

BAB III

METODOLOGI PENELITIAN

3.1 Gambaran Umum Objek Penelitian

3.1.1 Sejarah Singkat Perusahaan

PT XYZ didirikan pada tanggal 17 Agustus tahun 1971 dan memperoleh izin sebagai bank devisa pada tahun 1972, PT XYZ merupakan hasil *merger* Bank Kemakmuran, Bank Industri Jaya Indonesia, serta Bank Industri dan Dagang Indonesia. Keputusan PT XYZ untuk menjadi bank pertama di Indonesia yang *go-public* pada tahun 1982, mencerminkan tingginya kepercayaan diri bank yang masih terus terjaga hingga hari ini. Dengan fundamental yang kuat, PT XYZ berhasil melewati krisis keuangan Asia pada tahun 1998 sebagai bank kategori A, dan selanjutnya melangkah maju mengembangkan produk dan layanannya di bidang perbankan *ritel* dan komersial.

Dengan tetap mempertahankan pendekatan sebagai bank lokal dengan pelayanan personal, PT XYZ memanfaatkan reputasi yang telah terbina sekian lama di segmen perbankan korporasi, untuk berkembang menjadi salah satu bank SME terdepan di Indonesia, serta membangun basis nasabah *ritel* yang kuat. Melalui beragam produk dan layanan di segmen perbankan konsumen, SME dan mikro, komersial, korporat, dan *tresuri*, PT XYZ terus menjaga komitmen untuk tumbuh dengan kompetensi yang telah teruji dalam menciptakan nilai sejalan dengan prinsip kehati-hatian. Dalam perkembangan yang terakhir, PT XYZ terus meningkatkan penerapan proses tata kelola *internal* yang baik, dan secara efektif

memanfaatkan sistem teknologi informasi untuk menjawab tuntutan pertumbuhan bank yang dalam satu dekade ini terus menunjukkan kinerja yang solid. Hingga akhir tahun 2016 PT XYZ memiliki total aset sebesar Rp199,18 triliun atau merupakan salah satu dari 10 besar bank nasional.

PT XYZ terus meningkatkan produk dan pelayanan yang *inovatif* dan bernilai tambah melalui *cross selling* dengan perusahaan anak dan perusahaan afiliasi, terutama produk-produk perbankan syariah dan produk *bancassurance* yang dipasarkan melalui Divisi Wealth Management.

Saat ini PT XYZ mampu menyediakan kenyamanan pelayanan sebagaimana yang diinginkan dan layak didapatkan oleh nasabah berkat jaringan kantor cabangnya yang terus bertambah dan kini mencapai 564 kantor cabang dan 973 jaringan ATM yang tersebar dari Aceh hingga Papua. Kedua pemegang saham utama, yakni PT XYZ Financial Tbk (46,04%) dan ANZ bank melalui *votrant No 1103 Pty Ltd* (38.82%), memberikan dukungan strategis bagi bank untuk mencapai tujuan perusahaan. Kepemilikan saham publik di PT XYZ pada akhir tahun 2016 adalah 15,14%, yang terdiri dari pemegang saham domestik dan internasional, institusi dan individu.

PT XYZ adalah bank terbesar ke-7 di Indonesia dengan nilai aset lebih dari 160 triliun dan memiliki lebih dari 5000 karyawan. Penghargaan yang pernah diterima antara lain yaitu meraih peringkat 6 bank terbesar di Indonesia pada tahun 2013, Menerima *Bisnis Indonesia Awards 2013* predikat perusahaan terbaik untuk sektor keuangan, Menerima *Info Bank Golden Trophy 2013*, *Info Bank Golden Trophy 2013* untuk kategori Bank buku 3 atau kelompok Bank dengan

modal inti Rp. 5 Triliun – Rp. 30 Triliun, Menerima *Banking Efficiency Awards* 2013 *Banking Efficiency Awards* untuk kategori Bank Umum Devisa.

3.1.2 Misi dan Strategi Perusahaan

Misi

Mentransformasikan PT XYZ menjadi salah satu bank terkemuka dalam perbankan konsumen dan bisnis di Indonesia.

Strategi

a. Nasabah

Fokus pada nasabah, memahami kebutuhan mereka dan memberikan layanan terpadu dan bernilai tambah.

b. Produk

Mengembangkan dan mendistribusikan produk-produk yang *inovatif* untuk mendukung keberhasilan bisnis nasabah.

c. Distribusi

Membangun kemampuan saluran distribusi *multi-channel* untuk menjangkau bisnis nasabah di seluruh Indonesia dan mendukung pertumbuhan ekonomi daerah.

d. Efisiensi

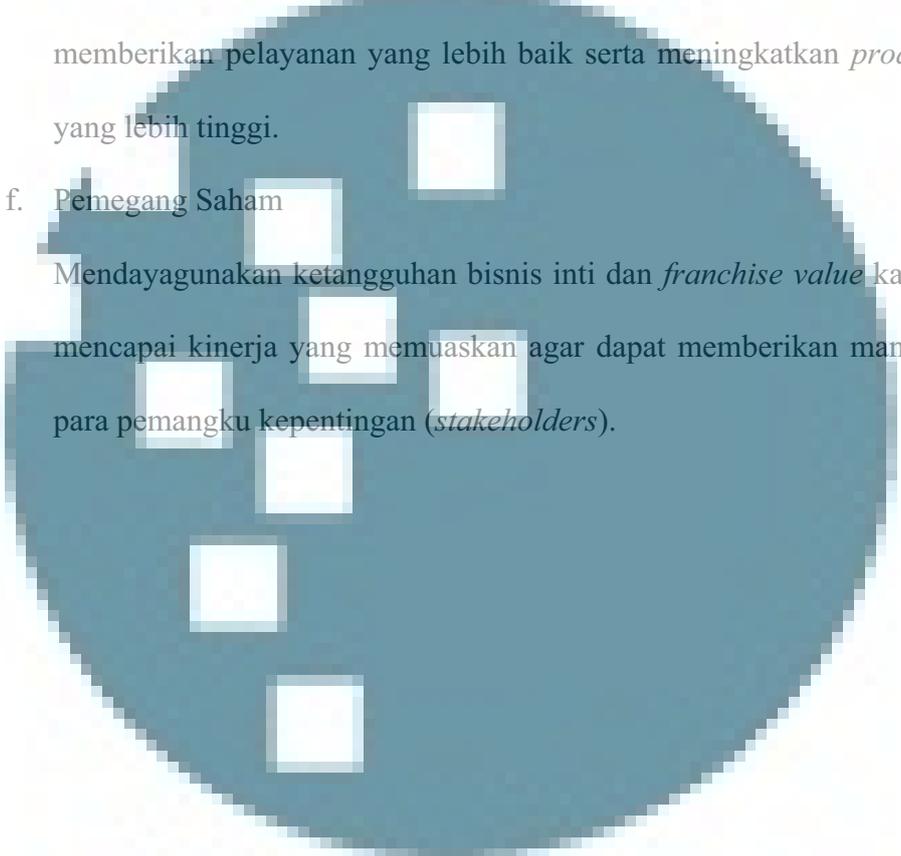
Merekayasa ulang proses pelayanan untuk mempercepat transaksi nasabah dan memberikan pelayanan yang efisien dan *kompetitif* melalui perkembangan teknologi.

e. Staf

Mempertahankan dan meningkatkan budaya perusahaan untuk menghargai sepenuhnya pencapaian individu dan terus memotivasi karyawan untuk memberikan pelayanan yang lebih baik serta meningkatkan *produktivitas* yang lebih tinggi.

f. Pemegang Saham

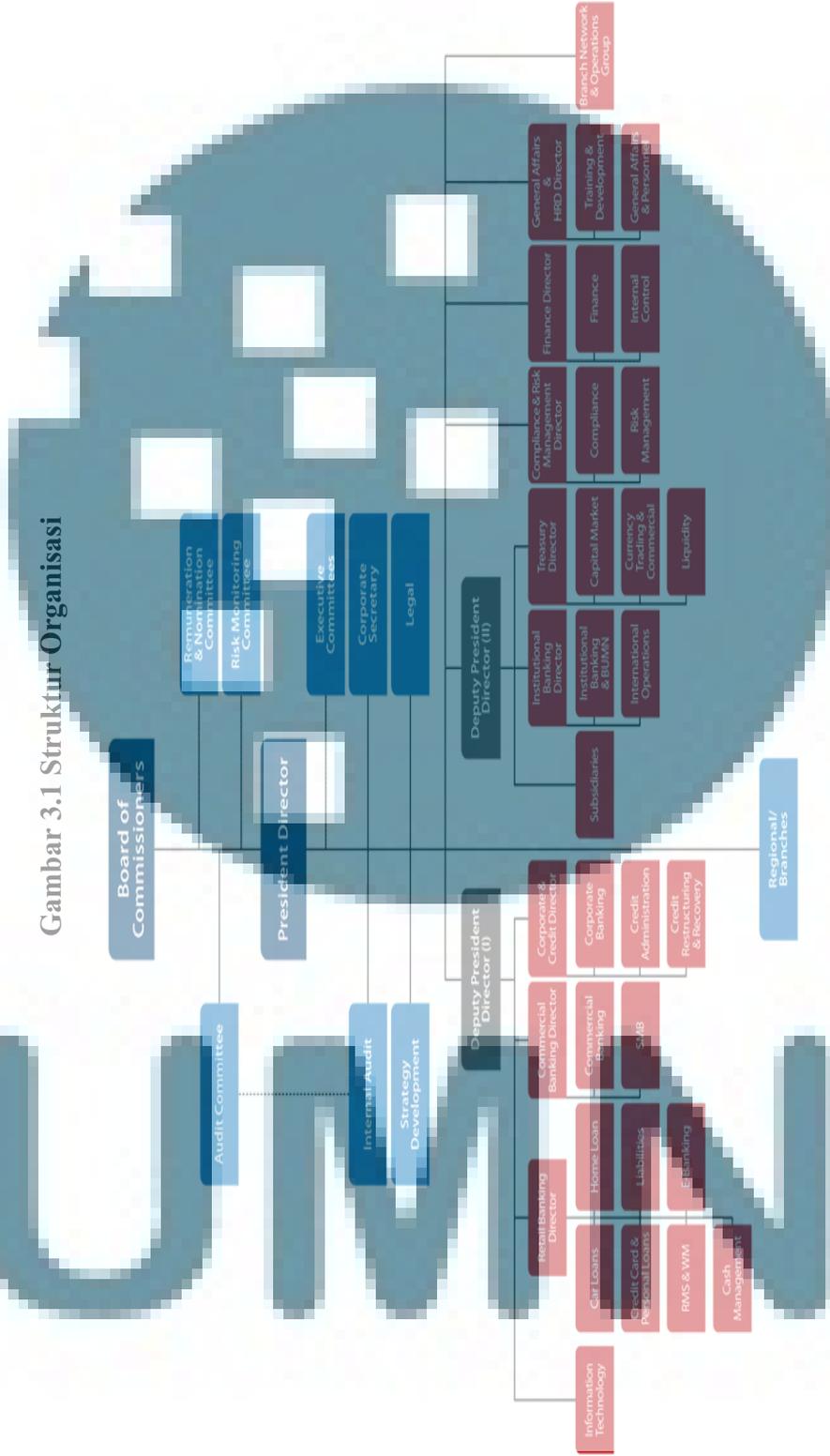
Mendayagunakan ketangguhan bisnis inti dan *franchise value* kami untuk mencapai kinerja yang memuaskan agar dapat memberikan manfaat bagi para pemangku kepentingan (*stakeholders*).



U
M
N

3.1.3 Struktur Organisasi

Gambar 3.1 Struktur Organisasi



Sumber: Data Perusahaan (2017)

3.2 Desain Penelitian

Desain penelitian adalah rencana inti yang menentukan metode dan prosedur untuk mengumpulkan dan menganalisa informasi yang dibutuhkan. Sebuah desain penelitian menunjukkan sebuah kerangka atau perencanaan tindakan untuk penelitian (Zikmund *et al.*, 2013).

3.2.1 *Research Data*

Dalam proses memperoleh data dari perusahaan yang diteliti, ada dua cara yang dapat dilakukan oleh peneliti untuk memperoleh informasi yaitu *primary data* dan *secondary data*. Data primer (*Primary Data*) adalah data yang berasal dari peneliti untuk tujuan spesifik dalam menangani masalah penelitian (Naresh K. Malhotra, 2010). *Primary data* yang peneliti peroleh mengenai PT XYZ berasal dari hasil wawancara (*in depth interview*) dan kuesioner yang disebarakan kepada karyawan PT XYZ.

Data sekunder (*Secondary Data*) adalah data yang dikumpulkan untuk beberapa tujuan selain masalah yang dihadapi. *Secondary data* yang peneliti peroleh mengenai PT XYZ berasal dari beberapa sumber seperti jurnal internasional, *textbook human resource management*, *portalhr*, website dan publikasi perusahaan yang mendukung penelitian ini (Naresh K. Malhotra, 2010).

3.2.2 Metode Penelitian

Terdapat beberapa jenis metode penelitian, antara lain yaitu:

Exploratory Research bertujuan untuk mengklarifikasi situasi yang ambigu atau menemukan ide baru yang berpotensi sebagai kesempatan bisnis (Zikmund *et al.*, 2013)

Descriptive Research mendeskripsikan karakteristik sebuah objek, orang-orang, grup, organisasi atau lingkungan. Dengan kata lain, *descriptive research* mencoba untuk memberikan gambaran tentang situasi yang ada dengan memberikan pertanyaan berupa siapa, apa, kapan, dimana dan bagaimana (Zikmund *et al.*, 2013)

Casual Research mencoba untuk mengidentifikasi hubungan sebab akibat dan memungkinkan *casual inferences* dibentuk. *Casual inferences* merupakan sebuah kesimpulan ketika sesuatu terjadi maka hal lain yang spesifik akan mengikutinya (Zikmund *et al.*, 2013).

Dalam penelitian ini peneliti menggunakan metode penelitian *kuantitatif* dan *descriptive research*. Data *kuantitatif* yang didapatkan penulis merupakan hasil dari pengisian kuesioner yang disebarkan kepada responden dan setelah di dapatkan datanya kemudian data tersebut diolah serta dijelaskan dalam bentuk paragraf *deskriptif*.

3.3 Ruang Lingkup Penelitian

3.3.1 Populasi dan Sampel

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

Sedangkan sampel menurut Zickmund *et al.*, 2013 adalah *subset* atau sebagian dari populasi yang lebih besar, tujuan dari pengambilan sampel adalah untuk memperkirakan karakteristik populasi yang tidak diketahui. Pada penelitian ini, yang menjadi sampel adalah karyawan PT XYZ yang bekerja sebagai karyawan tetap dan lama bekerja minimal 2 tahun.

3.3.2 *Sampling Techniques*

Menurut Zikmund *et al.*, (2013) membagi *sampling technique* menjadi 2 jenis, yakni :

3.3.2.1 *Probability Sampling Techniques*

Teknik sampling dimana semua anggota populasi memiliki kesempatan yang sama untuk dijadikan responden. Menurut Zikmund *et al.*, (2013) ada 5 teknik *probability sampling* yang dapat digunakan, yaitu :

a. *Simple random sampling*

Sebuah prosedur *sampling* yang menjamin setiap elemen dalam populasi memiliki kesempatan yang sama untuk disertakan dalam sampel (Zikmund *et al.*, 2013).

b. *Systematic sampling*

Sebuah prosedur *sampling* dimana titik awal dipilih oleh proses acak dan kemudian setiap nomor ke- n pada daftar yang dipilih (Zikmund *et al.*, 2013).

c. *Stratified sampling*

Sebuah prosedur *sampling* probabilitas dimana sampel acak sederhana yang kurang lebih sama pada beberapa karakteristik dalam setiap lapisan populasi (Zikmund *et al.*, 2013).

d. *Proportional stratified*

Sampel bertingkat, dimana jumlah *unit sampling* yang diambil dari setiap strata sebanding dengan ukuran populasi strata tersebut (Zikmund *et al.*, 2013).

e. *Disproportional stratified*

Sample adalah sampel bertingkat, dimana ukuran sampel untuk setiap strata dialokasikan sesuai dengan pertimbangan analisis (Zikmund *et al.*, 2013).

f. *Cluster sampling*

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

3.3.2.2 Non-probability sampling Techniques

Teknik *sampling* dimana populasi tidak memiliki kesempatan yang sama untuk dijadikan responden, sampel dipilih berdasarkan penilaian dari peneliti itu sendiri (Zikmund *et al.*, 2013). Terdapat 4 *sampling technique* di dalam *non-probability sampling*, yaitu:

a. *Convenience Sampling*

Sampel dipilih berdasarkan kenyamanan peneliti dalam mencari sampel, biasanya memilih elemen yang sudah siap tersedia, dekat, ataupun bersedia untuk berpartisipasi. Hal ini memungkinkan peneliti untuk dapat mengumpulkan sampel dengan biaya yang murah.

b. *Judgement Sampling*

Sampel dipilih berdasarkan penilaian pribadi peneliti tentang beberapa anggota sampel yang sesuai.

c. *Snowball Sampling*

Prosedur *sampling* dimana responden awal dipilih oleh metode probabilitas dan responden tambahan diperoleh dari informasi yang diberikan oleh responden awal.

d. *Quota Sampling*

Prosedur *sampling nonprobability* yang memastikan bahwa berbagai sub kelompok populasi akan diwakili pada karakteristik yang sesuai dengan tingkat yang diinginkan oleh penyidik.

Pada penelitian ini peneliti menggunakan metode *non-probability sampling* karena populasi tidak memiliki kesempatan yang sama untuk dijadikan responden

dan sampel dipilih berdasarkan penilaian dari peneliti sendiri, dengan teknik yang digunakan adalah *judgement sampling* karena sampel dipilih berdasarkan penilaian pribadi penulis sesuai dengan ketentuan yang dipilih yaitu responden harus karyawan tetap dan minimal bekerja selama 2 tahun.

3.3.3 *Sampling Unit*

Sampling unit adalah individu-individu yang memiliki karakteristik yang sama dengan target populasi yang akan dijadikan sampel dalam penelitian (Malhotra, 2012). *Sampling unit* dari penelitian ini adalah karyawan PT XYZ yang berstatus karyawan tetap dengan minimal bekerja 2 tahun.

3.3.4 *Sampling Frame*

Sampling frame merupakan sebuah perwakilan dari elemen populasi yang terdiri dari serangkaian responden, dimana peneliti telah memiliki data mengenai anggota populasi yang akan dijadikan responden untuk penelitian (Malhotra, 2012). *Sampling frame* dari penelitian ini adalah seluruh karyawan PT XYZ dan penulis memilih karyawan tetap dengan minimal bekerja 2 tahun.

3.3.5 *Sampling Size*

Malhotra mengungkapkan dalam buku *Marketing Research* (2010) bahwa *sampling size* merupakan jumlah elemen-elemen yang akan diikutsertakan di dalam penelitian. Penentuan *sample size* itu kompleks dan melibatkan beberapa pertimbangan *kualitatif* dan *kuantitatif*. Penentuan jumlah *sample* pada penelitian ini mengacu pada pernyataan Mark M. Suazo penentuan banyaknya jumlah *item*

pertanyaan yang digunakan pada kuisisioner, 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* 17 buah, maka dapat ditentukan bahwa jumlah *sample* minimum yang akan diambil pada penelitian ini adalah sebanyak: 153 responden.

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 yang bekerja di PT XYZ. Data yang peneliti dapatkan dari objek penelitian dengan *in-depth interview* dan menyebar kuesioner.

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

3.4.2. Metode Pengumpulan Data

Zikmund (2013) mengkategorikan beberapa metode yang bisa digunakan dalam pengumpulan data, antara lain :

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

Berdasarkan kedua metode pengambilan data yang dijelaskan di atas, peneliti menggunakan metode dan survey research dalam penelitian. Dalam metode *observation research* peneliti melakukan *in-depth interview* terhadap 8 orang karyawan PT XYZ dan *survey research* dengan cara menyebarkan kuesioner kepada karyawan yang bekerja di PT XYZ.

3.5 Periode Penelitian

Periode pengisian kuesioner untuk *pretest* dilakukan pada bulan April 2018. *Pretest* 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. Sedangkan periode penyebaran kuisioner untuk *main-test* dilakukan pada bulan mei 2018. Jumlah responden pada *main-test* ini adalah sebanyak 153 responden.

Dalam kuesioner ini digunakan skala pengukuran *likert*. Skala *likert* merupakan pengukuran sikap yang mengijinkan responden untuk memberikan nilai bagi pendapatnya dari sangat tidak setuju hingga sangat setuju dengan mengikuti petunjuk yang diberikan.

U
M
N

Tabel 3.1 Skala Likert

Keterangan	Skala
Sangat setuju sekali	6
Sangat setuju	5
Setuju	4
Tidak setuju	3
Sangat tidak setuju	2
Sangat tidak setuju sekali	1

Sumber : Gozhali, 2016

3.6 Definisi Operasionalisasi Variabel

Variabel pada penelitian ini dibagi menjadi dua yaitu, *Eksogen variable* dan *Endogen variable*. *Eksogen variable* yaitu variabel yang memiliki pengaruh terhadap variabel lain, sedangkan *endogen variable* adalah variabel yang dipengaruhi oleh variable lain.

3.6.1 Variabel Eksogen

Variabel eksogen adalah variabel yang dianggap memiliki pengaruh terhadap variabel lain, namun tidak dipengaruhi oleh variabel lain dalam model.

Notasi matematik pada variabel eksogen berupa huruf Yunani ξ ("ksi). Variabel eksogen digambarkan berupa lingkaran dengan anak panah yang menuju ke luar (Hair *et al.*, 2010).



Sumber: Hair *et al.*, 2010

Gambar 3.2 Variabel Eksogen

Pada penelitian ini yang menjadi variabel eksogen adalah variabel *social support* dan variabel *the lack of promotional opportunity*.

3.6.1.1. Social Support

Menurut Cutrona dan Russell (1990 dalam Weinberg, 2017) *social support* adalah dukungan yang diberikan oleh pemberi dukungan untuk membantu pencari dukungan mengatasi masalah atau peristiwa.

Bantuan ditawarkan melalui emosional dan sarana nyata, dengan tujuan meminimalkan hal yang tidak diinginkan dari reaksi emosional dan kesulitan (Cutrona dan Russell, 1990; Knight and Carpenter, 2012 dalam Weinberg, 2017).

Variabel ini diukur dengan menggunakan skala likert 1 sampai dengan 6. Pada skala 1 menunjukkan bahwa *social support* yang terjadi sangat rendah di dalam perusahaan dan skala 6 menunjukkan bahwa *social support* yang terjadi sangat tinggi di dalam perusahaan.

3.6.1.2. The Lack of Promotional Opportunity

Menurut Erkutlu dan Chafra (2006 dalam Wickramasinghe, 2016) *the lack of promotional opportunity* adalah kurangnya kesempatan untuk kemajuan,

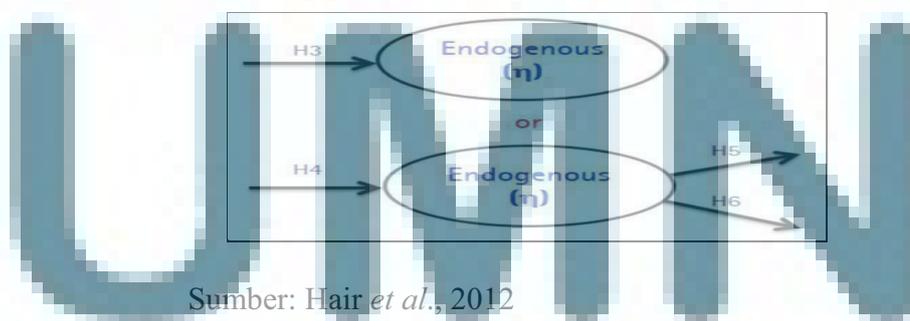
dimana individu bergantung pada kinerjanya, membuat situasi kerja berpotensi menjadi stres.

Kurangnya *promotional opportunity* telah disimpulkan sebagai hal pendorong bagi stres kerja (Nelson dan Burke, 2000. Yang, 2008 dalam Wickramasinghe, 2016). Yang (2008) berpendapat karyawan dengan kesempatan yang lebih tinggi untuk kemajuan menunjukkan tingkat kesehatan psikologis dan fisik yang tinggi.

Variabel ini diukur dengan menggunakan skala likert 1 sampai dengan 6. Pada skala 1 menunjukkan bahwa *promotional opportunity* yang terjadi sangat rendah di dalam perusahaan dan skala 6 menunjukkan bahwa *promotional opportunity* yang terjadi sangat tinggi di dalam perusahaan.

3.6.2 Variabel Endogen

Variabel endogen adalah variabel yang dipengaruhi oleh variabel lain di dalam model. Variabel endogen variabel yang mempunyai anak panah menuju kearah variabel tersebut. Notasi matematik pada variabel endogen adalah η ("eta").



Sumber: Hair *et al.*, 2012

Gambar 3.3 Variabel Endogen

Pada penelitian ini yang menjadi variabel endogen adalah variabel *job stress* dan variabel *career commitment*.

3.6.2.1. *Job Stress*

Menurut Armstrong dan Griffin (2004 dalam Wickramasinghe, 2016) *job stress* adalah perasaan karyawan terkait tekanan pekerjaan, ketegangan, kecemasan, frustrasi, kekhawatiran, kelelahan emosional, dan kesulitan. Dengan kata lain, pekerjaan yang dapat menimbulkan stres.

Stres menunjukkan transformasi atau perubahan yang dihasilkan pada individu sebagai akibat dari kekuatan dan pengalaman khusus dari kejadian tertentu (Le Fevre, 2003 dalam Wickramasinghe, 2016).

Variabel ini diukur dengan menggunakan skala likert 1 sampai dengan 6. Pada skala 1 menunjukkan bahwa *job stress* yang terjadi sangat rendah di dalam perusahaan dan skala 6 menunjukkan bahwa *job stress* yang terjadi sangat tinggi di dalam perusahaan.

3.6.2.2. *Career Commitment*

Menurut Mueller *et al* (1999 dalam Wickramasinghe, 2016) *career commitment* adalah keterlibatan seseorang dalam dalam pekerjaannya, yang menandakan tingkat kesetiaan pada profesi seseorang.

Career commitment sebagai kekuatan motivasi seseorang bekerja dalam peran karir yang dipilih (Hall, 1971 dalam Wickramasinghe, 2016) serta tingkat kesetiannya terhadap profesi seseorang (Blau, 1985; Mueller, 1999 dalam Wickramasinghe, 2016).

Variabel ini diukur dengan menggunakan skala likert 1 sampai dengan 6. Pada skala 1 menunjukkan bahwa *career commitment* yang terjadi sangat rendah

di dalam perusahaan dan skala 6 menunjukkan bahwa *career commitment* yang terjadi sangat tinggi di dalam perusahaan.

3.7 Teknik Pengolahan Analisis Data

3.7.1 Uji Instrumen

Menurut Ghozali (2016) 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. Terdapat dua uji instrumen yaitu uji validitas dan uji reliabilitas.

Pengumpulan data pada penelitian ini dilakukan dengan cara menyebarkan kuesioner. Oleh karena itu, kuesioner sebagai alat ukur utama pada penelitian ini merupakan kunci dari keberhasilan penelitian. Dalam Ghozali (2016) *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 penulis untuk menguji uji validitas dan reliabilitas dalam *main-test*.

3.7.1.1 Uji Validitas

Uji validitas merupakan keakuratan ukuran atau sejauh mana sebuah skor dengan kredibel merepresentasikan sebuah konsep (Zikmund, 2016). Dengan kata lain uji validitas digunakan untuk mengukur sah atau valid tidaknya suatu kuesioner. Suatu kuesioner dapat dikatakan valid jika pertanyaan pada kuesioner

mampu untuk mengungkapkan sesuatu yang akan diukur oleh kuesioner tersebut. Jadi validitas ingin mengukur apakah pertanyaan dalam kuesioner yang sudah kita buat benar-benar dapat mengukur apa yang hendak kita ukur (Ghozali, 2016)

Terdapat empat pendekatan dasar dalam melakukan uji validitas. Pendekatan awal adalah *face validity* yaitu, isi skala secara logis tampak mencerminkan apa yang dimaksudkan untuk diukur. Pendekatan selanjutnya adalah *content validity* mengacu pada sejauh mana sebuah skala pengukuran mencakup konsep yang ingin diukur secara menyeluruh tetapi tidak melampaui batas. Pendekatan *criterion validity* merupakan kemampuan mengukur untuk berkorelasi dengan ukuran standar lain dari konstruksi atau kriteria yang sama. Pendekatan terakhir yaitu *construct validity*, muncul ketika skala pengukuran dapat dengan akurat mengukur apa yang ingin diukur dan benar-benar mewakili konsep yang diinginkan (Zikmund, 2013).

Dalam penelitian ini menggunakan pendekatan *construct validity*, karena skala pengukuran diukur dengan akurat dan benar-benar mewakili sebuah variable penelitian.

Alat uji lain yang 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 < 0.50 .

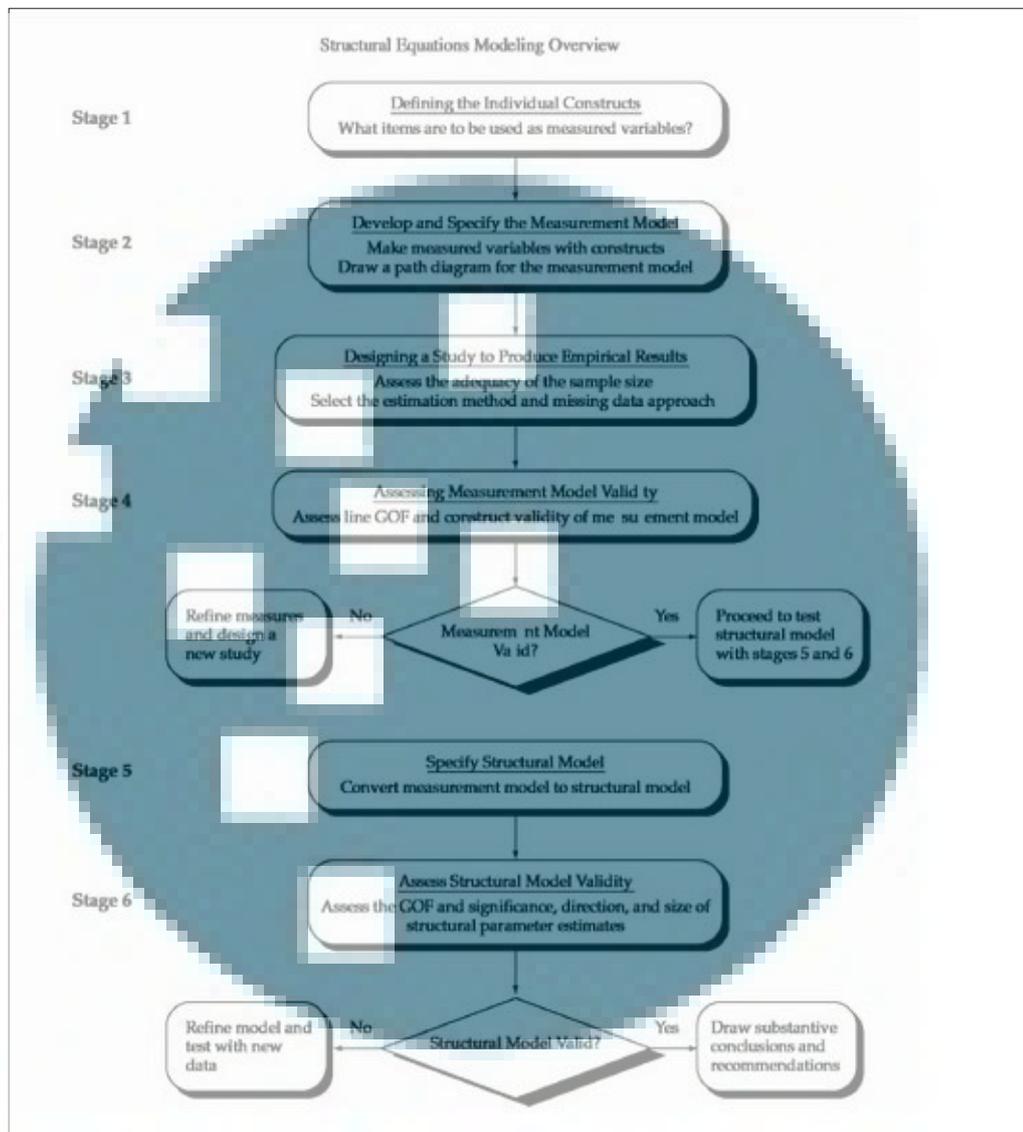
3.7.1.2 Uji Realibilitas

Uji Reliabilitas merupakan alat untuk mengukur suatu kuesioner yang merupakan indikator dari variabel atau konstruk (Ghozali, 2016). Untuk mengukur reliabilitas, maka SPSS memberikan fasilitas untuk mengukur reliabilitas dengan uji statistik *cronbach alpha* (α). Suatu konstruk atau variabel dapat dikatakan reliabel apabila jika memberikan nilai *cronbach Alpha* $> 0,70$ (Nunnally, 1994 dalam Ghozali, 2016).

3.8 *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). SEM dapat menilai seberapa baik tingkat kecocokan antara teori yang digambarkan peneliti melalui hubungan antara variabel teramati dengan variabel latennya terhadap kenyataan yang diwakili oleh data yang didapatkan peneliti (Hair *et al.*, 2010). Berikut tahapan dalam teknik analisis SEM :

U
M
N



Sumber : (Hair *et al.*, 2010).

Gambar 3.4 Proses Tahapan SEM

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. (Gambar menyusul)
5. Mengubah model pengukuran menjadi model struktural.
6. Menilai validitas atau kecocokan model struktural. Jika model struktural memiliki tingkat kecocokan yang baik maka selanjutnya dapat dilakukan kesimpulan penelitian.

3.8.1 Kecocokan Model Keseluruhan

Goodness of fit (GOF) dikelompokkan menjadi tiga, yaitu absolut (*absolute fit measures*), komperatif (*incremental fit measures*) dan parsimoni (*parsimonious fit measures*) (Hair *et al.*, 2010).

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

3.8.1.1 Testing Structural Relationship

Menurut Hair *et al.*, (2009) model fit yang baik saja tidak cukup untuk mendukung teori structural yang diusulkan. Peneliti juga harus memeriksa estimasi parameter individu yang mewakili masing-masing hipotesis tertentu. Model teoritis dianggap *valid* jika:

1. Memiliki nilai *standardized coefficient* ≥ 0 yang berarti memiliki pengaruh yang positif dan ≤ 0 yang berarti memiliki pengaruh negatif.
2. Memiliki nilai *p-value* $\leq 0,05$ karena 95% merupakan tingkat keyakinan peneliti, sedangkan 5% adalah tingkat toleransi error. Jika *p-value* $\leq 0,05$ maka dapat disimpulkan bahwa hipotesis didukung oleh data yang artinya terdapat

pengaruh yang signifikan karena tingkat error yang dimiliki masih dibawah 0,05 sehingga masih dapat ditoleransi. Namun jika p-value yang diperoleh diatas 0,05 maka hipotesis dinyatakan tidak memiliki pengaruh yang signifikan karena memiliki eror yang lebih besar, sehingga data tidak mendukung hipotesis.



UMN

CHARACTERISTICS OF DIFFERENT FIT INDICES DEMONSTRATING GOODNESS-OF-FIT ACROSS DIFFERENT MODEL SITUATIONS

FIT INDICES		CUTOFF VALUES FOR GOF INDICES					
		N < 250 12 < m < 30	M ≥ 30	m < 12	12 < m < 30	N > 250 12 < m < 30	M ≥ 30
Absolute Fit Indices		Insignificant p-values expected	Significant p-values even with good fit	Insignificant p-values even with good fit	Significant p-values expected	Insignificant p-values even with good fit	Significant p-values expected
1	Chi-Square (χ^2)						
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 < 0.08 with CFI ≥ 0.92	RMSEA < 0.07 with CFI ≥ 0.97	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)	SRMR ≤ 0.08 (with CFI > 0.92)	Biased upward, use other indices	SRMR ≤ 0.08 (with CFI > 0.92)
5	Normed Chi-Square (χ^2/DF)		$(\chi^2/DF) < 3$ is very good or 2 ≤ (χ^2/DF) ≤ 5 is acceptable				
Incremental Fit Indices							
1	NFI	0 ≤ NFI ≤ 1, model with perfect fit would produce an NFI of 1					
2	TLI	TLI ≥ 0.97	TLI ≥ 0.95	TLI ≥ 0.95	TLI > 0.92	TLI ≥ 0.95	TLI > 0.90
3	CFI	CFI ≥ 0.97	CFI ≥ 0.95	CFI ≥ 0.95	CFI > 0.92	CFI ≥ 0.95	CFI > 0.90
4	RNI	May not diagnose misspecification well	RNI ≥ 0.95	RNI > 0.92	RNI > 0.92	RNI ≥ 0.95, 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 ≤ NFI ≤ 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

Source: Hair, Black, Babin, and Anderson (2010)

Sumber : (Hair *et al.*, 2010).

Gambar 3.5 Goodness Of Fit Model

Tabel 3.9 Tabel Operasionalisasi Variabel

No	Variabel	Measurement	Skala	Jurnal Referensi
1.	<i>Social support</i> adalah Hubungan sosial yang mengintegrasikan karyawan yang satu dengan yang lainnya untuk memperluas kemampuan mereka. Karasek., <i>et al.</i> (1989 dalam west, 2013)	<ol style="list-style-type: none"> 1. Rekan kerja saya menunjukkan bahwa mereka peduli dengan saya 2. Rekan kerja saya menawarkan saya bantuan terkait pekerjaan saya lakukan 3. Atasan saya memberikan informasi ketika saya membutuhkannya 4. Atasan saya secara rutin mengapresiasi pekerjaan yang saya lakukan 	Likert 1-6	<p>Christin Moeller Greg A, Chung-Yan, (2013), "Effects of social support on professors' work stress", International Journal of Educational Management, Vol. 27 Iss 3 pp. 188 – 202.</p> <p>Vathsala Wickramasinghe , (2016), "The mediating effect of job stress in the relationship between work-related dimensions and career commitment", Journal of Health Organization and Management, Vol. 30 Iss 3 pp. 408 – 420.</p>

Tabel 3.2 Operasionalisasi Variabel

Tabel 3.3 Operasionalisasi Variabel (Lanjutan)

No	Variabel	Measurement	Skala	Jurnal Referensi
2.	<i>The lack of promotional opportunity</i> adalah kurangnya perpindahan jenjang dari status yang berbeda dalam suatu organisasi. Iverson dan roy, (1994 dalam Wickramasinghe, 2016)	<ol style="list-style-type: none"> 1. Peluang saya untuk promosi di organisasi ini sangat baik. ® 2. Saya sangat puas dengan peluang promosi di organisasi ini. ® 3. Organisasi ini memiliki banyak peluang promosi untuk saya. ® 	Likert 1-6	<p>Vathsala Wickramasinghe, (2016), "The mediating effect of job stress in the relationship between work-related dimensions and career commitment", Journal of Health Organization and Management, Vol. 30 Iss 3 pp. 408 – 420.</p> <p>Elif Cicekli Hayat Kabasakal, (2017), "The opportunity model of organizational commitment: evidence from white-collar employees in Turkey", International Journal of Manpower, Vol. 38 Iss 2 pp. -</p>

Tabel 3.4 Operasionalisasi Variabel (Lanjutan)

No	Variabel	Measurement	Skala	Jurnal Referensi
3.	<i>Job stress</i> adalah perasaan karyawan terkait tekanan pekerjaan, ketegangan, kecemasan, frustrasi, kekhawatiran, kelelahan emosional, dan kesulitan. Armstrong dan Griffin, (2004 dalam Wickramasinghe, 2016)	<ol style="list-style-type: none"> 1. Saya merasa kewalahan dengan pekerjaan yang saya lakukan 2. Saya merasa menyerah pada pekerjaan saya 3. Saya merasa tidak mampu untuk menangani pekerjaan saya 4. Saya merasa frustrasi dengan pekerjaan saya 	Likert 1-6	<p>Vathsala Wickramasinghe, (2016), "The mediating effect of job stress in the relationship between work-related dimensions and career commitment", Journal of Health Organization and Management, Vol. 30 Iss 3 pp. 408 – 420.</p> <p>Chia-Yi Cheng, Jung-Nung Chang, (2016) "Job embeddedness as a modulation: Goal orientation and job stress in the life insurance M & A", Journal of Organizational Change Management, Vol. 29 Issue: 4, pp.484-507.</p>

Tabel 3.5 Operasionalisasi Variabel (Lanjutan)

No	Variabel	Measurement	Skala	Jurnal Referensi
4.	<i>Career commitment</i> adalah sikap seseorang terhadap profesi atau keputusan seseorang serta sebagai motivasi seseorang untuk bekerja dalam keputusan yang dipilih.	<ol style="list-style-type: none"> 1. Saya senang mendiskusikan karir saya dengan rekan kerja saya 2. Akan sangat sulit bagi saya, untuk meninggalkan karir saya saat ini 3. Terlalu banyak hal yang mengganggu hidup saya, jika saya memutuskan ingin meninggalkan karir saya 4. Karir ini memiliki banyak arti tersendiri bagi saya 5. Saya selalu siap untuk menerima tanggung jawab lebih dalam karir saya 6. Saya terlatih untuk setia pada karir saya 	Likert 1-6	<p>Razia Sultana Amna Yousaf Iram Khan Abubakr Saedd. (2016). <i>Probing the interactive effects of career commitment and emotional intelligence on perceived objective/subjective career success</i>. Personnel Review, Vol. 45 Iss 4 pp. -.</p> <p>Gboyega Adio S.O. Popoola, (2010), "Job satisfaction and career commitment of librarians in federal university libraries in Nigeria", Library Review, Vol. 59 Iss 3 pp. 175 – 184.</p>