



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. Profil Perusahaan

3.1.1. Summarecon Agung

Summarecon didirikan pada tahun 1975 oleh Bapak Soetjipto Nagaria dan rekan-rekannya. Dimulai dengan mengembangkan 10 hektar lahan berupa rawa-rawa di wilayah terpencil kota Jakarta, para pendiri Summarecon berhasil mengubah lokasi yang saat ini dikenal dengan Kelapa Gading menjadi salah satu area yang paling bernilai di Jakarta. Selama bertahun-tahun Summarecon telah membangun reputasi sebagai salah satu pemain properti terkemuka di Indonesia, khususnya dalam pengembangan kota-kota mandiri.

3.1.2. Summarecon Serpong

Summarecon Serpong merupakan bagian dari PT Summarecon Agung Tbk yang terletak di sekitar 21 km sebelah barat Jakarta, kawasan Serpong, Tangerang. Pada tahun 1993 Summarecon bekerja sama dengan Keris Group untuk mengembangkan sebuah kota mandiri baru dengan total area 1500 hektar dan kemudian dikenal dengan nama Gading Serpong. Pada tahun 2004 mitra usaha Summarecon melakukan pembagian lahan dan pengembangan secara individu. Dengan pembagian lahan yang sama

sekitar 400 hektar untuk masing-masing perusahaan. Summarecon kemudian melakukan pengembangan porsi lahan yang ada dibawah nama Summarecon Serpong. Pada 2014 Summarecon Serpong telah mengembangkan sebanyak 48 cluster untuk kawasan hunian dan komersil Summarecon Serpong juga telah menyediakan beberapa fasilitas pendukung seperti Sekolah, Universitas dan Perguruan Tinggi, pasar modern, klub olahraga dan rekreasi, *golf course and club*, hotel dan rumah sakit serta sebuah menara pekantoran Plaza Summarecon Serpong. Summarecon Serpong saat ini memiliki 24 departemen dengan jumlah karyawan 753 orang, karyawan harian 54 orang dan karyawan Outsourcing 543 orang (*Company Book Summarecon Serpong, 2015*)

3.1.3. Lokasi dan Produk Summarecon Serpong

Plaza Summarecon Serpong, Jl. Boulevard Raya Gading Serpong, Blok M5 No.3. Tangerang 15810, Indonesia. Telp +62215421008, Fax.+622154210007.

Gambar 3.1 Kantor Summarecon Serpong



Sumber : www.summareconserpong.com

Gambar 3.2 *Grisea Residence*



Sumber : explorersummarecon.com

Gambar 3.3 *Grisea Residence View*



Sumber : explorersummarecon.com

Gambar 3.4 *Turquoise Residence*



Sumber : explorersummarecon.com

Gambar 3.5 *Turquoise Residence Mini club*



Sumber : explorersummarecon.com

Gambar 3.6 *Scientia Square Park*



Sumber : explorersummarecon.com

Gambar 3.7 *The Springs Club*



Sumber : explorersummarecon.com

3.1.4. 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

3.1.5. Misi Summarecon

- 1) Mengembangkan kawasan Summarecon Kelapa Gading, Summarecon Serpong dan 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 pusat perbelanjaan yang semakin ramah lingkungan.
- 4) Bekerja sama dengan partner strategis dengan menerapkan prinsip tata kelola perusahaan yang baik dan profesional.
- 5) Fokus dalam pengembangan Sumberdaya Manusia yang berkualitas, sejahtera serta sesuai dengan nilai dan budaya perusahaan.
- 6) Meningkatkan pendapatan dan keuntungan perusahaan sesuai target tahun 2010-2015.

3.1.6. Nilai-Nilai Summarecon

Nilai-nilai yang diemban oleh PT Summarecon Agung Tbk untuk menunjang pencapaian visinya adalah :

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

3.1.7. Budaya Summarecon

Budaya yang dijunjung Summarecon adalah IT'IS (*Integrity, Teamwork, Improvement and Service Excellence*)

1) *Integrity*

- Jujur dan bertanggung jawab
- Peduli dan Proaktif
- Menjaga kerahasiaan
- Menjunjung Moralitas

2) *Teamwork*

- Mengutamakan kepentingan tim dan perusahaan
- Rendah hati, empati dan komunikatif

3) *Improvement*

- Peningkatan yang berkelanjutan
- Inovasi

4) *Service Excellence*

- Berorientasi pada kualitas produk dan layanan
- Melayani pelanggan secara efektif dengan sepenuh hati

3.1.8. Prestasi dan Penghargaan

Tabel 3.1 Awards & Achievements

Year	Awards	Achievements
2015	FIABCI World Prix d'Excellence Award of 2015) (Federasi Real Estate Internasional)	WORLD GOLD WINNER Residential (Low Rise) Category (The Springs)
	Asia Pasific Property Award 2015	Five Stars Best Residential Development Indonesia (Cluster Grisea- The Springs)
2014	FIABCI World Prix d'Excellence Award of 2014 (Federasi Real Estate Internasional)	WORLD GOLD WINNER Purpose Built Category
	FIABCI World Prix d'Excellence Award of 2014 (Federasi Real Estate Internasional)	World Silver Winner Sustainable Development Category
	Asia Pasific Property Award 2014	Highly Commended Residential Development Indonesia (Scientia Garden Summarecon Serpong)

2014	Asia Pasific Property Award 2014	Five Stars Best Public Services Development Asia Pasific (TK Pahoia Kindergarten)
	Asia Pasific Property Award 2014	Best Public Services Development Asia Indonesia (TK Pahoia Kindergarten)
2013	Indonesia Green Award 2013 (Latofi)	Pemimpin Pelestari Bumi
	Indonesia Green Company 2013 (Majalah SWA)	Indonesia Green Company Achievement 2013
2012	SWA Award (Majalah SWA)	Indonesia Green Company Achievement 2012
	FIABCI BNI Prix d'Excellence (Majalah FIABCI)	Runner Up Sustainable Development
	Indocement Award (Indocemet)	The Best InovationI In Green Development
	Green Property Awards 2012 (Majalah Housing Estate)	Peringkat emas kategori perumahan Skala Kota
	Sindo Awards (Koran Sindo)	Kontribusi dalam kegiatan sosial
	Indocement Award (Indocemet)	The best Innovatiom In Customer Satisfaction
	Best Seller Award 2012 (Majalah Housing Estate)	Best Seller in Resdintial Tangerang Area

Sumber : www.Summareconserpong.com

Gambar 3.8 Achievement

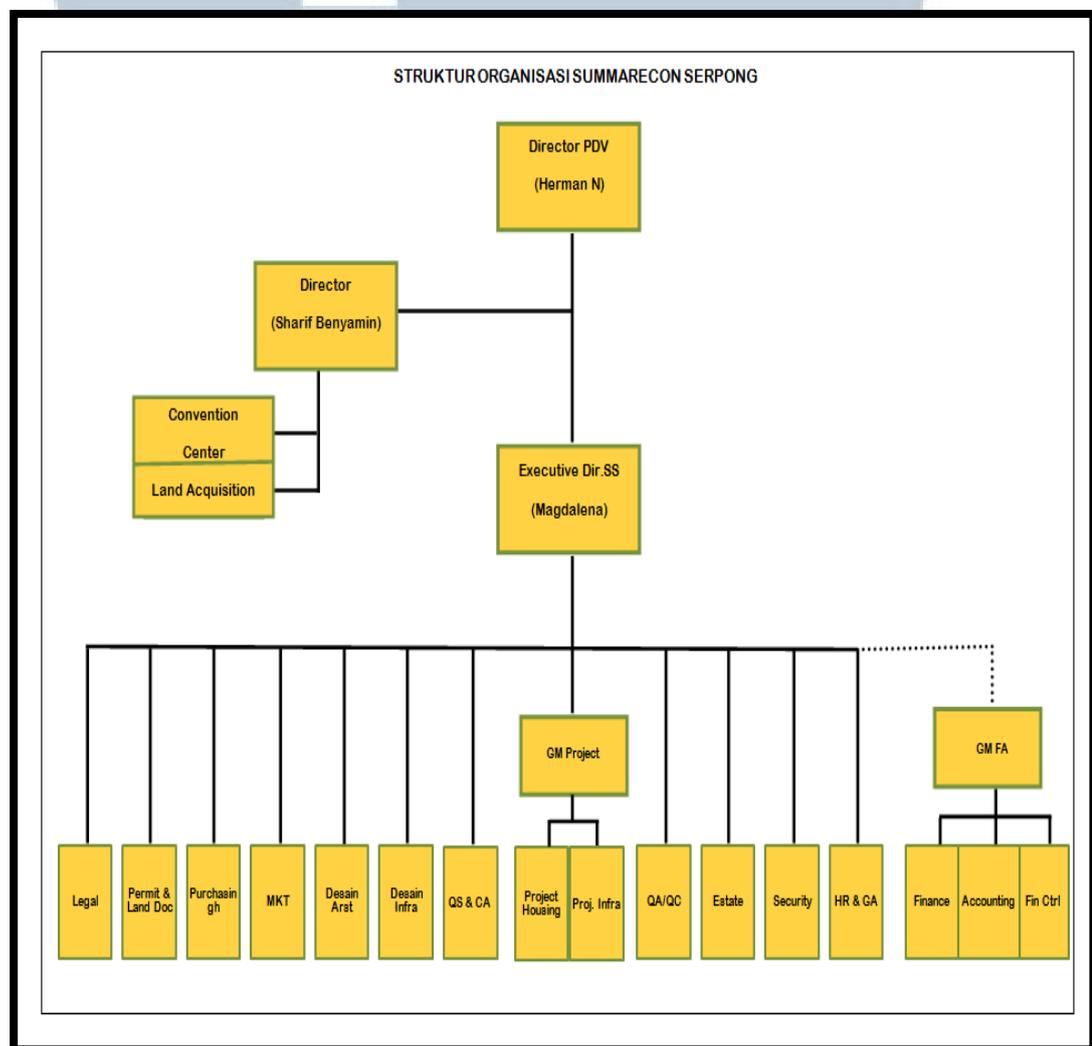


Sumber : www.summareconserpong.com

3.1.9. Struktur Organisasi Perusahaan

Dalam perusahaan, penting untuk mengetahui struktur organisasi untuk melihat bagaimana bentuk koordinasi manajemen yang ada. Pimpinan tertinggi dijabat oleh Direktur PDV selanjutnya Director, Executive Direktur SS dan kemudian di bagi menjadi 16 departemen.

Gambar 3.9 Struktur Organisasi SS



Sumber : HR & GA Summarecon Serpong, 2014

3.2. Lokasi Penelitian

Penelitian dilakukan pada karyawan *Frontliner* yang telah mengikuti *Service Excellence* Training di Summarecon Serpong yang beralamat di Plaza Summarecon Serpong, Jl. Boulevard Raya Gading Serpong, Blok M5 No.3. Tangerang 15810

3.3. Metode Penelitian

“Metode Penelitian terbagi 3 jenis metode, yaitu *Exploratory*, *Descriptive* dan *Causal Study*. Metode penelitian *Exploratory* adalah sebuah metode penelitian dimana sangat sedikit pengetahuan tentang situasi saat itu atau tidak ada informasi yang tersedia tentang masalah yang sejenis dalam penelitian sebelumnya” (Sekaran & Bougie, 2013).

“Metode Penelitian deskriptif dilakukan untuk mengumpulkan data dan menggambarkan karakteristik seseorang, kegiatan-kegiatan, atau situasi” (Sekaran dan Bougie, 2013). Tujuan Penelitian *Descriptive* adalah memberikan peneliti sebuah riwayat atau untuk menggambarkan aspek-aspek yang relevan dengan fenomena perhatian dari perspektif seseorang, organisasi, orientasi industri dan lainnya (Sekaran, 2014).

“Metode Penelitian *Causal* adalah penelitian untuk mencari hubungan sebab-akibat variabel satu terhadap variabel lainnya” (Sekaran dan Bougie, 2013)

Metode Penelitian yang di gunakan dalam penelitian ini adalah Metode Deskriptive, dan pengumpulan data melalui kuantitatif data seperti hasil pengukuran variabel yang telah diberikan skala pada setiap indikator yang ada.

3.4. Ruang Lingkup Penelitian

3.4.1. Populasi dan Sampel

Populasi adalah seluruh kelompok orang, kejadian atau sesuatu yang menarik yang ingin diteliti. Sampel adalah sebagian kecil dari populasi (Sekaran & Bougie, 2013).

Penarikan sampel ini adalah menggunakan *Purposive sampling*. *Purposive sampling* adalah *Nonprobability sampling design* dimana informasi yang dibutuhkan dikumpulkan dari target penelitian atau kelompok yang khusus atau spesifik (Sekaran & Bougie,2013).

Dalam penelitian ini Sampel penelitian adalah 70 Karyawan *Frontliner* Summarecon Serpong yang khususnya telah mengikuti *Service Excellence Training*.

3.4.2 *Time Frame* Penelitian

Proses pengisian kuesioner dilakukan dari tanggal 04 Januari 2016 – 04 Maret 2016. Skala Skala pengukuran yang dibuat untuk mengukur seberapa besar subjek penelitian setuju atau tidak setuju dengan pernyataan yang ada berdasarkan 5 poin dari sangat tidak setuju samapai sangat setuju. Setiap kolom memiliki nilai yang berbeda-beda , skor untuk

mengukur pengaruh *Perceived Access to Training*, *Perceived Benefits from Training* terhadap *Organizational Commitment* adalah sebagai berikut:

Sangat setuju : 5 poin

Setuju : 4 poin

Cukup Setuju : 3 poin

Tidak setuju : 2 poin

Sangat tidak setuju : poin 1

3.5. Definisi Operasional Variabel

Terdapat dua variabel independen (X) dan satu variabel dependen (Y) dalam penelitian ini. Variabel Independen atau variabel bebas merupakan variabel stimulus atau variable yang mempengaruhi variabel lain. Variabel Dependen adalah variabel yang memberikan reaksi/respon jika dihubungkan dengan variabel bebas (Sekaran, 2003).

3.5.1. Variabel Independen (X)

1. *Perceived Access to Training* (X₂)

Perceived Access to training adalah persepsi karyawan terhadap kesempatan yang diberikan kepada mereka untuk bisa mengikuti *training* tanpa memperhatikan kelayakan, termasuk dukungan dari

manager, kriteria yang adil sewaktu diseleksi atau mengikuti proses formal untuk dipilih mengikuti *training* (Dhar, 2014).

2. *Perceived Benefits from Training (X₂)*

Perceived Benefits from training menurut Noe dan Wilk dibagi tiga, pertama yaitu *Personal Benefit* : Keuntungan yang didapatkan karyawan ketika menghadiri *training*, yang diperkirakan bisa meningkatkan kinerja, mengembangkan *network* mereka dan membuat mereka terus berkembang. *Job related Benefits* : Bisa membuat hubungan yang lebih baik dengan rekan kerja dan manajer, bisa beristirahat dari pekerjaan rutin. *Career benefits* : hasil yang didapatkan ketika mengikuti *training* yang bisa membantu untuk mengembangkan karier mereka (Dhar, 2014)

3.5.2. Variabel Dependen (Y) *Organizational Commitment*

Organizational Commitment adalah sejauh mana seorang individu mengenal organisasi dan berkomitmen untuk tujuan organisasi (Kreitner dan Kinicki, 2008:166). Menurut Meyer dan Allen *Organizational Commitment* terbagi ke dalam 3 aspek yaitu: *Affective, continuance dan normative commitment*. *Affective Commitment* adalah ketertarikan dan keterlibatan emosional karyawan terhadap organisasinya. *Continuance Commitment* adalah komitmen berdasarkan biaya yang akan ditimbulkan jika karyawan meninggalkan organisasi. *Normative Commitment* adalah komitmen berdasarkan perasaan tanggung jawab karyawan terhadap organisasi (Dhar, 2014).

Menurut Mathieu & Zajac (2001) *Organization Commitment* adalah keterikatan seseorang dengan organisasi (Meyer & Herscovitch, 2001).

3.5.3. Tabel Operasional Variabel

Tabel 3.4 Operasional Variabel

N o.	Variabel Penelitian	Definisi	Indikator Variabel	Skala Pengukuran	Referensi
1.	Perceived Access to Training	<i>Perceived Access to training</i> adalah pandangan karyawan terhadap kesempatan yang diberikan kepada mereka untuk bisa mengikuti <i>training</i> tanpa memperhatikan kelayakan, termasuk dukungan dari <i>manager</i> , kriteria yang adil sewaktu diseleksi atau mengikuti proses formal untuk dipilih mengikuti <i>training</i> (Dhar, 2014: 420)	<ol style="list-style-type: none"> 1. Jumlah <i>training</i> yang diharapkan bisa diterima 2. Jenis <i>training</i> yang diharapkan bisa diterima 3. Jumlah <i>training</i> yang perusahaan rencanakan 4. Jenis <i>training</i> yang perusahaan rencanakan 5. Akses ke <i>training</i> 	Skala Likert 1 – 5	Rajib Lochan Dhar. <i>Service Quality And The Training Of Employees: The Mediating Role of Organizational Commitment. Tourism Management</i> 46, 2014
2.	Perceived Benefits from training	<i>Perceived Benefits from training</i> menurut Noe dan Wilk seperti yang dikutip oleh Dhar (2014 : 421) dibagi tiga, pertama yaitu <i>Personal Benefit</i> : Keuntungan yang didapatkan karyawan ketika menghadiri <i>training</i> , yang diperkirakan bisa meningkatkan kinerja, mengembangkan <i>network</i> mereka dan membuat mereka terus berkembang. <i>Job related Benefits</i> :Bisa membuat hubungan yang lebih baik dengan rekan kerja dan manajer, bisa beristirahat dari pekerjaan rutin. <i>Career benefits</i> : hasil yang didapatkan ketika mengikuti <i>training</i> yang bisa membantu untuk mengembangkan karier mereka	<ol style="list-style-type: none"> 1. Perkembangan pribadi. 2. Bekerja lebih baik 3. Hubungan dengan rekan-rekan kerja. 4. Informasi terbaru tentang produk 5. Informasi terbaru tentang prosedur. 6. Ide yang lebih baik dalam karir 7. Tujuan karir. 	Skala Likert 1 – 5	Rajib Lochan Dhar. <i>Service Quality And The Training Of Employees: The Mediating Role of Organizational Commitment. Tourism Management</i> 46, 2014

No.	Variabel Penelitian	Definisi	Indikator Variabel	Skala Pengukuran	Referensi
3.	<i>Organizational Commitment</i>	Menurut Meyer dan Allen (1987) dalam Yucel (2012) <i>Organizational Commitment</i> terbagi ke dalam 3 aspek yaitu: <i>Affective, continuance dan normative commitment</i> . <i>Affective Commitment</i> adalah ketertarikan dan keterlibatan emosional karyawan terhadap organisasinya. <i>Continuance Commitment</i> adalah komitmen berdasarkan biaya yang akan ditimbulkan jika karyawan meninggalkan organisasi. <i>Normative Commitment</i> adalah komitmen berdasarkan perasaan tanggung jawab karyawan terhadap organisasi.	<ol style="list-style-type: none"> 1. Masalah perusahaan 2. Bagian Keluarga perusahaan 3. Hidup akan terganggu jika meninggalkan perusahaan 4. Ada tanggung jawab 5. Rasa bersalah 	Skala Likert 1 - 5	Ilhami Yucel. "Examining The Relationship Among Job Satisfaction, Organizational Commitment, And Turnover Intention: An Empirical Study". <i>International Journal of Business and Management</i> ; Vol. 7, No.20 :2012

3.6. Teknik Pengumpulan Data

3.6.1. Sumber data

1. Data Primer

Data Primer adalah Data yang dikumpulkan untuk penelitian dari situs sebenarnya dari terjadinya peristiwa (Sekaran, 2003). Jenis informasinya seperti persepsi dan sikap karyawan diperoleh dengan berbicara kepada mereka; dengan mengamati peristiwa, orang, dan benda-benda; atau dengan pemberian kuesioner kepada individu.

2. Data Sekunder

Data Sekunder adalah data yang dikumpulkan melalui sumber yang sudah ada (Sekaran, 2003). Misalnya buletin, publikasi pemerintah, penelitian sebelumnya, internet dan perpustakaan.

Dalam penelitian ini sumber data yang digunakan adalah data primer dan data sekunder. Data Primer didapatkan dengan *In-depth Interview* dan penyebaran kuesioner kepada responden yang merupakan karyawan *frontliner* Summarecon Serpong yang telah mengikuti *Service Excellence Training*. Data sekunder didapatkan dari penelitian sebelumnya, mengambil informasi dari internet dan buku-buku pendukung teori.

3.7. Prosedur Pengumpulan data

Responden yang diteliti adalah karyawan *Frontliner* Summarecon Serpong yang sudah pernah mengikuti *Service Excellence Training*. Dalam pengumpulan data peneliti mendapatkan bantuan dari pihak *Training and Development* dalam menyebarkan kuesioner kepada responden, setelah di isi oleh responden dikembalikan ke bagian *Training and Development* dan dikumpulkan oleh peneliti.

3.8. Teknik Analisis Data

3.8.1. Uji Instrumen

Terdapat dua uji instrumen yang digunakan, yaitu uji reliabilitas, dan uji validitas.

- a. Uji Reliabilitas adalah pengujian kuesioner yang merupakan indikator dari variabel dan dikatakan reliabel jika jawaban seseorang terhadap pernyataan adalah konsisten dai waktu ke waktu (Ghozali, 2011).

.Ukuran statistik yang digunakan untuk mengukur reliabilitas adalah Cronbach Alpha, dan variabel yang dianggap reliabel jika memiliki nilai Cronbach Alpha $> 0,70$ (Ghozali, 2011).

- b. Uji Validitas adalah kekuatan kesimpulan, inferensi atau proposi dari hasil riset yang sudah dilakukan dan mendekati kebenaran. Analisis yang dilakukan dengan menggunakan alat uji *Kaiser Meyer-Olkin Measure of Sampling Adequacy (KMO MSA)*, Nilai yang dikehendaki harus > 0.50 untuk dapat dilakukan analisis faktor dan tingkat signifikan < 0.05 , maka dapat disimpulkan data tersebut valid (Ghozali, 2011).

3.8.2. Uji Asumsi Klasik

a. 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. 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).

b. 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). Normalitas dapat dilihat melalui penyebaran data (titik) pada sumbu diagonal dari grafik atau dengan melihat histogram dari residualnya (Ghozali, 2011).

c. Uji Heteroskedastisitas

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

3.8.3. Uji Model

a. Koefisien Determinasi

Uji Koefisien Determinasi adalah uji yang digunakan untuk mengukur seberapa jauh suatu model menerangkan variasi variabel dependen. Koefisien determinasi adalah antar nol dan satu. Nilai R² yang

kecil menunjukkan bahwa kemampuan variabel independen dalam menjelaskan variabel dependen terbatas. Nilai yang mendekati satu menunjukkan bahwa variabel independen memberikan hampir semua informasi yang dibutuhkan untuk memprediksi variabel dependen. Secara umum, koefisien determinasi untuk data silang (*cross section*) yang relatif rendah, karena adanya variasi yang besar antara masing-masing pengamatan. Untuk data runtun waktu (*times series*), biasanya memiliki nilai koefisien determinasi yang tinggi (Ghozali, 2011).

3.8.4. Uji Hipotesis

a. Uji Regresi

Regresi sederhana adalah menguji pengaruh satu variabel bebas terhadap satu variabel terikat. Regresi Berganda adalah pengujian lebih dari satu variabel bebas (Ghozali, 2011). Dalam penelitian saat ini yang digunakan adalah uji regresi berganda karena terdapat dua atau lebih variabel independen.

- 1) Variabel independen 1 (X1) : *Perceived Access to Training*
- 2) Variabel independen 2 (X2) : *Perceived Benefits from Training*
- 3) Variabel dependen (Y) : *Organization Commitment*

Persamaan regresi berganda yang digunakan dalam penelitian ini adalah:

$$Y = a + b_1X_1 + b_2X_2$$

Dimana:

$Y = \text{Organization Commitment}$

$a = \text{Konstanta}$

$b_1, b_2 = \text{Koefisien Regresi}$

$X_1 = \text{Perceived Access to Training}$

$X_2 = \text{Perceived Benefits from Training}$

Sumber: Sugiyono (2009)

b. Uji Signifikan Parameter Individual (uji t)

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