



Hak cipta dan penggunaan kembali:

Lisensi ini mengizinkan setiap orang untuk menggubah, memperbaiki, dan membuat ciptaan turunan bukan untuk kepentingan komersial, selama anda mencantumkan nama penulis dan melisensikan ciptaan turunan dengan syarat yang serupa dengan ciptaan asli.

Copyright and reuse:

This license lets you remix, tweak, and build upon work non-commercially, as long as you credit the origin creator and license it on your new creations under the identical terms.

BAB III

METODOLOGI PENELITIAN

3.1 Gambaran Umum Objek Penelitian

Bank XYZ yang berdiri pada tahun 1957 dan merupakan salah satu bank terbesar di Indonesia. Bank XYZ berfokus pada penawaran solusi finansial yang mendukung perencanaan keuangan pribadi dan perkembangan nasabah bisnis melalui transaksi, pinjaman (*lending*), dan pengembangan bisnis baru, namun tetap menjadikan kenyamanan, keamanan dan keandalan sebagai prioritas utama saat memberikan layanan finansial kepada seluruh nasabah. Bank XYZ juga bertekad untuk terus menjadi pemimpin di industri perbankan nasional yang berkontribusi besar bagi perekonomian Indonesia. Setelah melalui krisis keuangan Asia tahun 1997 dan berhasil mengembalikan kepercayaan publik, sejak tahun 2000, Bank XYZ mulai mengembangkan produk bisnisnya, terutama *electronic banking*, yang terus berkembang sampai saat ini.

3.1.1 Visi & Misi Perusahaan

VISI BANK XYZ

Bank pilihan utama andalan masyarakat, yang berperan sebagai pilar penting perekonomian Indonesia.

MISI BANK XYZ

1. Membangun institusi yang unggul di bidang penyelesaian pembayaran dan solusi keuangan bagi nasabah bisnis dan perseorangan.

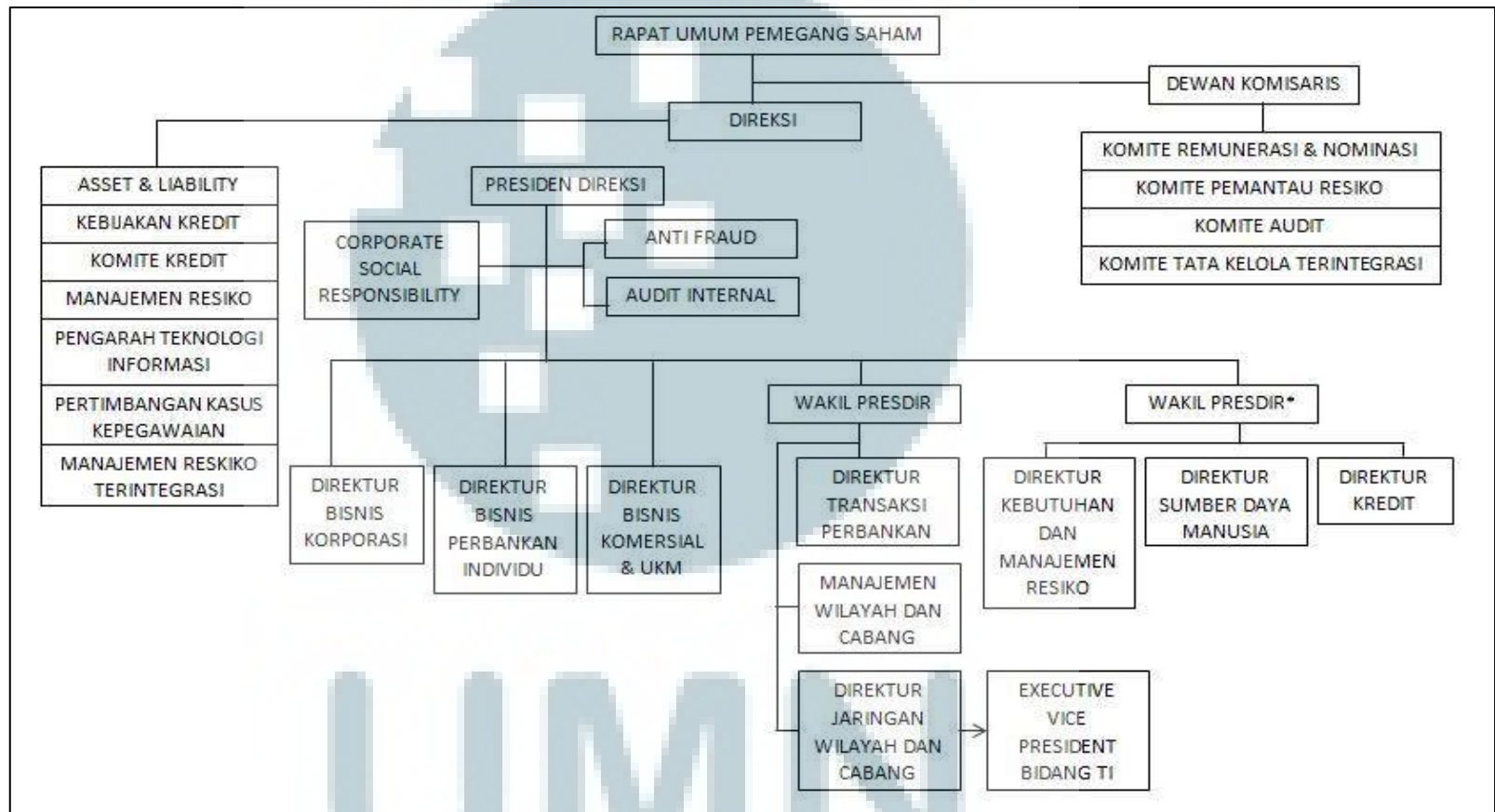
2. Memahami beragam kebutuhan nasabah dan memberikan layanan finansial yang tepat demi tercapainya kepuasan optimal bagi nasabah.
3. Meningkatkan nilai *francais* dan nilai *stakeholder*.

3.1.2 *Company Values*

Berdasarkan informasi dari *website* perusahaan dan hasil *in-depth interview* dengan karyawan, bank XYZ memiliki nilai-nilai utama (*core values*) yang ditanamkan kepada seluruh karyawan, antara lain:

1. *Customer focus*, melaksanakan pekerjaan dengan berfokus kepada konsumen dengan tujuan untuk dapat memahami kebutuhan, keinginan dan harapan konsumen.
2. *Integrity*, karyawan diharapkan mampu mengerjakan tugas-tugasnya secara konsisten dan sesuai dengan prinsip yang dijunjung perusahaan.
3. *Teamwork*, mampu bekerja secara team dengan keterampilan masing-masing dan berkomitmen untuk mencapai tujuan dan target yang telah disepakati sebelumnya.
4. *Continuous pursuit of excellence*, mampu bekerja secara maksimal dan mencapai keunggulan secara terus menerus di bidangnya.

3.1.3 Struktur Organisasi



Sumber : Website Perusahaan, Hasil Olahan Penulis

Gambar 3. 1 Struktur Organisasi Perusahaan

3.2 Research Design

Desain penelitian merupakan sebuah rancangan yang menspesifikasikan metode dan prosedur dalam mengumpulkan dan menganalisa informasi yang diperlukan (Zikmund, et al., 2013, p. 64).

3.2.1 Research Data

Ada dua jenis data yang dapat digunakan dalam penelitian, yaitu :

- a. *Primary data*, di mana sumber data yang diperoleh langsung dari sumber asli (tanpa melalui media perantara). Pengumpulan data dilakukan melalui penyebaran kuesioner kepada responden yang dipilih secara acak.
- b. *Secondary data*, di mana sumber data penelitian diperoleh secara tidak langsung melalui media perantara, seperti jurnal ilmiah, majalah, dan juga buku pengetahuan (Zikmund et al., 2013, p. 160)

Sumber data yang digunakan dalam menentukan hasil penelitian ini adalah *primary data* dan *secondary data*. Pengumpulan data primer dilakukan dengan penyebaran kuesioner dan *in-depth interview* untuk karyawan yang bekerja di kantor pusat Bank XYZ. Sedangkan untuk pengumpulan data sekunder diperoleh dari beberapa sumber, seperti jurnal internasional, majalah SWA, serta buku-buku teori.

3.2.2 Metode Penelitian

Menurut Zikmund (2013), terdapat dua jenis analisis data penelitian, yaitu :

- a. *Quantitative Research*

Penelitian kuantitatif merupakan penelitian bisnis yang membahas tujuan penelitian melalui penilaian empiris yang melibatkan pengukuran numerik dan analisis (Zikmund et al, 2013, p.134)

b. *Qualitative Research*

Penelitian kualitatif merupakan penelitian dengan menggunakan teknik yang memungkinkan peneliti untuk memberikan interpretasi yang terperinci tentang fenomena, tanpa bergantung pada pengukuran numerik, tapi berfokus pada penemuan arti yang sebenarnya dan menambah wawasan baru. (Zikmund et al., 2013, p. 132)

Selain itu, penelitian juga dapat dikelompokkan menjadi 3 jenis, antara lain :

a. *Exploratory Research*

Exploratory research merupakan penelitian yang diarahkan untuk mengklarifikasi situasi ambigu, atau mengungkap kesempatan potensi bisnis. *Exploratory research* tidak digunakan untuk memberikan bukti konklusif yang menentukan tindakan tertentu, melainkan digunakan untuk memandu dan memperbaiki *subsequent research efforts* (Zikmund et al., 2013, p. 52).

b. *Descriptive Research*

Descriptive research adalah penelitian yang dilakukan untuk menggambarkan karakteristik objek, orang, kelompok, organisasi dan lingkungan. Dengan kata lain, *descriptive research* mencoba menggambarkan situasi yang diberikan oleh pertanyaan *what, who, when, where* dan *how*, atau yang kita kenal dengan 5W+1H (Zikmund et al., 2013, p. 53).

c. *Causal Research*

Causal research adalah penelitian yang berusaha mengidentifikasi hubungan sebab-akibat. Ketika sesuatu memberikan dampak, maka artinya sesuatu dibuat terjadi (Zikmund et al., 2013, p. 54-55)

Berdasarkan penjelasan di atas, metode penelitian yang digunakan penulis dalam penelitian ini adalah metode penelitian kuantitatif (*quantitative research*) dan penelitian deskriptif (*descriptive research*). Penulis menggunakan metode penelitian kuantitatif karena data yang didapatkan dalam penelitian ini merupakan hasil dari pengisian kuesioner dan hasil datanya akan diukur secara numerik dan menggunakan analisis. Selain itu, penulis menggunakan penelitian deskriptif karena penelitian ini menggambarkan karakteristik karyawan yang bekerja di Bank XYZ, identitas dan pemikiran karyawan terkait dengan variabel-variabel yang diteliti, antara lain *job satisfaction*, *work engagement*, *career commitment* dan *affective commitment*.

3.3 Ruang Lingkup Penelitian

3.3.1 Target Populasi dan Sampel

Populasi menurut Zikmund, *et al.* (2013, p. 385) adalah semua orang yang terdapat dalam suatu entitas, yang memiliki karakteristik yang sama. Pada penelitian ini, yang dijadikan target populasi adalah seluruh karyawan kantor pusat Bank XYZ di DKI Jakarta.

Sedangkan *sample* adalah sekelompok individu dari sebuah populasi (Zikmund *et al.*, 2013, p. 385). Berdasarkan definisi tersebut, yang dianggap *sample* dalam penelitian ini adalah karyawan Bank XYZ yang memiliki status karyawan

tetap dan sudah bekerja di perusahaan selama minimal 1 tahun, dan ditempatkan di kantor pusat Bank XYZ.

Kemudian, setelah mengetahui populasi dan sampel penelitian, peneliti perlu mengetahui siapa saja yang dapat dijadikan sebagai objek penelitian sesuai dengan kriteria yang telah ditentukan. Oleh karena itu, peneliti perlu menentukan *sampling frame*. *Sampling frame* adalah daftar yang berisikan setiap elemen populasi yang dapat digambarkan sebagai sampel (Zikmund, 2013, p. 388). *Sampling frame* dalam penelitian ini adalah data karyawan yang bekerja di Bank XYZ. Data yang dimaksud dapat berupa nama, alamat, nomor telepon, alamat email, dan juga informasi lainnya (Zikmund et al., 2013, p. 388).

3.3.2 Sampling Techniques

Menurut Zikmund et al. (2013, p. 392), *sampling plan* dibagi menjadi 2 kategori, yaitu *probability sampling* dan *non-probability sampling*.

3.3.2.1 Probability Sampling

Probability sampling adalah sebuah teknik pengambilan *sample* dimana setiap anggota populasinya sudah diketahui sebelumnya, dan bukan merupakan *nonzero probability*. Sebagai tambahan, sebuah *sample probability* memiliki sebuah elemen *true randomness* dari proses seleksi. (Zikmund et al., 2013, p. 392). Terdapat beberapa teknik dalam *probability sampling*, yaitu:

a. Simple Random Sampling

Sebuah prosedur *sampling* yang memungkinkan setiap elemen dalam populasi memiliki kesempatan yang sama untuk menjadi sampel (Zikmund et al., 2013, p. 396).

b. *Systematic Sampling*

Sebuah prosedur *sampling* dimana titik mulai dipilih berdasarkan proses yang acak dan setiap angka (n) akan dipilih (Zikmund et al., 2013, p. 396)

c. *Stratified Sampling*

Prosedur *sampling* probabilitas dimana kumpulan sampel acak sederhana yang kurang lebih sama pada beberapa karakteristik diambil dari dalam setiap lapisan populasi (Zikmund et al., 2013, p. 397).

d. *Proportional Stratified Sample*

Sampel bertingkat dimana jumlah unit *sampling* yang diambil dari setiap tingkat yang sebanding dengan ukuran populasi tingkat itu (Zikmund et al., 2013, p. 397).

e. *Disproportional Stratified Sample*

Sampel bertingkat dimana ukuran sampel untuk setiap strata dialokasikan sesuai dengan pertimbangan analitis (Zikmund et al., 2013, p. 397).

f. *Cluster Sampling*

Teknik pengambilan sampel yang efisien secara ekonomi dimana unit *sampling* primer bukanlah elemen individual dalam populasi, melainkan sejumlah besar elemen; kelompok dipilih secara acak (Zikmund et al., 2013, p. 398)

g. *Multistage Area Sampling*

Sampling yang melibatkan penggunaan kombinasi dua atau lebih teknik *sampling* probabilitas (Zikmund et al., 2013, p. 399).

3.3.2.2 *Non-probability Sampling*

Non-probability sampling merupakan sebuah teknik *sampling* dimana unit sampel ditentukan atas dasar penilaian pribadi, probabilitas dari anggota populasi tidak diketahui (Zikmund et al., 2013, p.392). Ada 4 jenis teknik *non-probability sampling*, yaitu :

1. *Convenience Sampling*

Convenience sampling merupakan prosedur *sampling* dengan mengumpulkan orang-orang atau unit-unit yang paling mudah dilakukan (Zikmund et al., 2013, p. 392).

2. *Judgement Sampling*

Judgement sampling merupakan prosedur *sampling* dimana sampel yang dipilih berdasarkan penilaian diri sendiri berdasarkan karakteristik yang sesuai dari sample member (Zikmund et al., 2013, p. 393).

3. *Quota Sampling*

Quota sampling merupakan prosedur *non-probability sampling* yang memastikan variasi sub-grup dari populasi yang akan merepresentasikan karakteristik yang diinginkan oleh peneliti (Zikmund et al., 2013, p. 394).

4. *Snowball Sampling*

Snowball sampling merupakan prosedur sampling dimana responden awal dipilih dari metode *probability* dan responden tambahan didapatkan dari informasi yang diberikan oleh responden awal (Zikmund et al., 2013, p. 395).

Berdasarkan penjelasan di atas, penulis memutuskan bahwa penelitian ini menggunakan teknik pengambilan *sample non-probability technique*, di mana tidak semua anggota populasi memiliki kesempatan yang sama untuk dipilih sebagai responden penelitian, karena dalam penelitian ini terdapat beberapa karakteristik yang dijadikan sebagai syarat responden, sehingga tidak semua karyawan Bank XYZ yang menjadi anggota populasi dapat dikategorikan langsung sebagai sampel.

Secara lebih mendalam, penulis menggunakan *judgement dan snowball sampling*, di mana responden tambahan dalam penelitian ini didapatkan dari informasi yang diberikan oleh beberapa responden awal, dan *sample* dipilih berdasarkan penilaian penulis tentang beberapa karakteristik yang sesuai dari anggota *sample*. Dalam penelitian ini, kriteria yang dimaksud penulis adalah merupakan karyawan tetap, sudah bekerja minimal satu tahun di perusahaan, serta ditempatkan di kantor pusat Bank XYZ. Penulis juga telah melakukan *in-depth interview* dengan karyawan Bank XYZ yang berjumlah delapan responden sebagai objek *sampling*.

3.3.3 Sampling Size

Maholtra dalam buku *Basic Marketing Research* (2012, p. 371) menyatakan bahwa *sampling size* merupakan jumlah elemen-elemen yang akan diikutsertakan dalam penelitian. Penentuan *sample size* bersifat kompleks dan melibatkan beberapa pertimbangan kualitatif dan kuantitatif.

Penentuan jumlah *sample* pada penelitian ini mengacu pada pernyataan Hair, Black, Babin & Anderson (2010, p. 274), yaitu bahwa penentuan banyaknya jumlah item pertanyaan yang digunakan pada kuesioner, dengan menggunakan minimal rasio 5:1 atau senilai lima kali observasi per jumlah indikator ($n \times 5$ observasi). Pada penelitian ini, penulis menggunakan $n \times 5$ observasi dengan jumlah indikator 15 buah, maka dapat ditentukan bahwa jumlah *sample* minimum yang akan diambil pada penelitian ini adalah sebanyak: $15 \times 5 = 75$ responden.

3.4 Teknik Pengumpulan Data

3.4.1 Sumber dan Cara Pengumpulan Data

Dalam penelitian ini, penulis menggunakan kedua metode pengambilan data, yaitu primer dan sekunder. Data primer adalah data yang langsung didapatkan dari objek penelitian. Data primer ini penulis dapatkan dari hasil penyebaran kuesioner dan pelaksanaan *in-depth interview* kepada karyawan Bank XYZ.

Sedangkan data sekunder merupakan data yang tidak langsung didapatkan oleh peneliti dari objek penelitian, melainkan didapatkan dari media, seperti buku-buku teori, jurnal utama maupun jurnal pendukung, dan majalah (Zikmund et al., 2013, p. 160). Dalam penelitian ini, data sekunder yang penulis dapatkan berasal dari jurnal internasional, majalah SWA, dan buku-buku teori.

3.4.2 Metode Pengumpulan Data

Zikmund, et al. (2013) mengkategorikan beberapa *tools* yang bisa digunakan dalam pengumpulan data, antara lain :

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

Berdasarkan kedua metode pengambilan data yang dijelaskan di atas, penulis menggunakan metode *survey research* dalam penelitian, di mana penulis menyebarkan *survey* dan melakukan *in-depth interview* kepada para responden, yaitu karyawan yang bekerja di kantor pusat Bank XYZ.

3.5 Periode Penelitian

Periode pengisian kuesioner untuk *pretest* dilakukan pada bulan Mei 2018. *Pre-test* ini dilakukan untuk menguji validitas dan reliabilitas dari variabel yang akan peneliti gunakan pada penelitian ini. Jumlah responden pada *pretest* ini adalah sebanyak 30 orang. Dalam kuesioner *pretest* ini digunakan skala pengukuran *likert*. Skala *likert* merupakan pengukuran sikap yang memungkinkan responden untuk memberikan nilai atas pendapatnya, dari sangat tidak setuju hingga sangat setuju dengan mengikuti petunjuk yang diberikan.

Menurut Sekaran & Bougie dalam buku *Research Methods for Business, A Skill Building Approach*, setelah mengembangkan indikator yang akan digunakan, peneliti dapat memutuskan penggunaan skala dalam bentuk angka yang memungkinkan peneliti untuk menilai indikator atau objek yang akan diteliti.

Penelitian ini menggunakan skala *likert* 1-6, dengan tujuan untuk menghindari *central of tendency* atau pemusatan data di angka netral, sehingga diharapkan hasil jawaban responden dalam kuesioner beserta analisisnya tidak bersifat rancu atau ambigu.

Tabel 3. 1 Tabel Skala pengukuran Likert

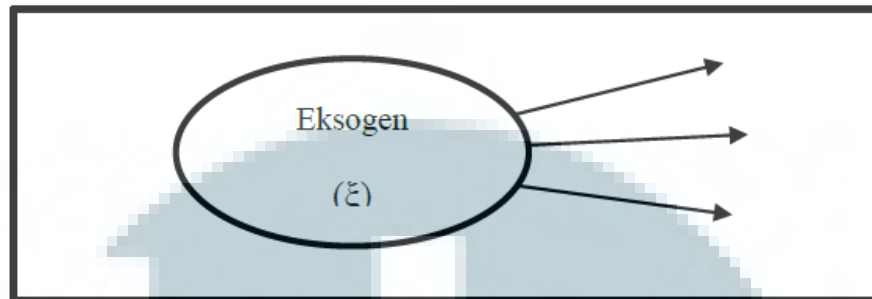
Keterangan	Skala
Sangat Tidak Setuju	1
Tidak Setuju	2
Kurang Setuju	3
Cukup Setuju	4
Setuju	5
Sangat Setuju	6

Sumber : Pengolahan Data Primer, 2018

3.6 Definisi Operasional Variabel

Variabel dalam penelitian ini terbagi menjadi dua, yaitu variabel bebas (*variabel eksogen*) dan variabel terikat (*variabel endogen*).

3.6.1 Variabel Bebas/Variabel Eksogen



Sumber : Wijanto (2008)
Gambar 3. 2 Variabel Eksogen

Variabel bebas atau variabel eksogen pada model penelitian digambarkan memiliki anak panah yang mengarah keluar (Hair et al., 2010, p. 619). Dalam penelitian ini, yang menjadi variabel eksogen/variabel bebas adalah variabel *job satisfaction* dan *affective commitment*.

3.6.1.1 Job Satisfaction

Job satisfaction mengacu pada perasaan menyenangkan yang dihasilkan dari persepsi karyawan bahwa pekerjaannya mencukupi, atau memungkinkan dirinya memenuhi nilai-nilai penting tentang pekerjaannya (Noe, et al., 2008, p. 461)

Variabel ini diukur dengan menggunakan skala likert dari 1 sampai dengan 6. Skala 1 menunjukkan rendahnya *job satisfaction* karyawan dalam perusahaan dan skala 6 menunjukkan tingginya *job satisfaction* karyawan dalam perusahaan.

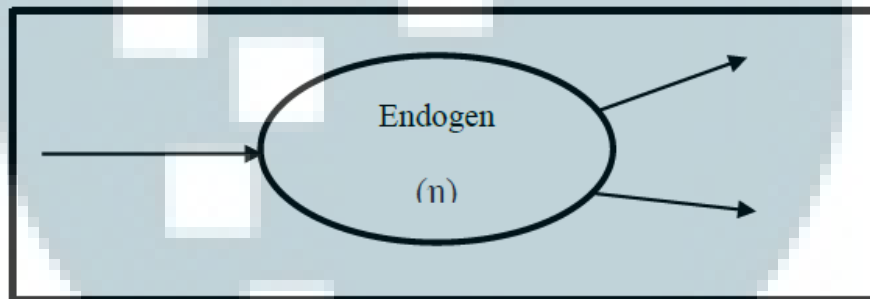
3.6.1.2 Affective Commitment

Affective commitment mengacu pada keterikatan emosional, rada teridentifikasi dengan sesuatu, dan keterlibatan dalam organisasi (Allen & Meyer, 1990 dalam Barnes & Collier, 2013, p.488). *Affective commitment* muncul ketika

karyawan ingin menjadi bagian dari organisasi karena adanya keterikatan emosional atau keterikatan dengan organisasi (Meyer & Allen, 1997 dalam Yucel, 2012, p. 45).

Variabel ini diukur dengan menggunakan skala likert dari 1 sampai dengan 6. Skala 1 menunjukkan rendahnya *affective commitment* karyawan dalam perusahaan dan skala 6 menunjukkan tingginya *affective commitment* karyawan dalam perusahaan.

3.6.2 Variabel Terikat/Variabel Endogen



Sumber : Wijanto (2008)

Gambar 3. 3 Variabel Endogen

Variabel terikat/variabel endogen pada model penelitian digambarkan memiliki satu anak panah yang mengarah kepada variabel itu sendiri. Variabel ini merupakan variabel yang dipengaruhi oleh variabel lain (Hair et al., 2010, p. 619). Dalam penelitian ini, ada 2 variabel yang menjadi variabel endogen yaitu *work engagement* dan *career commitment*.

3.6.2.1 Work Engagement

Work engagement mengacu pada suatu keadaan pikiran yang positif, memuaskan, dan berhubungan dengan pekerjaan yang mencakup konsep seperti

vigor, *dedication* dan *absorbtion*. (Schaufeli et al., 2002 dalam Barnes & Collier, 2013, p. 486). Dengan kata lain, *work engagement* adalah tentang keterlibatan diri dalam pekerjaan (Kahn, 1990 dalam Yalabik, 2017, p. 3).

Variabel ini diukur dengan menggunakan skala likert dari 1 sampai dengan 6. Skala 1 menunjukkan rendahnya *work engagement* karyawan dalam perusahaan dan skala 6 menunjukkan tingginya *work engagement* karyawan dalam perusahaan.

3.6.2.2 Career Commitment

Career commitment mengacu pada identifikasi dan keterlibatan seseorang dalam pekerjaannya, yang menandakan tingkat kesetiaan seorang karyawan kepada profesinya (Mueller et al., 1999 dalam Wickramasinghe, 2016, p. 410).

Variabel ini diukur dengan menggunakan skala likert dari 1 sampai dengan 6. Skala 1 menunjukkan rendahnya *career commitment* karyawan dalam perusahaan dan skala 6 menunjukkan tingginya *career commitment* karyawan dalam perusahaan.

UMMN

3.7 Tabel Operasionalisasi Variabel

Tabel 3. 2 Tabel Operasionalisasi Variabel

No	Variabel Penelitian	Definisi	Measurement	Skala Pengukuran	Jurnal Referensi
1	<i>Job Satisfaction</i>	<i>Job satisfaction</i> diartikan sebagai keadaan emosional dan perilaku seorang karyawan terhadap pekerjaannya. (Hoppock, 1935, dalam Bendixen, 2015)	<ol style="list-style-type: none"> 1. Saya puas dengan gaji yang saya terima untuk pekerjaan saya 2. Saya puas dengan tunjangan yang saya terima dari perusahaan ini 3. Saya puas dengan pengakuan yang saya dapatkan ketika saya sudah melakukan pekerjaan dengan baik 4. Saya puas dengan peluang karir yang saya peroleh di perusahaan ini 5. Saya puas dengan kebebasan yang saya peroleh untuk dapat melakukan pekerjaan dengan baik 6. Saya puas dengan jenis pekerjaan yang saya lakukan di perusahaan ini 	<i>Likert Scale 1-6</i>	<i>Rose Du Preez Michael Thomas Bendixen. (2015). The Impact of Internal Brand Management on Employee Job Satisfaction, Brand Commitment and Intention to Stay. International Journal of Bank Marketing, Vol. 33 Iss 1</i>

No	Variabel Penelitian	Definisi	Measurement	Skala Pengukuran	Jurnal Referensi
2	<i>Affective Commitment</i>	<i>Affective commitment</i> dapat diartikan sebagai sebuah keterikatan emosional, rasa teridentifikasi dengan sesuatu, dan keterlibatan dalam organisasi (Allen & Meyer, 1991, dalam Naim, M.F., Lenka, Usha, 2017)	<ol style="list-style-type: none"> 1. Perusahaan menginspirasi saya untuk menampilkan kinerja terbaik 2. Saya merasa memiliki keterikatan dengan perusahaan 3. Saya merasa bahwa masalah perusahaan seolah-olah merupakan masalah saya sendiri 4. Saya sangat senang menjadi bagian dari perusahaan ini 5. Saya bangga memberitahukan orang lain bahwa saya bekerja untuk perusahaan ini 	Likert Scale 1-6	Naim & Lenka (2017). <i>Linking Knowledge Sharing, Competency Development and Affective Commitment. Journal of Knowledge Management</i>
3	<i>Work Engagement</i>	<i>Work engagement</i> merupakan suatu keadaan pikiran yang positif, memuaskan, dan berhubungan dengan pekerjaan yang mencakup konsep seperti semangat/ <i>vigor</i> , dedikasi,	<ol style="list-style-type: none"> 1. Saat bekerja, saya merasa sangat berenergi 2. Saat bekerja, saya merasa sangat bersemangat 3. Pekerjaan saya memberikan inspirasi kepada saya 4. Saya antusias dengan pekerjaan yang saya kerjakan 	Likert Scale 1-6	Mumtaz Ali Memon, Rohani Salleh, Mohamed Noor Rosli Baharom. (2016). "The link between training satisfaction, work engagement and turnover intention". <i>European Journal of Training and</i>

No	Variabel Penelitian	Definisi	Measurement	Skala Pengukuran	Jurnal Referensi
		dan penyerapan/absorbtion. (Schaufeli et al.,2002, dalam Memon et al., 2016)	5. Saya bangga dengan pekerjaan yang saya lakukan		<i>Development, Vol. 40 Issue: 6, p.410</i>
4	<i>Career Commitment</i>	<i>Career commitment</i> dapat diartikan dengan pemikiran karyawan untuk maju dan berkembang di dalam organisasi merupakan tujuan dari karir mereka. (Colarelli & Bishop, 1990, dalam Barnes & Collier, 2013)	<p>1. Saya mengatakan kepada teman saya bahwa saya memiliki karir yang baik di perusahaan ini</p> <p>2. Saya bangga menyatakan kepada teman saya bahwa saya memiliki karir di perusahaan ini</p> <p>3. Karir saya di perusahaan menginspirasi saya untuk meningkatkan kinerja saya</p> <p>4. Saya sangat senang memilih berkarir di perusahaan ini dibandingkan di perusahaan lain</p> <p>5. Saya sangat peduli terhadap peruntungan karir saya di perusahaan ini</p> <p>6. Menurut saya, karir ini</p>	<i>Likert Scale 1-6</i>	<i>Barnes & Collier (2013). Work Engagement in the Service Environment, vol. 27, Iss 6 pp. 485 – 499</i>

No	Variabel Penelitian	Definisi	Measurement	Skala Pengukuran	Jurnal Referensi
			merupakan pilihan terbaik yang dapat saya peroleh.		

Sumber : Data Olahan Penulis

UMN

3.8 Teknis Pengolahan Analisis Data

3.8.1 Uji Instrumen

Menurut Ghozali (2016, p. 47), dalam bidang ilmu sosial seperti manajemen, psikologi dan sosiologi, umumnya variabel penelitian dirumuskan sebagai variabel laten, yaitu variabel yang tidak dapat diukur langsung, melainkan dibentuk melalui indikator atau dimensi yang diamati. Ada dua jenis uji instrumen yang digunakan untuk mengukur kelayakan kuesioner yang digunakan dalam penelitian, yaitu uji validitas dan uji reliabilitas.

Dalam *pre-test* penelitian, penulis menggunakan program IBM SPSS (*Statistical Package for the Social Sciences*) versi 23, yaitu *software* yang berfungsi menganalisis data, melakukan perhitungan statistik, baik untuk parametrik maupun non-parametrik dengan basis *windows*. Sedangkan untuk *main-test*, penulis menggunakan program AMOS versi 22.

3.8.2 Uji Validitas

Menurut Zikmund et al., (2013, p. 303), uji validitas dilakukan untuk mengukur sejauh mana suatu *measurement* secara akurat mewakili suatu konsep. Sedangkan menurut Ghozali (2016, p. 52) dalam bukunya yang berjudul *Aplikasi Analisis Multivariate*, uji validitas digunakan untuk mengukur keabsahan/*valid* atau tidaknya suatu kuesioner. Suatu kuesioner dinyatakan *valid* apabila pertanyaan pada kuesioner mampu mewakili variabel yang akan diukur oleh kuesioner tersebut.

Untuk menguji validitas dan reliabilitas, dilakukan dengan menggunakan *Confirmatory Factor Analysis* (CFA), dimana komponen yang digunakan untuk

melakukan uji validitas adalah memiliki nilai *Kaiser-Meyer-Olkin (KMO)* dan *Measure of Sampling Adequacy (MSA)* yang dikehendaki adalah lebih dari 0.50 (Hair et al., 2010, p. 105). Selain itu, nilai *Bartlett's Test of Sphericity (Sig.)* harus lebih kecil sama dengan 0.05 (Hair et al., 2010, p. 105), dan nilai *factor loading* harus lebih besar sama dengan 0.50 (Hair et al., 2010, p. 686). Setelah memenuhi syarat-syarat uji validitas, maka dapat dilakukan uji reliabilitas.

3.8.2.1 Jenis-jenis Uji Validitas

Menurut Zikmund (2015, p. 303-304), jenis-jenis uji validitas adalah sebagai berikut :

1. *Face Validity*

Memunculkan skala dari konten secara logis untuk mencerminkan variabel yang ingin diukur dari penelitian.

2. *Content Validity*

Tingkat ukur yang penggambaran isi indikatornya mencakup skala yang umum atau luas, tetapi masih sesuai dengan variabel yang akan diukur.

3. *Criterion Validity*

Kemampuan untuk mengukur korelasi dari ukuran standar lain dari variabel atau kriteria yang sesuai.

4. *Construct Validity*

Ketika indikator yang digunakan dapat dengan jujur mewakili variabel atau konsep secara handal.

Berdasarkan jenis-jenis validitas di atas, jenis validitas yang digunakan dalam penelitian ini adalah *construct validity*, di mana peneliti menguji seberapa kuat dan handal sebuah *measurement* atau indikator mewakili suatu konsep atau variabel yang digunakan di penelitian.

3.8.3 Uji Reliabilitas

Menurut Ghozali (2016, p. 47), uji reliabilitas adalah alat untuk mengukur suatu kuesioner yang merupakan indikator dari variabel atau konstruk. Suatu kuesioner dikatakan *reliable* atau handal jika jawaban seseorang terhadap pernyataan adalah konsisten atau stabil dari waktu ke waktu. Untuk mengukur reliabilitas digunakan uji statistik *Cronbach's Alpha* (α), dimana nilai data harus diatas 0,7 (Hair et al., 2010, p. 125).

3.9 Structural Equation Model (SEM)

Structural Equation Model (SEM) merupakan sebuah teknik *statistic multivariate* yang menggabungkan aspek-aspek dalam regresi berganda yang bertujuan untuk menguji hubungan dependen dan analisis faktor yang menyajikan konsep faktor tidak terukur dengan variabel multi yang digunakan untuk memperkirakan serangkaian hubungan dependen yang saling mempengaruhi secara bersamaan (Hair et al., 2010, p. 616). Menurut Hair et al. (2010, p. 635), tahapan teknik analisis SEM adalah sebagai berikut :

1. Mendefinisikan masing-masing *construct* atau indikator untuk mengukurnya
2. Membuat diagram *measurement model* atau model pengukuran

3. Menentukan *sample size* yang akan diambil dan memilih metode estimasi dan pendekatan untuk menangani *missing data*
4. Mengukur validitas atau kecocokan model pengukuran. Jika model pengukuran dinyatakan valid, maka dilanjutkan ke tahap 5 dan 6.
5. Mengubah model pengukuran menjadi model *structural*
6. Menilai validitas atau kecocokan model *structural*. Jika model *structural* memiliki tingkat kecocokan yang baik maka selanjutnya dapat dilakukan penarikan kesimpulan penelitian.

3.9.1 Uji Kecocokan Model Pengukuran

Uji kecocokan model pengukuran dilakukan pada setiap model pengukuran secara terpisah melalui evaluasi terhadap validitas dan reliabilitas dari model pengukuran tersebut (Hair et al., 2010).

1. Evaluasi terhadap validitas model pengukuran

Suatu variabel dapat dikatakan mempunyai validitas yang baik terhadap *construct* atau variabel latennya jika muatan faktor standar (*standardized loading factor*) ≥ 0.50 (Hair et al., 2010, p. 686)

2. Evaluasi terhadap reliabilitas dari model pengukuran

Reliabilitas adalah sebuah konsistensi dari alat ukur. Reliabilitas yang tinggi menunjukkan bahwa indikator-indikator memiliki konsistensi yang tinggi dalam mengukur konstruk latennya (Hair et al., 2010, p. 616)

Menurut Hair et al., (2010, p. 687) suatu variabel dapat dikatakan memiliki reliabilitas baik apabila :

- a. Nilai *construct reliability* (CR) ≥ 0.70 , dan
- b. Nilai *variance extracted* (AVE) ≥ 0.50

3.9.2 Uji Kecocokan Model Keseluruhan

GOFI (*Goodness of Fit Indices*) dikelompokkan dalam 3 bagian yaitu (Hair et al.,2010) :

1. *Absolute fit indices*

Absolute fit measure digunakan untuk mengukur seberapa baik model yang ditentukan oleh peneliti terhadap data yang diamati (Hair et al., 2010, p. 648)

2. *Incremental fit measures*

Incremental fit measures digunakan untuk membandingkan model yang diusulkan dengan model dasar yang disebut sebagai null model atau *independence model* (Hair et al., 2010, p. 650)

3. *Parsimonius fit measures*

Parsimonius fit indices digunakan untuk memberikan informasi tentang model mana yang paling baik digunakan, dengan mempertimbangkan kesesuaian model yang relatif terhadap kompleksitasnya (Hair, et al., 2010, p. 650)

Uji *structural model* dapat dilakukan dengan mengukur *goodness of fit model* yang menyertakan kecocokan nilai (Hair et al.,2010, p. 659) :

- a. Nilai χ^2 dengan DF
- b. Satu kriteria *absolute fit index* (i.e., GFI, RMSEA, SRMR, *Normed Chi-square*)

- c. Satu kriteria *incremental fit index* (i.e., CFI atau TLI)
- d. Satu kriteria *goodness-of-fit index* (i.e., GFI, CFI, TLI)
- e. Satu kriteria *badness-of-fit index* (RMSEA, SRMR)

3.10 Uji Hipotesis

Uji hipotesis adalah sarana pengujian atas pernyataan-pernyataan yang belum terbukti kebenarannya atau persoalan yang menjadi inti dari penelitian (Malhotra, 2012, p. 478). Uji hipotesis dalam penelitian ini diukur dengan menggunakan *p-value* dan *standardized regression coefficient*. *P-value* merupakan nilai probabilitas, atau tingkat signifikansi yang diamati dan dihitung, kemudian dibandingkan dengan tingkat signifikansi untuk menguji hipotesis (Zikmund, 2013, p. 654). Sedangkan *standardized regression coefficient* merupakan koefisien yang diperkirakan dapat menunjukkan kekuatan hubungan antar variabel yang diuji dengan skala yang terstandar, dengan nilai yang berkisar antara (-1) sampai dengan 1, di mana nilai yang lebih tinggi menunjukkan hubungan yang lebih kuat antara variabel yang diuji (Zikmund, 2013, p.657).

Table 3.3 Characteristics Of Different Fit Indices Demonstrating Goodness-Of-Fit Across Different Model Situations

FIT INDICES		CUTOFF VALUES FOR GOF INDICES					
		N < 250			N > 250		
		m ≤ 12	12 < m < 30	M ≥ 30	m < 12	12 < m < 30	M ≥ 30
Absolute Fit Indices							
1	Chi-Square (χ^2)	Insignificant p-values expected	Significant p-values even with good fit	Significant p-values expected	Insignificant p-values even with good fit	Significant p-values expected	Significant p-values expected
2	GFI	GFI > 0.90					
3	RMSEA	RMSEA < 0.08 with CFI ≥ 0.97	RMSEA < 0.08 with CFI ≥ 0.95	RMSEA < 0.08 with CFI > 0.92	RMSEA < 0.07 with CFI ≥ 0.97	RMSEA < 0.07 with CFI ≥ 0.92	RMSEA < 0.07 with RMSEA ≥ 0.90
4	SRMR	Biased upward, use other indices	SRMR ≤ 0.08 (with CFI ≥ 0.95)	SRMR < 0.09 (with CFI > 0.92)	Biased upward, use other indices	SRMR ≤ 0.08 (with CFI > 0.92)	SRMR ≤ 0.08 (with CFI > 0.92)
5	Normed Chi-Square (χ^2/DF)	$(\chi^2/DF) < 3$ is very good or $2 \leq (\chi^2/DF) \leq 5$ is acceptable					
Incremental Fit Indices							
1	NFI	$0 \leq NFI \leq 1$, model with perfect fit would produce an NFI of 1					
2	TLI	TLI ≥ 0.97	TLI ≥ 0.95	TLI > 0.92	TLI ≥ 0.95	TLI > 0.92	TLI > 0.90
3	CFI	CFI ≥ 0.97	CFI ≥ 0.95	CFI > 0.92	CFI ≥ 0.95	CFI > 0.92	CFI > 0.90
4	RNI	May not diagnose misspecification well	RNI ≥ 0.95	RNI > 0.92	RNI ≥ 0.95, not used with N > 1,000	RNI > 0.92, not used with N > 1,000	RNI > 0.90, not used with N > 1,000
Parsimony Fit Indices							
1	AGFI	No statistical test is associated with AGFI, only guidelines to fit					
2	PNFI	$0 \leq NFI \leq 1$, relatively high values represent relatively better fit					

Note: m=number of observed variables; N applies to number of observations per group when applying CFA to multiple groups at the same time

Current research suggest a fairly common set of indices perform adequately across a wide range of situations and the researcher need not report all GOF indices because they are often redundant. Multiple fit indices should be used to assess a model's goodness-of-fit and should include:

1. The χ^2 value and associated DF

2. One absolute fit index (i.e., GFI, RMSEA, SRMR, **Normed Chi-Square**)
3. One incremental fit index (i.e., **CFI** or TLI)
4. One goodness-of-fit index (i.e., GFI, **CFI**, TLI, etc.)
5. One badness-of-fit index (**RMSEA**, SRMR, etc.)

Sumber : Hair et al., 2010

The logo of Universitas Muhammadiyah Negeri (UMN) is displayed in a light blue, semi-transparent style. It features a circular emblem with a stylized building or tower structure inside, and the letters 'UMN' in a bold, sans-serif font below it.