



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

Famehotel Gading Serpong merupakan salah satu pelaku industri di bidang perhotelan yang ada di Indonesia. Famehotel Gading Serpong adalah *The First Smart Hotel in Tangerang* yang dibangun di jantung CBD (*Central Business District*) Gading Serpong untuk melayani kebutuhan pasar lokal di bidang konferensi dan perjalanan bisnis. Hotel ini memiliki 144 kamar modern dan minimalis, 6 fasilitas ruang pertemuan yang variatif berkapasitas hingga 120 orang, dan mulai beroperasi sejak 4 Januari 2013 (<http://www.beritasatu.com>). Famehotel merupakan hotel bintang dua yang ditargetkan untuk kalangan pebisnis dan juga *smart traveler* atau wisatawan budget minim. Famehotel menyusun tema “*Smart and Sexy*”, *smart budget for smart traveler* dengan pemilihan warna ungu dan putih yang memberikan kesan seksi. Hotel ini didirikan oleh Paramount Land dan diresmikan pada tanggal 12 Desember 2012 (<http://travel.okezone.com>).

Paramount Land memulai aktivitasnya pada tanggal 18 Desember 2006 dengan menguasai lahan 550 ha di kawasan strategis di Gading Serpong. Dengan konsep pengembangan kawasan terpadu, Paramount Land mampu menghentak dunia properti di kawasan Serpong. Paramount Land kini menjadi salah satu perusahaan properti yang populer di Serpong, karena selama ini tidak hanya menggunakan ketulusan hati dalam menciptakan produk, namun penghuni didalamnya juga dilayani dengan baik (<http://www.paramount-land.com>). Pihak

Paramount mempercayakan pengelolaan hotel kepada *Parador Hotels & Resorts* (PHR)

Parador Hotels & Resorts merupakan operator hotel berbasis di Indonesia yang mengusung konsep penuh inspirasi dan inovasi dengan mengedepankan standar kualitas serta pelayanan. Menjadi satu – satunya operator hotel di Indonesia yang memadukan pelayanan adat ketimuran yang sarat akan keramahtamahan dan kehangatan dengan profesionalisme serta standard internasional. Parador Hotels & Resorts berdiri pada Agustus 2012 (<http://parador-hotels.com>). Parador Hotels & Resorts memiliki visi dan misi yang jelas, yakni menjadi operator hotel terbesar yang berbasis di Indonesia yang memiliki standar kualitas yang terbaik dengan konsep pelayanan “*Modern Asian Hospitality*” di tiap lininya, mereka yakin akan menjadi nomor satu pada bidangnya dengan target pengelolaan 99 hotel di 2024 (<http://parador-hotels.com>).



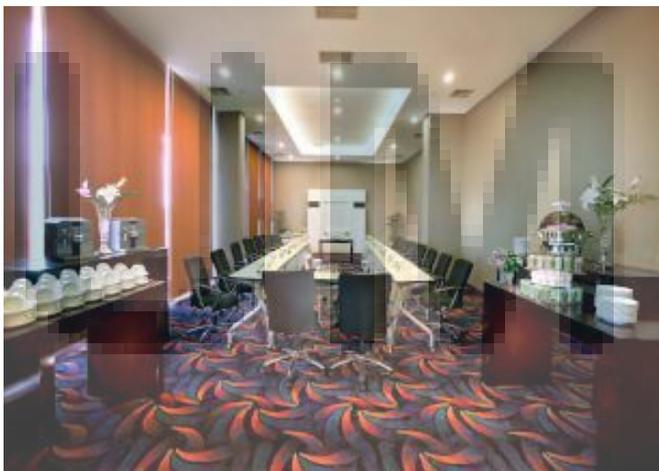
Gambar 3.1 Tampak depan Famehotel Gading Serpong



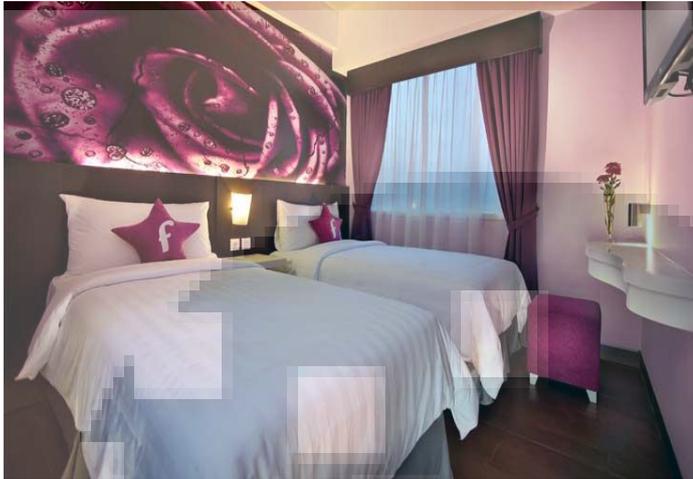
Gambar 3.2 Lobby Famehotel Gading Serpong



Gambar 3.3 Hall of Fame Cafe



Gambar 3.4 Meeting Room



Gambar 3.5 Ruang Kamar

3.1.1 Visi dan Misi Perusahaan

Sebagai unit bisnis dalam pengelolaan di bidang perhotelan, Famehotel Gading Serpong memiliki visi dan misi yang menjadi tolak ukur perusahaan dalam menjalankan usahanya.

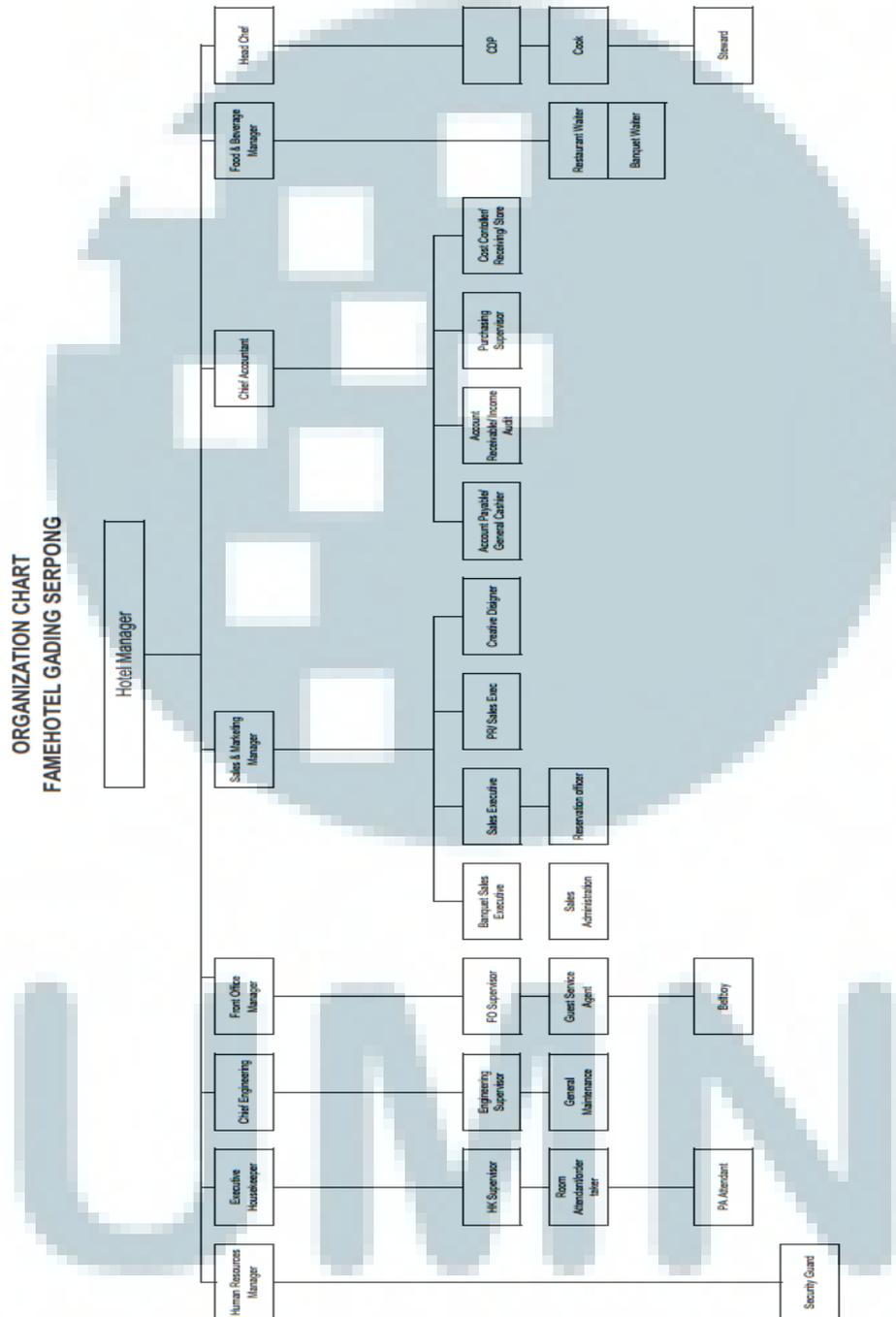
Visi

Menjadi hotel yang diakui secara global sebagai manajemen perhotelan yang paling menginspirasi & ambisius di wilayahnya.

Misi

1. Didedikasikan untuk mempromosikan perhotelan Asia asli dan profesionalismenya, memberikan nilai terbaik kepada *stakeholders*.
2. Mengelola 99 *hotels, resorts & residences* pada tahun 2024 (<http://parador-hotels.com>).

3.1.2 Struktur Organisasi



Gambar 3.6 Struktur Organisasi Famehotel Gading Serpong

Sumber: Manajer HR Famehotel (2014)

Dalam struktur organisasi Famehotel Gading Serpong, jabatan yang paling tinggi ditempati oleh *Hotel Manager* dan dibawah oleh delapan departemen dengan masing-masing manajernya yaitu *Human Resources (Human Resources Manager)*, *Housekeeping (Executive Housekeeper)*, *Engineering (Chief Engineering)*, *Front Office (Front Office Manager)*, *Sales & Marketing (Sales & Marketing Manager)*, *Finance & Accounting (Chief Accountant)*, *Food & Beverage Service (Food & Beverage Manager)*, dan *Kitchen (Head Chef)*.

3.2 Lokasi Penelitian

Penelitian ini dilakukan pada karyawan tetap yang bekerja di Famehotel Serpong, Gading Serpong, Tangerang, dengan alamat di Tivolli Distric Lot #3 Jl. Boulevard Gading Serpong., Paramount Serpong, Banten 15810, Indonesia, Tlp. +62 21 29303333

3.3 Metodologi Penelitian

Metode penelitian yang digunakan penulis adalah kuantitatif dan deskriptif. Penelitian deskriptif dilakukan untuk mengumpulkan data dan menggambarkan karakteristik seseorang, kegiatan-kegiatan, atau situasi (Sekaran & Bougie,2013:97), dalam hal ini menggambarkan *reward* dan *promotion* terhadap *employee performance*.

Sedangkan metode penelitian kuantitatif dapat diartikan sebagai metode penelitian yang berlandaskan pada filsafat positivisme (terukur, dapat diamati), digunakan untuk meneliti pada populasi atau sampel tertentu, teknik pengambilan sampel pada umumnya dilakukan secara random, pengumpulan data

menggunakan instrumen penelitian, analisis data bersifat kuantitatif/statistik dengan tujuan untuk menguji hipotesis yang telah ditetapkan (Sugiyono,2009:13). Pada metode ini, data diperoleh melalui pengukuran variabel yang dilakukan dengan memberikan skala pada indikator-indikator terkait.

Sumber data yang penulis gunakan adalah sumber data primer dan sekunder. Data primer merupakan sumber data yang langsung memberikan data kepada pengumpul data (Sugiyono,2009:402). Data primer yang penulis gunakan merupakan data yang didapatkan melalui *indepth interview* dan penyebaran kuesioner pada karyawan Famehotel Gading Serpong. Data sekunder merupakan sumber data yang tidak langsung memberikan data kepada pengumpul data, misalnya lewat orang lain atau dokumen (Sugiyono,2009:402). Data sekunder, penulis peroleh dari penelitian terdahulu, jurnal, dan berbagai buku yang mendukung penelitian ini. Pengumpulan data yang dilakukan hanya bersifat sekali atau hanya sekali bidik pada satu saat tertentu, yang dapat disebut juga dengan metode pengumpulan data *cross sectional* (Sekaran & Bougie,2013:106).

3.4 Ruang Lingkup Penelitian

3.4.1 Populasi dan Sampel

Populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri atas : obyek/subyek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya (Sugiyono,2009:115). Sedangkan sampel adalah bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi tersebut

(Sugiyono,2009:116). Pada penelitian kali ini populasinya adalah seluruh karyawan tetap yang bekerja di Famehotel Gading Serpong.

3.4.2 Periode

Periode pengumpulan data dibagi menjadi dua periode. Periode pertama sebagai periode pengisian kuesioner untuk *pre test* pada tanggal 09 Juni 2014 dengan responden sebanyak 20 orang dan pengisian kuesioner kedua dilakukan pada 19 Juni 2014, dengan responden sebanyak 36 orang.

Dalam kuesioner ini digunakan skala pengukuran likert. Skala likert digunakan untuk mengukur sikap, pendapat, dan persepsi seseorang atau sekelompok orang tentang fenomena sosial (Sugiyono,2009:132), dimana responden akan menjawab dengan mengisi kolom jawaban sesuai dengan persepsi mereka. Setiap kolom memiliki nilai yang berbeda-beda yakni sebagai berikut:

Sangat setuju	: poin 5
Setuju	: poin 4
Cukup	: poin 3
Tidak setuju	: poin 2
Sangat tidak setuju	: poin 1

3.5 Definisi Operasional Variabel

Variabel dalam penelitian ini terbagi atas variabel independen atau variabel bebas (X) dan variabel dependen atau variabel terikat (Y).

3.5.1 Variabel Bebas (*Independent Variable*)

Variabel bebas merupakan variabel yang kita manipulasi dan perubahannya diduga menghasilkan perubahan terhadap variabel lainnya (Ghozali,2009:9). Variabel bebas pada penelitian ini adalah *reward* (X₁) dan *promotion* (X₂).

3.5.1.1 *Reward* (X₁)

Reward adalah manfaat yang timbul dari melakukan tugas, memberikan pelayanan atau pemakaian tanggung jawab (Edirisooriya,2014). *Reward* dapat berupa *extrinsic* dan *intrinsic*, *extrinsic reward* adalah penghargaan yang nyata dan manfaat yang diterima atas pekerjaan atau tugas yang dilakukan oleh karyawan. *Intrinsic reward* adalah penghargaan yang tidak nyata, dalam hal ini berupa manfaat psikologis (Aktar et al,2012,*IOSR Journal of Business and Management*).

Variabel ini diukur dengan skala likert 1 sampai 5, dimana skala 1 menunjukkan *reward* yang sangat rendah dan skala 5 menunjukkan *reward* yang sangat tinggi. Jika hasil pengukuran variabel lebih condong ke 1, berarti *reward* dari karyawan rendah, sebaliknya jika pengukuran variabel lebih condong ke 5, berarti *reward* dari karyawan tinggi.

3.5.1.2 Promotion (X₂)

Promotion adalah kenaikan pangkat atau posisi karyawan dalam suatu sistem hirarki organisasi (Goblar (2002) dalam Tuwei et al,2013).

Variabel ini diukur dengan menggunakan skala likert 1 sampai 5, dimana skala 1 menunjukkan *promotion* yang sangat rendah dan skala 5 menunjukkan *promotion* yang sangat tinggi.

Jika hasil pengukuran variabel lebih condong ke 1, berarti *promotion* karyawan rendah, sebaliknya jika pengukuran variabel lebih condong ke 5, berarti *promotion* karyawan tinggi.

3.5.2 Variabel Terikat (Dependent Variable)

Variabel terikat merupakan variabel yang levelnya tergantung dari level variabel sebelumnya (Ghozali, 2009:9). Variabel terikat pada penelitian ini adalah *employee performance* (Y₁).

3.5.2.1 Employee Performance (Y₁)

Kinerja adalah hasil secara kualitas dan kuantitas yang dicapai seorang karyawan dalam melaksanakan tugasnya sesuai dengan tanggung jawab yang diberikan kepadanya (Mangkunegara, 2011:67).

Variabel ini diukur dengan menggunakan skala likert 1 sampai 5, dimana skala 1 menunjukkan *employee performance* yang sangat rendah dan skala 5 menunjukkan *employee performance* yang sangat tinggi. Jika hasil pengukuran variabel condong ke 5, berarti *employee performance* karyawan tinggi, sebaliknya jika hasil pengukuran variabel condong ke 1, berarti *employee performance* karyawan rendah.

3.5.3 Variabel Operasional

Variabel operasional dapat dilakukan dengan melihat dimensi perilaku, aspek, atau sifat yang dilambangkan dengan konsep (Sekaran & Bougie, 2013:200).

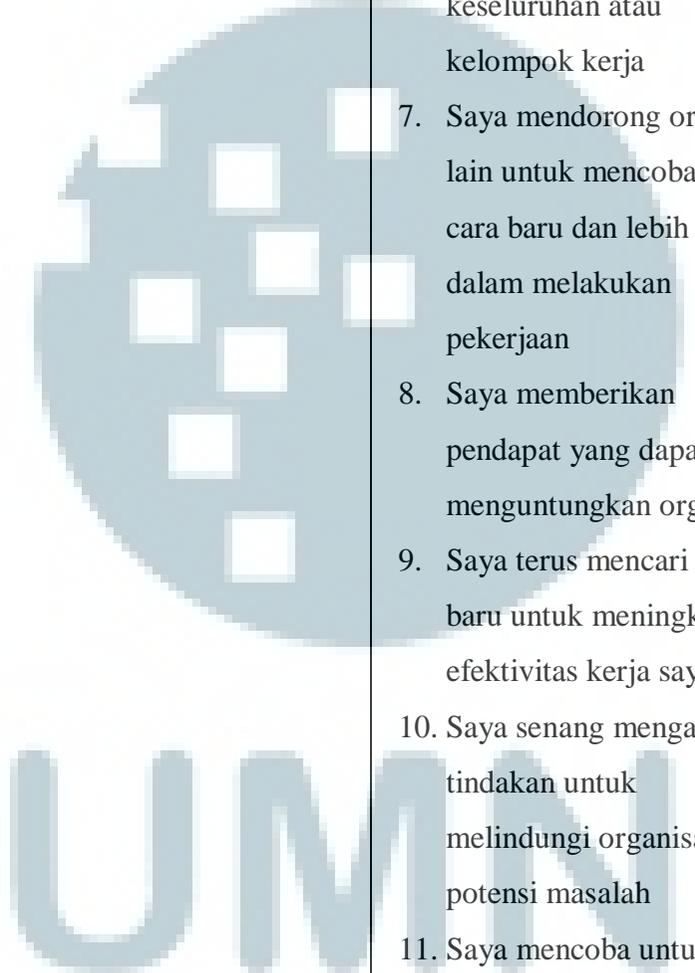
UMMN

3.1 Tabel Definisi Operasional

No	Variabel Penelitian	Definisi	Dimensi	Indikator	Skala Pengukuran	Referensi
1.	<i>Reward (X₁)</i>	Manfaat yang timbul dari melakukan tugas, memberikan pelayanan atau pemakaian tanggung jawab (Colin, 1995, dalam Edirisooriya, 2014)	1. <i>Extrinsic reward</i> adalah penghargaan yang nyata dan manfaat yang diterima atas pekerjaan atau tugas yang dilakukan oleh karyawan (Aktor et al, 2012)	<ol style="list-style-type: none"> 1. Pekerjaan saya aman 2. Kesempatan saya untuk mendapatkan perkembangan tinggi 3. Skala gaji saya didasarkan pada kategori pekerjaan 4. Jumlah <i>bonus</i> yang saya terima berdasarkan kontribusi saya kepada perusahaan 5. Jumlah <i>benefits</i> yang saya terima berdasarkan kontribusi saya kepada perusahaan 	Likert 1 – 5	Westover (2010) Edirisooriya, A. Waruni (2014)

			<p>2. <i>Intrinsic reward</i> adalah penghargaan yang tidak nyata, dalam hal ini berupa manfaat psikologis (Aktar et al, 2012)</p>	<ol style="list-style-type: none"> 1. Perusahaan adil dalam menilai kinerja saya 2. Kemungkinan peluang kemajuan karir di perusahaan tinggi 3. Tanggung jawab yang diberikan sesuai dengan kemampuan saya 4. Ketersediaan dan dukungan dari organisasi untuk saya dalam belajar tinggi 	Likert 1 – 5	Edirisooriya, A. Waruni (2014)
2.	<i>Promotion</i> (X ₂)	Kemajuan pangkat atau posisi karyawan dalam suatu sistem hirarki organisasi (Goblar (2002) dalam Tuwei et al, 2013)		<ol style="list-style-type: none"> 1. Saya memiliki kesempatan untuk promosi 2. Saya puas dengan langkah-langkah dalam memberikan promosi 3. Saya telah berada di posisi yang sama untuk waktu 	Likert 1 – 5	Tuwei et al (2013)

				yang lama 4. Saya telah dipromosikan beberapa kali		
3.	<i>Employee Performance</i> (Y ₁)	<p>Kinerja adalah hasil secara kualitas dan kuantitas yang dicapai seorang karyawan dalam melaksanakan tugasnya sesuai dengan tanggung jawab yang diberikan kepadanya (Mangkunegara, Prabu Anwar. 2011. Manajemen Sumber Daya Manusia Perusahaan. Bandung: PT Remaja Rosdakarya)</p>		<p>1. Saya menghabiskan waktu untuk berkomunikasi yang bermanfaat 2. Saya menyelesaikan tugas yang diberikan 3. Saya memenuhi tanggung jawab yang sudah ditetapkan dalam <i>job description</i> 4. Saya bekerja secara kooperatif dengan atasan 5. Saya memberitahukan bila tidak masuk kerja 6. Saya membuat saran konstruktif untuk meningkatkan fungsi</p>	Likert 1 – 5	Lynch et al (1999)

				<p>keseluruhan atau kelompok kerja</p> <p>7. Saya mendorong orang lain untuk mencoba cara-cara baru dan lebih efektif dalam melakukan pekerjaan</p> <p>8. Saya memberikan pendapat yang dapat menguntungkan organisasi</p> <p>9. Saya terus mencari cara baru untuk meningkatkan efektivitas kerja saya</p> <p>10. Saya senang mengambil tindakan untuk melindungi organisasi dari potensi masalah</p> <p>11. Saya mencoba untuk membantu karyawan baru</p>	
--	--	--	---	---	--

3.6 Teknik Pengumpulan Data

3.6.1 Teknik Pengambilan Sampel

Populasi dalam penelitian ini adalah seluruh karyawan tetap yang bekerja di Famehotel Gading Serpong.

Pengambilan sampel berjumlah 36 responden dari keseluruhan populasi. Metode yang digunakan adalah *Probability Sampling*, dengan teknik pengambilan sampel *simple random sampling*. *Probability sampling* adalah teknik *sampling* yang memberikan peluang yang sama bagi setiap unsur (anggota) populasi untuk dipilih menjadi anggota sampel. Sedangkan penggunaan *simple random sampling* dikarenakan pengambilan sampel anggota populasi dilakukan secara acak tanpa memperhatikan strata yang ada dalam populasi, anggota populasi dianggap homogen (Sugiyono,2009:118).

3.7 Teknik Analisis Data

Teknik analisis data diarahkan untuk menjawab rumusan masalah atau menguji hipotesis yang telah dirumuskan dalam proposal dengan menggunakan metode statistik (Sugiyono,2009:426).

Dalam penelitian ini peneliti menggunakan program SPSS versi 16.0 dalam melakukan proses analisis data.

3.7.1 Uji Instrumen

Pada penelitian di bidang 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 atau indikator-indikator yang diamati (Ghozali, 2011:47). Biasanya indikator-indikator diamati dengan menggunakan kuesioner yang bertujuan untuk mengetahui pendapat responden tentang suatu hal. Untuk itu diperlukan uji instrumen, yaitu uji validitas dan uji reliabilitas untuk mengukur kelayakan kuesioner yang digunakan sebagai data penelitian.

3.7.1.1 Uji Validitas

Uji validitas digunakan untuk mengukur sah atau valid tidaknya suatu kuesioner. Suatu kuesioner dikatakan valid jika pertanyaan pada kuesioner mampu untuk mengungkapkan sesuatu yang akan diukur oleh kuesioner tersebut (Gozhali, 2011:52). Menurut Hair et al (2010:7) validitas merupakan instrumen untuk mengukur seberapa akurat suatu pertanyaan untuk mewakili variabel yang akan diukur. Pengukuran validitas dilakukan dengan cara melihat analisa faktor yaitu nilai *Kaiser-Meyer-Olkin* (KMO), *anti image*, dan *loading factors*, dimana nilai yang dikehendaki harus ≥ 0.5 dan berada pada tingkat signifikan < 0.05 (Hair et al., 2010).

3.7.1.2 Uji Reliabilitas

Suatu kuesioner dikatakan handal jika jawaban seseorang terhadap pernyataan adalah konsisten atau stabil dari waktu ke waktu (Ghozali, 2011:47).

Untuk mengukur reliabilitas digunakan uji statistik *Cronbach Alpha* dimana suatu variabel dikatakan handal jika memberikan nilai *Cronbach Alpha* > 0.60 (Ghozali, 2009:46).

3.7.2 Uji Asumsi Klasik

3.7.2.1 Uji Multikolonieritas

Uji Multikolonieritas merupakan suatu uji yang bertujuan untuk menguji apakah model regresi ditemukan korelasi antar variabel bebas (independen) karena suatu model regresi yang baik seharusnya tidak terjadi korelasi di antara variabel independen (Ghozali, 2011:105). Multikolonieritas dapat dilihat dari nilai *tolerance* dan *variance inflation factor* (VIF). Nilai yang umum dipakai untuk menunjukkan adanya multikolonieritas adalah nilai Tolerance ≤ 0.10 atau sama dengan nilai VIF ≥ 10 (Ghozali, 2011:106).

3.7.2.2 Uji Heteroskedastisitas

Uji Heteroskedastisitas bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi terjadi ketidaksamaan *variance* dari residual satu pengamatan ke pengamatan lain (Ghozali, 2011:139). Jika *variance* dari residual satu pengamatan ke pengamatan lain tetap, maka disebut homoskedastisitas dan jika berbeda disebut Heteroskedastisitas (Ghozali, 2011:139). Model regresi yang baik adalah model yang homoskedastisitas, yaitu jika *variance* dari residual satu pengamatan ke pengamatan lain bersifat tetap (Ghozali, 2011:139). Jika tidak ada pola yang jelas, serta titik-titik menyebar diatas dan dibawah angka 0 pada sumbu Y, maka tidak terjadi heteroskedastisitas (Ghozali, 2011:139).

3.7.2.3 Uji Normalitas

Uji normalitas bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi, variabel pengganggu atau residual memiliki distribusi normal. Uji t dan F mengasumsikan bahwa nilai residual mengikuti distribusi normal (Ghozali, 2011:160). Normalitas dapat dilihat melalui penyebaran data (titik) pada sumbu diagonal dari grafik atau dengan melihat histogram dari residualnya (Ghozali, 2011:163).

3.7.3 Uji Model

3.7.3.1 Koefisien Determinasi

Koefisien determinasi (R^2) mengukur seberapa jauh kemampuan model dalam menerangkan variasi variabel dependen. Nilai koefisien determinasi adalah antara nol dan satu. 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 (Ghozali, 2011:97).

Secara umum, koefisien determinasi yang diambil dari data *cross sectional* akan menghasilkan nilai yang relatif rendah, karena adanya variasi yang besar antara masing-masing pengamatan. Untuk data *times series*, biasanya memiliki nilai R^2 yang tinggi (Ghozali, 2011:97).

3.7.4 Uji Hipotesis

3.7.4.1 Analisis Regresi Sederhana

Regresi adalah metode statistik untuk menguji hubungan antara satu variabel terikat dan satu atau lebih variabel bebas (Ghozali, 2011:7). Analisis regresi sederhana merupakan analisis yang berguna untuk menguji pengaruh satu variabel bebas terhadap satu variabel terikat (Ghozali, 2011:7).

Persamaan regresi sederhana yang digunakan dalam penelitian ini adalah:

$$Y_1 = a + b_1X_1 + e$$

$$Y_1 = a + b_2X_2 + e$$

Keterangan :

$Y_1 = \textit{Employee Performance}$

$X_1 = \textit{Reward}$

$X_2 = \textit{Promotion}$

B = Koefisien Garis Regresi

E = Error

UMMN

3.7.4.2 Uji Signifikan Parameter Individual (Uji Statistik t)

Uji statistik t pada dasarnya menunjukkan seberapa jauh pengaruh satu variabel penjelas/independen secara individual dalam menerangkan variasi variabel dependen (Ghozali, 2011:98). 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.

UMMN