan rendahnya *Normative Commitment* karyawan atas pekerjaan didalam perusahaan dan skala 5 menunjukkan tingginya *Normative Commitment* karyawan atas pekerjaan didalam perusahaan.

### 3.7 Definisi Operasional

**Tabel 3.1 Definisi Operasional**

No	Variabel	Definisi	Measurement	Skala	Jurnal referensi
1	<b><i>Employee Relationship Proneness</i></b>	kecenderungan atau keinginan dari karyawan untuk <i>engage in relationship</i> dengan <i>employer</i> dan organisasinya	1. Karena ada hubungan yang baik dengan rekan kerja saya sehingga saya mampu bekerja sama dengan baik ( <i>I have a good relationship with my</i>	Likert <i>scale</i> 1 -5	Dumisani Xesha., Chux Gervase Iwu., Andre Slabbert., & Joyce nduna (2014). <i>The Impact of Employer-</i>

		(hubungan berdasarkan dedikasi). De Wulf <i>et al.</i> , (2001, dalam Bloemer dan Schroder, 2006)	<p><i>employer</i>)</p> <p>2. saya akan tetap bekerja di perusahaan ini selama saya masih dibutuhkan (<i>Generally I'm someone who is willing to "go the extra mile" for staying with the same organization</i>)</p> <p>3. Menurut saya komunikasi dua arah antara saya dengan manager cukup baik dan terbuka (<i>the employer communicates openly and honestly with the employees</i>)</p>		<p><i>Employee Relationships on Business Growth.</i> 5(3), 313-324</p> <p>Bloemer, Josee., Odekerken-Schroder, Gaby (2006). <i>The Role of Employee Relationship Proneness in Creating Employee Loyalty.</i> <i>International Journal of bank marketing</i>, Vol. 24. 252-264.</p>
2	<b><i>Affective Commitment</i></b>	keinginan karyawan untuk tetap menjalin hubungan dengan <i>employer</i> tertentu karena adanya	1. Saya bangga merekomendasikan perusahaan ini kepada orang-orang luar ( <i>I enjoy discussing my organization with</i>	Likert scale 1-5	Natalie J. Allen., John P. Meyer (1990). <i>The measurement and antecedents of affective,</i>



	kenyamanan atas hubungan tersebut. Terlepas dari nilai instrumental dan karena karyawan tersebut mengalami rasa loyalitas dan rasa memiliki. Allen dan Meyer (1990, dalam Bloemer & Schroder, 2006)	<p><i>people outside it)</i></p> <p>2. perusahaan ini merupakan keluarga kedua bagi saya (<i>I feel like “part of the family” at my organization)</i></p> <p>3. saya berkeinginan untuk terus berkontribusi dengan perusahaan ini (<i>I would be very happy to spend the rest of my career with this organization)</i></p>	<p><i>continuance, and normative commitment to the organization.</i></p> <p><i>Journal of occupational psychology.</i> 63, 1-18</p> <p>Yucel, Ilhami (2012). <i>Examining the relationships among job satisfaction, organizational commitment, and turnover intention: An empirical study.</i> <i>International Journal of Business and Management.</i> 7, 20<sup>th</sup> ser., 44-58</p>
--	---	--	--

3	<p><b>Calculative Commitment</b></p>	<p>tingkatan dimana karyawan mengalami kebutuhan untuk mempertahankan hubungan dengan <i>employer</i> tertentu, yang memberikan persepsi <i>switching cost</i> signifikan yang terkait ketika meninggalkan perusahaan. Allen dan Meyer 1990 (dalam Bloemer &amp; Schroder, 2006)</p>	<p>1. Menurut saya remunerasi (gaji, bonus, tunjangan, <i>benefit</i> karyawan) yang saya terima sudah sesuai dengan kontribusi yang saya berikan, sehingga saya puas dan ingin tetap bekerja di perusahaan ini ( <i>it would be too costly for me to leave my organization now</i>)</p> <p>2. menurut saya proses pembelajaran (<i>training</i>) yang disediakan perusahaan ini memberikan kesempatan untuk meningkatkan kemampuan saya (<i>one of the major reason I continue to work for this organization is that</i></p>	<p>Likert scale 1-5</p>	<p>Bloemer, Josee., Odekerken-Schroder, Gaby (2006). <i>The Role of Employee Relationship Proneness in Creating Employee Loyalty. International Journal of bank marketing</i>, Vol. 24. 252-264</p> <p>Natalie J. Allen., John P. Meyer (1990). <i>The measurement and antecedents of affective, continuance, and normative commitment to the organization.</i></p>
---	--------------------------------------	--	---	-----------------------------	---

			<p><i>leaving would require considerable personal sacrifice – another organization may not match the overall benefits I have here)</i></p> <p>3. saya puas karena diberikan kesempatan jenjang karir yang sesuai harapan saya, sehingga tidak ada alasan bagi saya untuk berpindah pekerjaan (<i>one of the view consequences of leaving this organization would be the scarcity of the available alternatives)</i></p>		<p><i>Journal of occupational psychology. 63, 1-18</i></p>
4	<b>Normative Commitment</b>	tercermin dari kewajiban moral seorang karyawan untuk tetap berhubungan dengan <i>employer</i>	1. karena ada tanggung jawab pekerjaan yang tinggi, saya tidak berpikir untuk meninggalkan pekerjaan saya	Likert scale 1-5	Yucel, Ilhami (2012). <i>Examining the relationships among job satisfaction, organizational</i>

	<p>tertentu. Allen dan Meyer 1990 (dalam Bloemer &amp; Schroder, 2006)</p>	<p>diperusahaan ini (<i>I owe a great deal to my organization</i>)</p> <p>2. bagi saya loyalitas terhadap tempat saya bekerja adalah nilai utama yang harus dipertahankan (<i>I was taught to believe in the value of remaining loyal to one organization</i>)</p> <p>3. alasan saya tetap ingin bekerja diperusahaan ini karena saya memiliki tanggung jawab terhadap komunitas/rekan kerja saya disini (<i>I would not leave my organization right now because I have a sense to the people in it</i>)</p>	<p><i>commitment, and turnover intention: An empirical study. International Journal of Business and Management. 7, 20<sup>th</sup> ser., 44-58</i></p> <p>Bloemer, Josee., Odekerken-Schroder, Gaby (2006). <i>The Role of Employee Relationship Proneness in Creating Employee Loyalty. International Journal of bank marketing, Vol. 24. 252-264</i></p>
--	--	--	--

## 3.8 Teknik Pengolahan Analisis Data

### 3.8.1 Uji Instrumen

Menurut Ghozali (2005, p.47) pada penelitian dibidang ilmu sosial seperti manajemen, psikologi, dan sosiologi umumnya variabel – variabel penelitiannya dirumuskan sebagai sebuah variabel laten, yaitu variabel yang tidak dapat diukur secara langsung, tetapi dibentuk melalui dimensi – dimensi yang diamati atau indikator – indikator yang diamati. Ada dua uji instrumen yakni uji validitas dan uji reliabilitas untuk mengukur kelayakan suatu kuesioner yang digunakan dalam penelitian.

Ghozali (2016, p.15) dalam *main-test* penelitian penulis menggunakan program IBM SPSS (*Statistical Package for the Social Sciences*) versi 23 yaitu *software* yang berfungsi untuk menganalisis data, melakukan perhitungan statistik baik untuk statistik parametrik maupun non-parametrik dengan basis *windows*. IBM SPSS versi 23 digunakan dalam uji validitas dan reliabilitas kuesioner.

### 3.8.2 Uji Validitas

Menurut Zikmund (2013, p.303) uji validitas dilakukan untuk mengukur sejauh mana suatu *measurement* secara akurat mewakili suatu konsep. Cara yang digunakan untuk menguji valid tidaknya suatu kuesioner dalam penelitian ini adalah dengan menggunakan uji *Confirmatory Factor Analysis (CFA)*. Menurut Ghozali (2005, p.58) alat uji pada penelitian ini, digunakan untuk mengukur tingkat interkorelasi antar variabel dan dapat tidaknya dilakukan analisis faktor, dengan menggunakan *Kansen-Meyer-Olkin Measure of Sampling Adequacy (KMO MSA)*, *loading factor*, dan

nilai signifikan. Nilai KMO bervariasi dari 0 sampai dengan 1. Nilai KMO, MSA, dan *loading factor* yang dikehendaki harus  $> 0.50$  untuk dapat dilakukan analisis faktor. Sedangkan nilai signifikan yang dikehendaki  $< 0.050$ .

### **3.8.3 Uji Reliabilitas**

Menurut Ghozali (2016, p.47) Uji Reliabilitas merupakan alat untuk mengukur suatu kuesioner yang merupakan indikator dari variabel atau konstruk. Suatu kuesioner dikatakan handal jika jawaban seseorang terhadap pernyataan adalah konsisten atau lebih stabil dari waktu ke waktu. Untuk mengukur reliabilitas digunakan uji statistik *Cronbach's Alpha*, dimana menurut George and Mallery, 2003 (dalam Gliem and Gliem, 2003), *Cronbach's Alpha*  $< 0.50$  dikatakan *poor*.

### **3.8.4. Uji Asumsi Klasik**

#### **3.8.4.1 Uji Heteroskedastisitas**

Menurut Ghozali (2005, p.139), uji heteroskedastisitas bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi terjadi ketidaksamaan *variance* dari residual satu pengamatan ke pengamatan lain tetap, maka disebut homoskedastisitas dan jika berbeda disebut heteroskedastisitas. Suatu model regresi yang baik adalah yang homoskedastisitas atau tidak terjadi heteroskedastisitas melihat grafik plot. Jika tidak terdapat pola yang jelas serta titik – titik menyebar di atas dan di bawah angka 0 pada sumbu Y, maka tidak terjadi heteroskedastisitas.

Dalam hal ini untuk mengetahui ada atau tidaknya heteroskedastisitas dapat dilihat dengan melalui 2 dasar analisis yaitu, jika ada pola tertentu yang teratur (bergelombang, melebar kemudian menyempit), maka mengindikasikan telah terjadi heteroskedastisitas dan jika tidak ada pola yang jelas, serta titik-titik menyebar diatas dan dibawah angka 0 pada sumbu Y, maka tidak terjadi heteroskedastisitas.

#### **3.8.4.2 Uji Normalitas**

Menurut Ghozali (2005, p.160), uji normalitas bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi, variabel pengganggu atau residual 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.

### **3.8.5 Uji Model**

#### **3.8.5.1 Uji Koefisien Determinasi**

Menurut Ghozali (2005, p.177), koefisien determinasi  $R^2$  pada intinya mengukur seberapa jauh kemampuan model dalam menerangkan variasi variabel dependen. Nilai koefisien determinasi adalah antara nol dan 1. Nilai  $R^2$  yang kecil berarti kemampuan variabel-variabel independen dalam menjelaskan variasi variabel dependen amat terbatas. Nilai yang mendekati satu berarti variabel-variabel independen memberikan hampir semua informasi yang dibutuhkan untuk memprediksi variasi variabel dependen.

### **3.8.6 Uji Hipotesis**

#### **3.8.6.1 Analisis Regresi**

Menurut Ghozali (2005, p.95), Analisis regresi adalah ketergantungan variabel dependen (terikat) dengan satu atau lebih variabel independen (bebas penjelas/ bebas), dengan tujuan untuk mengestimasi atau memprediksi rata-rata populasi atau nilai rata-rata variabel dependen berdasarkan nilai variabel independen yang diketahui.

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

Menurut Ghozali (2005, p.98), uji signifikan parameter individual (uji statistik t) pada dasarnya menunjukkan seberapa jauh pengaruh satu variabel penjelas/independen secara individual dalam menerangkan variasi variabel dependen.

UMMN