



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

PT XYZ merupakan sebuah perusahaan *e-commerce* yang bergerak dalam ritel produk kecantikan online yang pertama di Indonesia. Diluncurkan pada awal Maret tahun 2015, berawal dari kekhawatiran para pendiri mengenai maraknya produk kosmetik *illegal* dan tidak resmi yang dijual di Indonesia. PT XYZ menjual produk kecantikan seperti make up, perawatan kulit, perawatan rambut, wewangian dan serta alat kecantikan untuk wanita Indonesia.

3.1.1 Deskripsi Perusahaan

PT XYZ tidak hanya menganut bisnis model B2C tetapi juga B2B. PT XYZ bekerja sama dengan berbagai distributor resmi dan pemilik brand . Hingga saat ini telah menjadi *brand partner* resmi lebih dari 100 brand dan 3000 produk, selain itu juga memiliki perjanjian resmi penjualan eksklusif dengan beragam brand premium internasional seperti Elizabeth Arden, Philosophy, Guerlain, Anna Sui, Menard, Hugo Boss, dan Bvlgari.

Pada awal tahun 2017 yaitu pada tanggal 19 Januari 2017, PT XYZ mendapatkan pendanaan Seri B dengan jumlah yang tidak disebutkan dari perusahaan *fashion* asal Jepang “*Istyle*”, serta *East Ventures*. Sebelumnya pada tahun 2015 di bulan November, PT XYZ juga telah mendapatkan pendanaan Seri A sebanyak tujuh digit (dalam dolar) yang dipimpin oleh Venturra Capital.

3.1.2 Visi dan Misi PT XYZ

Visi

“Menjadi situs berbelanja produk kecantikan secara *online* yang terpercaya sekaligus terlengkap di Indonesia”

Misi

“Berkolaborasi langsung dengan distributor dan pemilik merek nasional yang berwenang di Indonesia, memastikan bahwa setiap produk yang konsumen beli terjamin keasliannya, Sertifikasi dari Badan Pengawas Obat dan Makanan ('BPOM')”

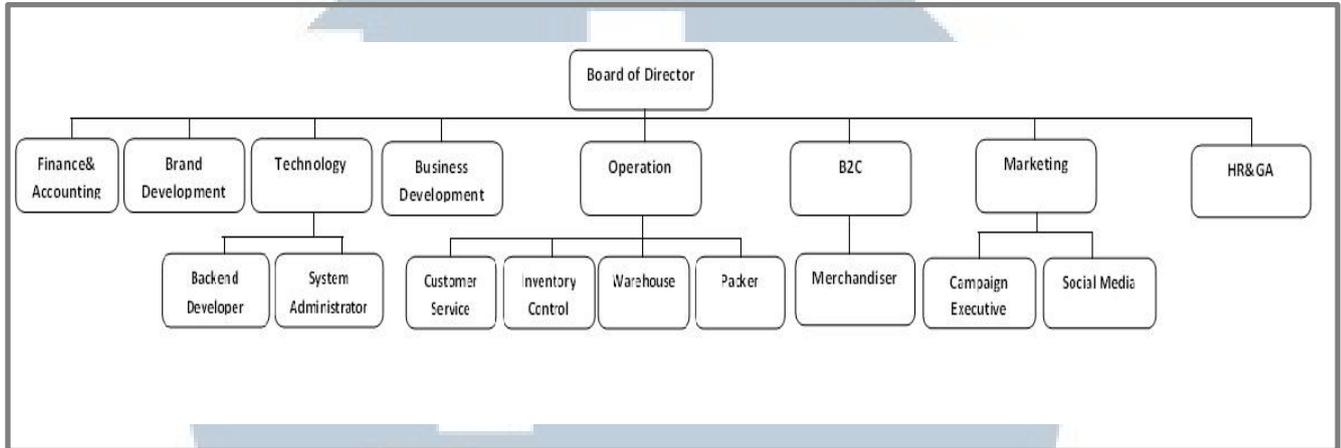
3.1.3. Values PT XYZ

1. *Research*
2. *Collaborate*
3. *Create*
4. *Innovate*
5. *Repeat*

UMMN

UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA

3.2 Struktur Organisasi PT XYZ



Sumber : Dokumen Perusahaan, 2017

Gambar 3.1 Struktur Organisasi

3.3 Desain Penelitian

Desain penelitian merupakan perencanaan atas metode dan prosedur dalam pengumpulan dan analisa atas informasi yang dibutuhkan. Desain Penelitian menawarkan kerangka atau perencanaan untuk melakukan penelitian (Zikmund, Babin, Carr & Griffin, 2013, pp.64-65).

3.3.1 *Research Data*

Menurut Zikmund et al., (2013) *Research data* adalah kegiatan yang meliputi pengumpulan, pengolahan, analisis, penyajian data yang dilakukan secara sistematis dan objektif yang bertujuan untuk memecahkan suatu masalah.

Dalam penelitian ini peneliti menggunakan 2 jenis sumber data yaitu :

UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA

1. Data Primer

Sumber data yang diperoleh langsung dari sumber asli (tanpa melalui media perantara). Pengumpulan data dikumpulkan dengan menyebarkan kuesioner secara acak.

2. Data Sekunder

Sumber data penelitian yang diperoleh secara tidak langsung melalui media perantara antara lain seperti *journal*, majalah, dan juga *textbook*.

Sumber data yang banyak digunakan dalam menentukan hasil penelitian ini adalah data primer. Pengumpulan data dilakukan dengan cara menyebarkan kuesioner untuk karyawan PT XYZ. Sedangkan untuk data sekunder penulis peroleh dari beberapa sumber seperti jurnal, majalah Forbes, majalah SWA serta beberapa *textbook* yang ada di perpustakaan Universitas Multimedia Nusantara

3.3.2 Metode Penelitian

Exploratory research bertujuan untuk memandu dan memperbaiki *subsequent research efforts* (Zikmund, et al., 2013, pp.52-53).

Descriptive research adalah penelitian yang dilakukan untuk menggambarkan karakteristik objek, orang, kelompok, organisasi dan lingkungan. Dengan kata lain, *descriptive research* memberi gambaran atas pertanyaan mengenai suatu kondisi yaitu *who, what, when, where* dan *how* (Zikmund, et al., 2013, p. 53).

Causal research adalah penelitian yang berusaha mengidentifikasi hubungan sebab-akibat (Zikmund et al., 2013, p. 54).

Metode penelitian yang digunakan penulis dalam penelitian ini adalah metode penelitian kuantitatif dan *descriptive research*. Data kuantitatif didapatkan dengan menggunakan *tools* berupa *survey* (menyebarkan kuesioner) kepada karyawan di dalam perusahaan kemudian data-data yang diperoleh akan diolah lebih lanjut sehingga bisa menghasilkan kesimpulan.

3.4 Ruang Lingkup Penelitian

3.4.1 Target Populasi dan Sampel

Sebelum menentukan suatu objek yang akan diteliti, serta permasalahan yang ada di dalam objek tersebut, maka perlu untuk mengetahui terlebih dahulu populasi serta sampel dari objek tersebut.

Populasi adalah suatu kelompok yang memiliki kesamaan karakteristik tertentu (Zikmund et al., 2013,p.392). Pada penelitian ini, yang menjadi populasi adalah seluruh karyawan pada perusahaan PT XYZ

Sampel adalah sekelompok individu dari sebuah populasi”. Sampel pada penelitian ini adalah karyawan PT XYZ (Zikmund et al., 2013, p.393)

3.4.2 *Sampling Techniques*

Sampling plans dibagi menjadi dua kategori, yakni *probability techniques* dan *nonprobability techniques*.

3.4.2.1 *Probability Sampling Techniques*

Dalam *probability sampling*, setiap elemen dari populasi sudah diketahui dan bukan *nonzero probability*. *Probability sample* memiliki elemen secara *random* pada proses seleksi (Zikmund et al., 2013, p.392). Terdapat beberapa teknik dalam *probability sampling*, yaitu :

1. *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).

2. *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).

3. *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).

4. *Proportional Stratified Sample*

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

5. *Disproportional Stratified Sample*

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

6. *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).

7. *Multistage Area Sampling*

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

3.4.2.2 *Nonprobability Sampling*

Merupakan sebuah teknik sampling dimana unit sampel ditentukan atas dasar penilaian pribadi, probabilitas dari anggota populasi tidak diketahui. Teknik ini sedikit sewenang-wenang karena berdasarkan penilaian pribadi dari peneliti. (Zikmund et al., 2013, p. 392). Terdapat 4 teknik dalam *nonprobability sampling techniques* yaitu :

1. *Convenience Sampling*

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

2. *Judgement Sampling*

Merupakan teknik nonprobability 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*

Sebuah prosedur *nonprobability sampling* yang memastikan variasi subgroups dari populasi yang akan merepresentasikan karakteristik yang diinginkan oleh peneliti (Zikmund et al., 2013, p. 394).

4. *Snowball Sampling*

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).

Judgment sampling adalah *nonprobability sampling* dimana *sample* yang dipilih berdasarkan pendapat seseorang tentang karakteristik yang diperlukan. Teknik ini dilakukan berdasarkan pendapat dari pengalaman pribadi individu (Zikmund et al., 2013, p.393).

Berdasarkan definisi di atas peneliti menggunakan teknik pengambilan *sample nonprobability technique* yang dimana *unit sample* dipilih berdasarkan penilaian pribadi peneliti. Secara lebih mendalam peneliti menggunakan *judgement sampling* yaitu dimana *sample* dipilih berdasarkan penilaian peneliti tentang beberapa karakteristik yang sesuai dari anggota *sample*. Dan dalam penelitian ini, peneliti juga melakukan *in depth interview* dengan karyawan PT XYZ.

3.4.3 *Sampling Size*

Sampling size merupakan jumlah elemen-elemen yang akan diikutsertakan di dalam melakukan penelitian. Penentuan *sample size* melibatkan beberapa pertimbangan kualitatif dan kuantitatif (Malhotra, 2010,p.374). Sementara dalam menentukan jumlah *sample* pada penelitian ini didasarkan pada jumlah item pertanyaan yang digunakan pada kuesioner (Hair, Black, Babin&Anderson., 2010). Dimana menggunakan rumus $n \times 5$ observasi sehingga dalam penelitian ini, berdasarkan jumlah *measurement* atau indikator yang ada yaitu sebanyak 25

maka jumlah minimum *sample* yang akan diambil untuk penelitian sebanyak $n \times 25 = 125$ responden.

3.5 Teknik Pengumpulan Data

3.5.1 Sumber dan Cara Pengumpulan Data

Dalam melakukan kegiatan penelitian ini, peneliti menggunakan 2 metode pengambilan data diantaranya yaitu data primer dan data sekunder. Dimana data primer yang diambil secara langsung dari objek penelitian yaitu karyawan perusahaan PT XYZ. Peneliti melakukan observasi dengan cara interview serta menyebarkan kuesioner.

Selain itu data sekunder didapatkan secara tidak langsung melalui buku teori yang digunakan, jurnal utama serta jurnal pendukung. Beberapa media online seperti majalah online juga digunakan dalam penelitian ini.

3.5.2 Metode Pengumpulan Data

Zikmund et al., (2013) mengemukakan beberapa metode yang digunakan untuk pengumpulan data diantaranya (1) *Observation research*, yaitu merupakan proses yang sistematis dalam menggambarkan perilaku orang atau objek. (2) *Survey research*, yaitu merupakan metode pengumpulan data primer melalui *sample* yang diwakili oleh individu-individu (Zikmund et al., 2013)

Pada penelitian ini, peneliti menggunakan *observation research* dimana tahap pertama sebelum melakukan penelitian lebih jauh terlebih dahulu peneliti melakukan observasi terhadap objek penelitian untuk menemukan fenomena-fenomena yang dibutuhkan dalam penelitian. Dan juga peneliti melakukan *survey*

research yaitu berupa *in-depth interview* yang dilanjutkan dengan menyebarkan kuesioner pada karyawan perusahaan PT XYZ.

3.6 Periode Penelitian

Penelitian ini diawali dengan melakukan *pre-test* terlebih dahulu, dimana penulis melakukan penyebaran kuesioner pada 30 orang responden untuk menguji validitas serta reliabilitas dari variabel-variabel yang akan digunakan pada penelitian ini. Jumlah responden pada *pre-test* ini adalah sebanyak 30 orang.

Dalam kuesioner ini digunakan pengukuran skala *likert*, dari sangat tidak setuju hingga sangat setuju.

Tabel 3.1 Tabel Skala Pengukuran Likert

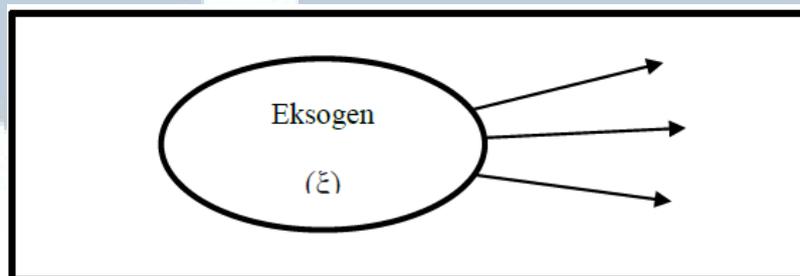
Keterangan	Skala
Sangat Sangat Setuju	7
Sangat Setuju	6
Setuju	5
Netral	4
Tidak Setuju	3
Sangat Tidak Setuju	2
Sangat Sangat Tidak Setuju	1

Sumber : Hasil Pengolahan Data Primer, 2017

3.7 Definisi Operasional Variabel

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

3.7.1 Variabel Eksogen



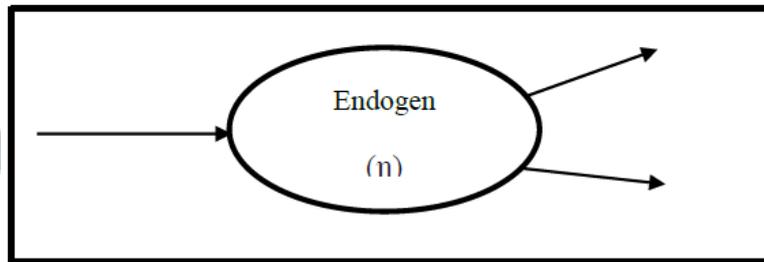
Sumber : Wijanto (2008, p.11)

Gambar 3.2 Variabel Eksogen

Variabel eksogen/variabel bebas pada model penelitian digambarkan memiliki anak panah yang mengarah keluar (Hair et al., 2010). Dalam penelitian ini, yang menjadi variabel eksogen/variabel bebas adalah variabel *perceived organizational support (POS)*.

Perceived organizational support adalah sebuah kepedulian atau perhatian yang ditunjukkan perusahaan kepada karyawannya serta menghargai kontribusi mereka dalam perusahaan (Nazir, 2017).

3.7.2 Variabel Endogen



Sumber : Wijanto (2008, p.11)

Gambar 3.3 Variabel Endogen

Variabel endogen/variabel terikat pada model penelitian digambarkan memiliki satu anak panah yang mengarah kepada variabel itu sendiri. Variabel ini merupakan variabel yang dipengaruhi oleh variabel lain. Dalam penelitian ini, ada 3 variabel yang menjadi variabel endogen yaitu *employee engagement*, *affective commitment* serta *employee performance*.

1. *Employee engagement*

Employee engagement adalah sikap positif yang dimiliki karyawan terhadap organisasi dan nilai-nilainya. Seorang karyawan yang terlibat sadar akan konteks bisnis, dan bekerja dengan orang lain untuk memperbaiki kinerja demi keuntungan organisasi (Robinson et al., 2004).

2. *Affective commitment*

Affective commitment adalah perasaan emosional atau perasaan cinta seseorang terhadap perusahaannya (Allen, N. and Meyer, J., 1990).

3. *Employee performance*

Performance adalah keseluruhan hasil atau keberhasilan seseorang selama periode kerja dibandingkan dengan standar pekerjaan, target atau kriteria yang telah ditentukan dan disepakati sejak awal (Rivai, 2004).

3.8 Teknis Pengolahan Analisis Data

3.8.1 Uji Instrumen

Umumnya penelitian pada bidang ilmu sosial seperti manajemen, psikologi, dan sosiologi memiliki variabel-variabel penelitian yang tidak dapat diukur secara langsung tetapi dalam bentuk dimensi-dimensi atau indikator-indikator yang diamati. Ada dua jenis uji instrument yaitu uji validitas dan uji reliabilitas untuk mengukur kelayakan dari kuesioner yang akan digunakan dalam sebuah penelitian (Ghozali, 2016).

Pada saat melakukan uji validitas dan uji reliabilitas untuk data *pre-test* penulis menggunakan program IBM SPSS versi 23. IBM SPSS (Statistical Package for the Social Sciences) merupakan sebuah *software* yang berfungsi dalam membantu menganalisa data, melakukan perhitungan statistik. Kemudian penulis juga menggunakan IBM SPSS versi 23 dalam uji validitas dan reliabilitas untuk data yang didapatkan dari *main-test*.

3.8.2 Uji Validitas

Menurut Ghozali dalam buku Aplikasi Analisis Multivariate (2006, p.52), uji validitas digunakan untuk mengukur valid atau tidaknya suatu kuesioner. Dapat dikatakan valid apabila pertanyaan yang ada dalam kuesioner mampu memberikan hasil atas sesuatu yang diukur oleh kuesioner tersebut.

Selain itu Ghozali dalam buku Aplikasi Analisis Multivariate (2006) membahas mengenai uji statistik yaitu uji *barlett of sphericity*. Uji statistik yang akan menentukan apakah ada korelasi antar variabel atau tidak. *Kaizer-Meyer-Olkin Measure of Sampling Adequacy* (KMO MSA) juga merupakan alat uji yang dapat digunakan untuk mengukur tingkat interkorelasi antar variabel. Nilai dari KMO mulai dari 0-1, namun syarat untuk dapat melakukan analisis faktor maka nilai KMO harus >0.50 .

3.8.3 Uji Reliabilitas

Menurut Ghozali dalam buku Aplikasi Analisis Multivariate (2016, p.47) uji reliabilitas adalah suatu uji yang digunakan untuk melihat stabilitas dan konsistensi dari indikator sebuah variabel. Dengan kata lain uji reliabilitas memberikan gambaran apakah suatu pengukuran yang digunakan mampu mengukur secara konsisten. Melalui *Cronbach's alpha* kita dapat melihat bagaimana konsistensi dari sebuah alat ukur yaitu dengan nilai $> 0,70$.

3.9 Structural Equation Model (SEM)

Structural Equation Model (SEM) merupakan sebuah teknik *statistic multivariate* yang menggabungkan aspek-aspek dalam regresi berganda yang bertujuan menguji hubungan dependen serta analisis faktor yang memiliki konsep faktor tidak terukur dengan variabel multi yang digunakan untuk memperkirakan serangkaian hubungan dependen yang saling mempengaruhi secara bersamaan (Hair, J. F., Black, W. C., Babin, B. J. Anderson, R. E. and Tatham, R. L.,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 ini tahap-tahap melakukan 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.
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 (*standard loading factor*) ≥ 0.50 (Hair et al., 2010)

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. Menurut Hair et al., (2010) 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 measures*

Absolute fit measure digunakan untuk menentukan derajat prediksi model keseluruhan (model struktural dan pengukuran) terhadap matrik korelasi dan kovarian.

2. *Incremental fit measures*

Incremental fit measures digunakan untuk membandingkan model yang diusulkan dengan model dasar yang disebut sebagai null model atau *independence model*.

3. *Parsimonius fit measures*

Parsimonius fit measures digunakan untuk mengukur kehematan model, yaitu model yang mempunyai *degree of fit* yang tinggi untuk setiap *degree of freedom*.

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

- 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)



Tabel 3.2 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	$0 < NFI < 1$, 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					
<p>Note: m=number of observed variables; N applies to number of observations per group when applying CFA to multiple groups at the same time</p> <p>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:</p> <ol style="list-style-type: none"> 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.) <p>One badness-of-fit index (RMSEA, SRMR, etc.)</p>							

Sumber: Hair et al., 2010



Tabel 3.3 Tabel Operasionalisasi Variabel

No.	Variabel	Definisi Operasional	Dimensi	Measurement	Jurnal Referensi
1.	<i>Perceived Organizational Support (POS)</i>	<i>Perceived Organizational Support (POS)</i> adalah kepercayaan karyawan bahwa organisasi peduli dan menghargai kontribusinya terhadap keberhasilan organisasi. (Krishnan and Mary, 2012: 2).	-	<ol style="list-style-type: none"> 1. Perusahaan peduli terhadap pendapat saya mengenai pekerjaan 2. Perusahaan berusaha membuat pekerjaan saya terlihat menarik 3. Perusahaan membantu saya ketika saya memiliki masalah terkait pekerjaan yang saya lakukan 4. Perusahaan mendukung pekerjaan yang saya lakukan 5. Atasan saya peduli dengan kesejahteraan saya 6. Atasan saya seringkali berdiskusi mengenai pekerjaan dengan <i>team</i> 7. Atasan memberi tahu saya apa yang diharapkan dari saya 8. Atasan saya mempertimbangkan tujuan saya bekerja di perusahaan ini 	<i>Kanten, Pelin and Ulker, Funda Er (2012), "A relational approach among perceived organizational support, proactive personality and voice behavior", Procedia-Social and Behavioral Sciences, Vol. 62, pp.1016-1022.</i>

2.	<i>Employee Engagement</i>	<i>Employee engagement</i> adalah sikap positif yang dimiliki karyawan terhadap organisasi dan nilai-nilainya. Seorang karyawan yang terlibat sadar akan konteks bisnis, dan bekerja dengan orang lain untuk memperbaiki kinerja demi keuntungan organisasi (Robinson et al., 2004).	-	<ol style="list-style-type: none"> 1. Saya tahu apa yang diharapkan perusahaan pada saya 2. Saya memiliki fasilitas yang memadai untuk menunjang pekerjaan saya 3. Di tempat saya bekerja, saya selalu mempunyai kesempatan untuk melakukan yang terbaik 4. Saya menerima pujian dalam beberapa hari terakhir 5. Seseorang di perusahaan mendorong saya untuk berkembang 6. Tujuan dari perusahaan membuat saya merasa bahwa pekerjaan saya sangat penting 7. Rekan kerja saya berkomitmen untuk melakukan pekerjaan berkualitas 8. Dalam enam bulan terakhir, rekan kerja memberitahukan kepada saya mengenai peningkatan kinerja saya 9. Setahun terakhir, saya memiliki kesempatan untuk berkembang di perusahaan 	<i>Ibrahim, M. and Al Falasi, S. (2014), "Employee loyalty and engagement in UAE public sector", Employee Relations, Vo.36 Iss: 5 pp.562-582.</i>
3.	<i>Affective Commitment</i>	<i>Affective commitment</i> adalah perasaan emosional atau perasaan cinta seseorang terhadap perusahaannya (Allen, N. and Meyer, J., 1990).	-	<ol style="list-style-type: none"> 1. Saya ingin terus melanjutkan karir saya di perusahaan ini 2. Saya merasa senang ketika bercerita mengenai perusahaan saya dengan orang lain 3. Saya merasa bahwa masalah yang ada 	<i>Ibrahim, M. and Al Falasi, S. (2014), "Employee loyalty and engagement in UAE public sector", Employee Relations,</i>

				<p>di perusahaan merupakan masalah saya</p> <ol style="list-style-type: none"> 4. Saya tidak merasa bagian keluarga dari perusahaan ini 5. Saya tidak merasa terikat secara emosional dengan perusahaan ini 6. Perusahaan ini spesial bagi saya 	<p><i>Vo.36 Iss: 5 pp.562-582.</i></p>
4.	<i>Employee Performance</i>	<p><i>Performance</i> adalah keseluruhan hasil atau keberhasilan seseorang selama periode kerja dibandingkan dengan standar pekerjaan, target atau kriteria yang telah ditentukan dan disepakati sejak awal (Rivai, 2004).</p>	-	<ol style="list-style-type: none"> 1. Saya bekerja lebih efisien dari standard yang seharusnya 2. Standard kualitas kerja saya lebih tinggi dari standard formal untuk pekerjaan ini 3. Pekerjaan saya memenuhi harapan manajer saya 4. Saya berusaha untuk menghasilkan kualitas kerja yang lebih tinggi dari yang dibutuhkan 5. Saya menemukan kenyamanan dalam bekerja di perusahaan 6. Saya berniat untuk tetap bekerja di profesi saya 	<p><i>Valaei,N.and Jiroudi, S.(2016), "Job satisfaction and job performance in the media industry: A synergistic application of partial least squares path modeling", Asia Pasific Journal of Marketing and Logistics, Vol.28 Iss: 5, pp.984-1014,https://doi.org/10/1108/apjml-10-2015-0160.</i></p>