



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

METODE PENELITIAN

3.1 Gambaran umum objek penelitian

3.1.1 Sejarah Perusahaan

PT. XYZ merupakan perusahaan yang bergerak dalam industri televisi berlangganan di Indonesia dan memulai layanan pada tahun 1994, dan berlokasi di Wisma Indovision Jl. Raya Panjang Blok Z / III Green Garden Jakarta 11520, Indonesia. PT XYZ adalah perusahaan televisi berlangganan melalui satelit pertama di Indonesia yang berada di bawah naungan XYZ Media. Pada tahun 1998, PT. XYZ mempelopori siaran digital melalui satelit Indostar-I dengan menghadirkan Indovision sebagai produk TV berlangganannya. Untuk memperluas jaringan pasar televisi berlangganan di kelas menengah, pada tahun 2007 perusahaan meluncurkan produk dengan harga lebih terjangkau yaitu TopTV.

PT. XYZ berada dibawah kepemimpinan Hary Tanoesoedibjo sebagai komisaris utama, Posma Lumban Tobing sebagai Komisaris, dan Hari Susanto sebagai direktur utama. Selama tahun 2018, PT. XYZ mendapatkan berbagai macam penghargaan, seperti Indonesia *Prestige Brand Award* (IPBA) 2018 sebagai *Top 5 Prestige Brand in Pay Television Provider Category*, dan Indonesia *most Innovative Business Award* 2018 sebagai *Excellent Company for product and service innovation in advertising, printing, and media sector*.

MULTIMEDIA

Pada 12 Desember 2017, Indovision telah berevolusi menjadi XYZ yang lebih inovatif, modern dan sesuai dengan perkembangan teknologi yang dibutuhkan oleh pasar industri TV Satelit. XYZ juga menambahkan layanan terbaru seperti PVR (*Personal Video Record*), VOD (*Video On Demand*), multi decoder, saluran HD (*High Definition*), dan Moviebay. (Mncvision.id, 2018)

Visi dan Misi PT. XYZ (www.mncgroup.com, 2018)

1. Visi perusahaan:

- Menyajikan tayangan-tayangan lokal dan internasional yang bermutu dan bersifat mendidik (edutainment), tayangan-tayangan hiburan yang sehat (entertainment) dan tayangan-tayangan lainnya yang bermanfaat bagi seluruh keluarga.
- Mendukung pembangunan nasional di daerah-daerah yang tidak memperoleh akses informasi dan hiburan dengan menghadirkan tayangan berkualitas di daerah tersebut.
- Menjadi pilihan pertama pelanggan televisi berlangganan karena reputasi yang terpercaya dan tayangan-tayangan yang bermanfaat.

2. Misi perusahaan:

- Menghadirkan sebanyak mungkin saluran eksklusif yang memberikan manfaat maksimal bagi keluarga Indonesia.
- Memperluas jaringan layanan langsung di seluruh Indonesia untuk memberikan manfaat di seluruh Indonesia.
- Memanfaatkan perkembangan teknologi secara maksimal untuk memberikan nilai tambah yang optimal bagi para pelanggan.

PT. XYZ memiliki berbagai macam paket TV berlangganan, sepert Paket Silver, Paket Gold, dan Paket Galaxy. Setiap Paket memiliki keuntungan masingmasing, untuk paket Silver, pelanggan mendapatkan semua channel TV Lokal dan beberapa *channel* untuk anak-anak dengan harga Rp 109.000 per bulan. Untuk paket Gold, pelanggan mendapatkan semua channel TV lokal dan beberapa channel TV luar negeri seperti, Fox Action Movies, Fox Family Movies, dan Celestial Movies dengan harga mulai dari Rp. 149.000 per bulan. Sedangkan untuk paket Galaxy pelanggan mendapatkan *channel* lokal dan *channel* anak-anak dan *Channel* luar negeri dengan harga mulai dari Rp. 179.000 per bulan.

3. Peran HRD di PT. XYZ

Peran Human Resource dari PT. XYZ berfokus pada Recruitment secara internal. Walaupun demikian, peneliti melihat bahwa peran HR juga mencakup strategi sebagai berikut:

1. Memantapkan Pengetahuan Organisasi.

Manager HRD harus bisa mengartikulasikan secara jelas tujuan perusahaan, sehingga tidak ada ketidakpahaman tentang strategi dan tujuan, yang bisa menyebabkan anjloknya kualitas rekrutmen.

2. Menyusun informasi pekerjaan secara detail.

Deskripsi jabatan harus jelas, menggambarkan pengetahuan, keahlian, perilaku, termasuk pelang pengembangan, sangat menentukan keberhasilan rekrutmen.

34

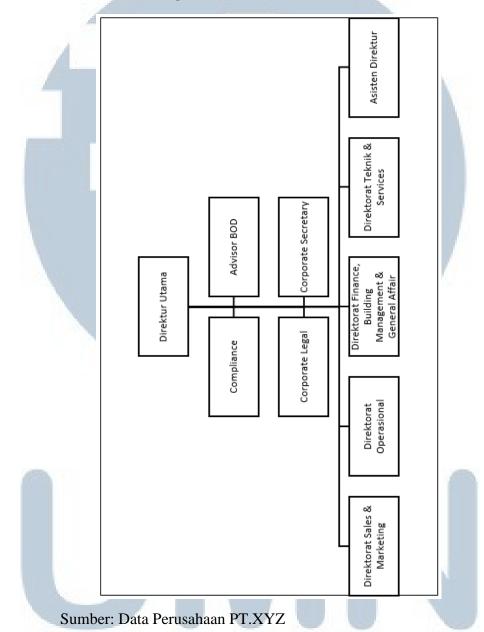
3. Melakukan evaluasi secara individual terhadap kandidat.

Kuesioner yang detail dapat membantu banyak pihak, dan gaya wawancara yang khusus memungkinkan factor yang sulit kelihatan, akan muncul ke permukaan, seperti gaya kepemimpinan, toleransi terhadap perbedaan, dan sebagainya. Lebih jauh, evaluasi psikologi juga dapat diterapkan untuk lebih meyakinkan. (Data perusahaan PT. XYZ)



3.1.2 Struktur Perusahaan

Gambar 3.1 Struktur Organisasi PT. XYZ



UNIVERSITAS MULTIMEDIA NUSANTARA

3.2 Desain Penelitian

3.2.1 Research Data

Research Data merupakan data yang dikumpulkan setelah dilakukan penelitian terhadap objek yang ingin diteliti dan digunakan untuk menunjang suatu penelitian dan memperkuat argumen yang akan disampaikan.

Terdapat dua jenis data yang dapat digunakan dalam melakukan penelitian:

3.2.1.1 Primary Data

"data originated by the researcher specifically to address the research problem". (Malhotra 2009, p.124) Dengan kata lain, data primer merupakan data yang dikumpulkan sendiri oleh perorangan atau organisasi secara langsung terhadap objek yang diteliti. Untuk data Primer, peneliti mendapatkan data dengan cara melakukan penyebaran kuisioner, kepada 100 Karyawan dengan jabatan supervisor atau lebih tinggi, atau memiliki anak buah, dan melakukan In-depth Interview Kepada beberapa pekerja di XYZ.

3.2.1.2 Secondary Data

"data collected for some purpose other than the problem at hand"

(Malhotra, 2009, P.124) arti dari data sekunder adalah data yang didapatkan melalui sumber – sumber yang dipercaya atau dengan kata lain data yang didapatkan secara tidak langsung.

Sumber data digunakan dalam menentukan hasil penelitian ini adalah data primer, yang data dikumpulkan dengan melakukan survey kepada responden yang

termasuk dalam target populasi. Pengumpulan data dilakukan dengan penyebaran kuisioner secara *online* terhadap *respondent* yang merupakan karyawan dengan jabatan *supervisor* dan lebih tinggi, atau memiliki bawahan. Dan untuk data sekunder Peneliti memperoleh dari informasi yang diperoleh dari buku-buku, jurnal penelitian serta artikel-artikel di internet.

3.2.2 Jenis Penelitian

Jenis penelitian dikelompokan menjadi 3 jenis antara lain:

3.2.2.1 Exploratory Research

"Exploratory research is conducted to clarify ambiguous situations or discover potential business opportunities." Exploratory research tidak dimaksudkan untuk memberikan bukti konklusif yang menentukan tindakan tertentu. Exploratory research yang sering digunakan bertujuan untuk memandu dan memperbaiki subsequent research efforts (Zikmund, et al, 2013, p. 51-53).

3.2.2.2 Descriptive Research

"Descriptive research is to describe characteristics of objects, people, groups, organizations, or environments." Dalam kata lain, descriptive research mencoba menggambarkan situasi yang diberikan oleh pertanyaan siapa, apa, kapan, dimana, dan bagaimana (Zikmund, et al., 2013, p. 53-54).

MULTIMEDIA

3.2.2.3 Casual Research

"casual research allows casual inference to be made; seeks to identify cause and effect relationships." Ketika sesuatu menyebabkan sebuah dampak, itu artinya sesuatu dibuat terjadi. "The different types of research discussed here often building blocks — exploratory research builds the foundation for descriptive research, which usually establishes the basis for casual research" (Zikmund, et al., 2013, p. 54-55).

Melihat rumusan masalah penelitian dan dihubungkanya dengan jenis-jenis penelitian yang ada, maka peneliti memutuskan untuk menggunakan *descriptive research*. Dalam penelitian berbentuk kuantitatif, peneliti memperoleh data dengan cara menyusun pertanyaan dalam bentuk kuisioner dan selanjutnya diolah untuk memperoleh analisis dalam bentuk angka.

3.3 Ruang Lingkup Penelitian

3.3.1 Target Populasi

Populasi adalah setiap complete group of entities yang membagikan beberapa rangkaian karakteristik secara umum (Zikmund, et al., 2013). "at the outset of the sampling process, the target population must be carefully defined so that the proper sources from which the data are to be collected can be identified" (Zikmund, et al., 2013, p. 387). Dalam penelitian ini yang menjadi populasi penelitian adalah karyawan yang memiliki jabatan supervisor dan lebih tinggi, atau memiliki bawahan.

3.3.2 *Sample*

Sampel adalah bagian, atau sebagian, dari populasi yang lebih besar. tujuan pengambilan sampel adalah untuk memperkirakan karakteristik populasi yang tidak diketahui. (Zikmund, et al., 2013, p. 385)

3.3.3 Sampling Techniques

Alternatif utama dari *sampling plans* adalah membaginya menjadi dua kategori: *probability techniques* dan *nonprobability techniques*. (Zikmund, et al., 2013)

3.3.3.1 Probability Sampling Techniques

Probability samping adalah sebuah teknik sampling di mana setiap anggota dari populasi sudah diketahui sebelumnya dan bukan nonzero probability. (Zikmund, et al., 2013).

3.3.3.1.1 Sample Random Sampling

"The sampling procedure that ensures each element in the population will have an equal chance of being included in the sample is called simple random sampling". Sample Random Sampling adalah tahapan untuk mengambil sampel, yang memastikan, dimana setiap elemen dalam suatu populasi akan memiliki kesempatan yang sama untuk dimasukkan kedalam sampel. (Zikmund, et al., 2013, p. 396).

MULTIMEDIA NUSANTARA

3.3.3.1.2 Systematic Sampling

"A sampling procedure in which a starting point is selected by a random process and then every nth number on the list is selected" (Zikmund, et al., 2013, p. 396).

3.3.3.1.3 Stratified Sampling

"A probability sampling procedure in which simple random subsamples that are more or less equal on some characteristic are drawn from within each stratum of the population" (Zikmund, et al., 2013, p. 397).

3.3.3.1.4 Cluster Sampling

"The purpose of cluster sampling is to sample economically while retaining the characteristics of probability sample. An economically sampling technique in which the primary sampling unit is not the individual element in the population but a lurge of cluster of elements; clusters are selected randomly" (Zikmund, et al., 2013, p. 398).

3.3.3.1.5 Multistage Sampling

"Multistage area sampling involves two or more steps that combine some of the probability tehcniques already described" (Zikmund, et al., 2013, p. 399).

UNIVERSITAS MULTIMEDIA NUSANTARA

41

3.3.3.2 Nonprobability Sampling Techniques

Nonprobability sampling merupakan sebuah teknik sampling yang mana unit-unit dari sample dipilih berdasarkan personal judgment and convenience. Probabilitas dari setiap anggota populasi yang dipilih tidak diketahui (Zikmund, et al., 2013). Teknik pemilihan unit sampling ini dapat dikatakan cukup sewenang-wenang, karena peneliti cenderung terlalu bergantung pada penilaian pribadi. Secara teknis, tidak ada teknik khusus dalam menentukan kesalahan atau error terhadap sampling secara acak dari sampel probabilitas. (Zikmund, et al., 2013).

3.3.3.2.1 Convenience Sampling

Convenience sampling adalah proses sampling yang memperoleh orangorang, atau unit-unit yang dirasa paling mudah (conveniently) untuk dilakukan (Zikmund, et al., 2013).

3.3.3.2.2 Judgement Sampling

Judgement (purposive) sampling adalah nonprobability technique yang mana sample yang dipilih berdasarkan pendapat seseorang tentang karakteristik yang perlu terhadap sample member. Teknik ini dilakukan berdasarkan pendapat dari experienced individual (Zikmund, et al., 2013).

3.3.3.2.3 Quota Sampling

Quota sampling merupakan prosedur nonprobability technique yang mana memastikan beragam subgroups dari populasi yang direpresentasikan terhadap karakteristik yang bersangkutan ke keinginan yang tepat dari peneliti (Zikmund, et al., 2013).

3.3.3.2.4 Snowball Sampling

Snowball Sampling merupakan prosedur nonprobability technique yang mana initial respondents yang telah dipilih melalui metode probability dan responden tambahan diperoleh dari informasi yang direkomendasikan initial respondents (Zikmund, et al., 2013).

Pada penelitian ini, peneliti menggunakan non-probability sampling karena peneliti tidak memiliki akses untuk memperoleh seluruh data mengenai responden yang dibutuhkan sehingga peneliti harus memilih responden berdasarkan penilaian peneliti sendiri. Ada pun sampling technique dari non-probability sampling yang peneliti gunakan, merupakan judgment sampling yaitu teknik sampling dimana koresponden dipilih oleh peneliti berdasarkan penilaian tertentu sesuai dengan karakteristik sampel yang dibutuhkan, dan peneliti juga menggunakan snowball sampling, dikarenakan peneliti membutuhkan responden tambahan, dan menyebarkan kuisioner online dari 1 perusahaan menuju perusahaan yang lain. (Zikmund et al, 2013).

3.3.3 Sampling Size

Penentuan banyaknya jumlah *sample* di dalam penelitian ini mengacu pada pernyataan Hair, Black, Babin & Anderson (2010), *sampling size* ditentukan berdasarkan:

- 1. Jumlah *sample* harus lebih banyak dari pada jumlah variable.
- 2. Secara Absolut, jumlah minimal *sample* adalah 50 Observasi.

43

3. Mengupayakan semaksimal mungkin untuk memperbanyak jumlah obervasi setiap variabel dengan rasio yang dikehendaki yakni 5 obervasi untuk setiap variable.

Menentukan banyaknya *sample* sebagai responden harus disesuaikan dengan jumlah item pernyataan yang digunakan pada kuisioner, dengan mengasumsikan n x 5 observasi (Hair, et al., 2010). Kemudian dalam penelitian ini jumlah item pertanyaan sejumlah 47 pertanyaan untuk mengukur 3 variabel, sehingga peneliti menggunakan jumlah responden sebanyak 235 responden.

3.3.4 Periode Penelitian

Periode pengumpulan data dibagi menjadi 2 periode. Periode pertama kuisioner Pre-test dilakukan pada tanggal 14 April 2018 hingga 22 April 2018 dengan jumlah responden sebanyak 30 orang. Kemudian periode kedua adalah maintest yang dilakukan pada tanggal 1 mei 2018 sampai 21 mei 2018 dengan total responden sebanyak 235 orang.



44

Dalam kuisioner ini digunakan 2 jenis skala pengukuran. Yang pertama adalah Skala *Rosenberg Self-Esteem*. Dan yang kedua adalah skala *likert*.

Kategori	Bobot/Nilai
Sangat Setuju	4
Setuju	3
Tidak Setuju	2
Sangat Tidak Setuju	1

Sumber: Hasil Pengolahan Data Primer, 2018.

Tabel 3.1 Skala Pengukuran Rosenberg Self-Esteem

Kategori	Bobot/Nilai
Sangat Tidak Setuju	1
Tidak Setuju	2
Netral	3
Setuju	4
Sangat Setuju	5

Sumber: Hasil Pengolahan Data Primer, 2018

Tabel 3.2 Skala Pengukuran Likert

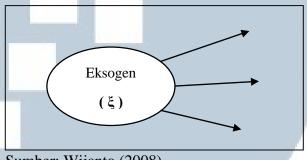
3.4 Identifikasi Variabel Penelitian

Definisi variabel menurut Zikmund (2013) adalah apa pun yang memiliki variasi-variasi atau perubahan —perubahan dari satu contoh ke yang lainnya yang dapat menunjukan perbedaan dalam nilai, biasanya dalam besaran atau kekuatan atau arahnya.

MULTIMEDIA NUSANTARA

3.4.1 Variabel Eksogen

Variabel Eksogen adalah variabel yang muncul sebagai variabel yang bebas pada semua persamaan yang ada dalam model. Notasi matematik yang digunakan variabel ini adalah huruf Yunani ξ ("ksi") (Wijanto, 2008). Dalam penelitian ini yang termasuk variabel eksogen adalah Self-Esteem.



Sumber: Wijanto (2008)

Gambar 3.2 Variable Eksogen

1. Self-Esteem

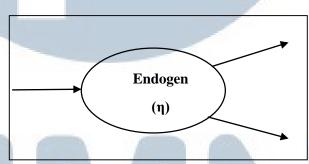
Menurut Pierce;1989 dalam Kurt:2015, definisi *self-esteem* adalah sejauh mana sesorang mampu percaya dirinya mampu,signifikan, dan layak sebagai anggota di organisasi.

Variabel ini diukur dengan menggunakan Skala Rosenberg Self-esteem dari angka 1 sampai 4. Skala 1 menunjukkan tingginya kepercayan diri dan menganggap dirinya sebagai orang yang berharga. Sedangkan untuk angka 4, menunjukan bahwa ia menganggap dirinya tidak layak, tidak memadai, atau kurang sebagai seseorang atau individu. (Rosenberg 1979 dalam Roth, 2008)

3.4.2 Variabel Endogen

Variabel Endogen merupakan variabel terikat pada saling sedikit satu persamaan dalam model, meskipun di semua persamaan sisanya variabel tersebut adalah variabel bebas. Notasi matematik yang digunakan oleh variabel ini Endogen adalah η ("eta") (Wijanto, 2008). Variabel Endogen digambarkan sebagai lingkaran dengan paling sedikit ada satu anak panah masuk ke lingkaran tersebut.

Definisi lainnya, variabel terikat atau dependent variable merupakan sebuah proses outcome atau sebuah variabel yang diprediksi dan/atau dijelaskan oleh variabel lainnya (Zikmund, *et al.*, 2013).



Sumber: Wijanto (2008)

Gambar 3.3 Variabel Endogen

Dalam Penlitian ini yang menjadi Variabel Endogen sebagai berikut:

1. Transformational Leadership

Menurut Schermerhorn (2010:446) definisi *Transformational leadership* adalah gaya kepemimpinan yang menginspirasi, dimana pemimpin senang

dengan apa yang ia lakukan, dan yang menyemangati orang lain untuk mencari pencapaian kinerja yang luar biasa.

Variabel ini diukur dengan menggunakan skala *likert* dari 1 sampai 5. Skala 1 menunjukkan rendahnya kepemimpinan transformational seorang pemimpin terhadap karyawan, dan skala 5 menunjukkan tingginya kepemimpinan transformational seorang pemimpin terhadap karyawannya.

2. Innovation Success

Innovation Success, Hal tersebut mengacu pada output dari Innovation Process, seperti konsep, merek dan produk yang baru dari suatu perusahaan. (Hult dan Ketchen, 2001 dalam Baker, 2009). Innovation success merupakan cara untuk mempertahankan dan memperluas konsumen dan pasar produk (Henard dan Szymanski, 2001 dalam Baker, 2009).

Variabel ini diukur dengan menggunakan skala *likert* dari 1 sampai 5 dimana skala 1 diartikan sebagai rendahnya keberhasilan inovasi dalam perusahaan atau organisasi, dan skala 5 diartikan sebagai tingginya keberhasilan inovasi dalam perusahaan atau organisasi.

3.4.3 Variabel Teramati

Variabel Teramati (*Observed variable*), atau juga biasanya disebut dengan variabel terukur (*measured variable*) merupakan variabel yang dapat diamati atau dapat diukur secara empiris dan disebut sebagai indikator. Variabel teramati adalah efek atau ukuran dari variabel laten. (Wijanto, 2008)

48

Dalam penelitian ini, peneliti menggunakan metode survei kuisioner, dan setiap pernyataan pada kuisioner mewakili sebuah variabel teramati. Simbol diagram dari variabel teramati adalah bujur sangkar atau persegi empat panjang (Wijanto, 2008). Pada penelitian ini yang menggunakan metode survey kuisioner, setiap pernyataan mewakili sebuah variabel teramati. Dalam penelitian ini terdapat 47 pernyataan, sehingga jumlah variabel teramati dalam penelitian ini adalah 47 indikator.



3.5 Definisi Operasional Variabel Penelitian

Tabel 3.3 Tabel Operasional Variabel Penelitian

No.	Variabel Penelitian	Dimensi	Indikator		Sumber	Skala
1.	Self-esteem	Positive self-esteem	1. Sebagai atasan,	saya merasa	Matzler, K.	1-4
			bahwa saya	memiliki	(2015). Self-	
	Menurut Pierce;1989 dalam	Individu dengan Self-esteem	sejumlah kualita	ıs yang baik.	esteem and	
	,		2. Sebagai atas	,	transformationa	
	Kurt:2015, definisi self-	yang tinggi dapat dicirikan	keseluruhan sa	•	l Leaderhip.	
			sikap positif	terhadap diri	Journal of Managerial	
	esteem adalah sejauh mana	sebagai individu yang	saya sendiri.		Psychology,	
	casorana mampu paraaya	memiliki harga diri,	3. Sebagai atasan,	•	815-831.	
	sesorang mampu percaya	memiliki harga diri,	sikap positif t saya sendiri	ternadap diri	010 001	
	dirinya mampu,signifikan,	menganggap dirinya sebagai		sava merasa		
			bahwa saya a	•		
	dan layak sebagai anggota di	orang berharga, menghargai	yang paling ber			
			perusahaan, pad			
	organisasi.	kelebihannya sendiri, dan di	sama dengan ora			
		tetap mengakui	5. Sebagai atasan,			
		mengakui	melakukan bany	ak hal sebaik		
		UNIVER	orang lain.	S		

M U L T I M E D I A N U S A N T A R A

kesalahannya. (Rosenberg		
1979 dalam Roth, 2008)		
Negitive Self-esteem	1. Sebagai atasan, saya	Matzler, K. 1-4
Individu dengan Self-esteem yang rendah berarti individu tersebut tidak memiliki rasa hormat untuk dirinya sendiri, menganggap dirinya tidak layak, tidak memadai, atau sangat kurang sebagai seseorang atau individu. (Rosenberg 1979 dalam Roth, 2008)	 Sebagai atasan, saya merasa tidak berguna Sebagai atasan, saya pikir saya tidak baik sama sekali Sebagai atasan, saya cenderung merasa bahwa saya gagal 	Matzler, K. (2015). Self-esteem and transformationa I Leaderhip. Journal of Managerial Psychology, 815-831.
HNIVED	CITAC	

M U L T I M E D I A N U S A N T A R A

	4			
Transformational	Identifying	1. Saya selalu mencari	Matzler, K.	
Leadership	Identifying and Articulating	peluang baru di organisasi 2. Saya menginspirasi orang lain dengan rencana saya	(2015). Self- esteem and transformationa	
Menurut Schermerhorn	a Vision. Perilaku ini	untuk masa depan 3. Saya memiliki	l Leaderhip. Journal of	1-5
(2010:446) definisi	merupakan bagian pemimpin	gambaran yang menarik tentang masa depan dari	Managerial Psychology, 815-	
Transformational leadership	yang bertujuan	perusahaan kami	831.	
adalah gaya kepemimpinan	mengidentifikasi peluang			
yang menginspirasi, dimana	baru untuk unit / divisi /			
pemimpin senang dengan	perusahaannya, dan			
apa yang ia lakukan, dan	mengembangkan,			
yang menyemangati orang	mengartikulasikan, dan			
lain untuk mencari	menginspirasi orang lain			
pencapaian kinerja yang luar	dengan visinya tentang masa			
biasa.	depan. (Podsakoff, 1990)	SIIAS		

model. Perilaku pemimpin ini memberi contoh 3. Menjadikan diri sendiri menjadi teladan bagi sebagai model bagi bawahan Transformationa I Leaderhip. Journal of Managerial			1	
Providing an appropriate Model. Perilaku pemimpin ini melakukan, bukan hanya dengan berbicara saja 2. Saya memimpin dengan memberi contoh 3. Menjadikan diri sendiri menjadi teladan bagi sebagai model bagi bawahan melakukan, bukan hanya dengan berbicara saja 1-5 1-5	44			
karyawan untuk mengikuti hal konsisten dengan nilai- nilai yang di dukung oleh pemimpin. (Podsakoff, 1990)	Providing an appropriate model. Perilaku pemimpin ini menjadi teladan bagi karyawan untuk mengikuti hal konsisten dengan nilainilai yang di dukung oleh	melakukan, bukan hanya dengan berbicara saja 2. Saya memimpin dengan memberi contoh 3. Menjadikan diri sendiri	(2015). Selfesteem and transformationa I Leaderhip. Journal of Managerial Psychology, 815-	1-5
Fostering the acceptance of group goals. Pada bagian ini, The state of the acceptance of group goals. Pada bagian ini, and the state of the acceptance of group goals. Pada bagian ini, and the state of the acceptance of the acceptance of group goals. Pada bagian ini, and the state of the acceptance	Fostering the acceptance of	bekerja sama untuk tujuan yang sama 2. Saya mengembangkan	(2015). Self- esteem and transformationa I Leaderhip. Journal of	1-5

perilaku pemimpin bertujuan untuk mempromosikan kerjasama di Antara karyawan dan membuat	3. Saya mengembangkan semangat tim di Antara karyawan 4. Saya mendorong kolaborasi di Antara kelompok kerja	Psychology, 815- 831.	
mereka bekerja sama menuju tujuan bersama. (Podsakoff, 1990)			
Performance High performance expectations. Bagian ini merupakan perilaku pemimpin yang menunjukan	 Saya hanya menginginkan performa terbaik Saya tidak akan puas jika tidak menjadi yang pertama Saya menunjukan kepada karyawan bahwa saya mengharapkan banyak dari mereka 	Matzler, K. (2015). Self-esteem and transformationa I Leaderhip. Journal of Managerial Psychology, 815-831.	5
harapan atau keunggulan,	SITAS EDIA		54

kualitas dan / atau kinerja tinggi untuk bawahannya. (Podsakoff, 1990)			
Providing individualized support. Pada bagian ini, perilaku pemimpin menunjukan bahwa dia menghormati pengikut dan	 Saya menunjukan rasa hormat terhadap perasaan karyawan saya Saya berperilaku dengan mempertimbangkan perasaan bawahan Saya memperlakukan bawahan tanpa memperdulikan perasaanya, (R) 	Matzler, K. (2015). Selfesteem and transformationa I Leaderhip. Journal of Managerial Psychology, 815-831.	1-5
memperdulikan tentang perasaan dan kebutuhan pribadi mereka. (Podsakoff, 1990)	SITAS		

M U L T I M E D I A N U S A N T A R A

4			
Simulation Intellectual stimulatio Dibagian ini, pemimp menantang pengikut untu memeriksa kembali beberar asumsi mereka tentar pekerjaan mereka da memikirkan kemba bagaimana hal itu dap dilakukan. (Podsakoff, 1990	baru 2. Saya mengajak karyawan untuk memikirkan kembali cara mereka untuk melakukan sesuatu 3. Saya punya ide yang menantang karyawan untuk menguji kembali beberapa asumsi dasar	Matzler, K. (2015). Selfesteem and transformationa I Leaderhip. Journal of Managerial Psychology, 815-831.	1-5
Reward	1. Saya secara pribadi memuji karyawan ketika	Matzler, K. (2015). Self- esteem and	1-5
MULITI	VIEDIA		5

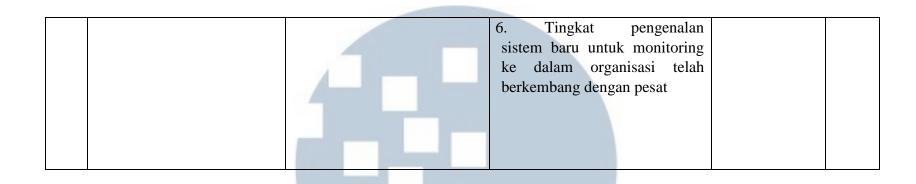
	Contingent reward behavior. Pada bagian ini, pemimpin memberikan pujian dan apresiasi atas hasil kerja yang telah diberikan oleh bawahan. (Podsakoff, 1990)	mereka melakukan pekerjaan yang luar biasa 2. Saya selalu memberikan umpan balik positif ketika karyawan bekerja dengan baik 3. Saya sering mengakui kinerja karyawan yang baik	transformationa I Leaderhip. Journal of Managerial Psychology, 815- 831.
Innovation Success, Hal tersebut mengacu pada output dari Innovation Process, seperti konsep, merek dan produk yang baru dari suatu perusahaan. (Hult	UNIVER	 Dibandingkan pesaing, kami lebih efisien dalam pengenalan produk terbaru Dibandingkan pesaing, kami lebih efisien dalam pengenalan layanan terbaru Dibandingkan pesaing, kami lebih inovatif dalam pengembangan produk terbaru Dibandingkan pesaing, kami lebih inovatif dalam pengembangan layanan terbaru 	Matzler, K. (2015). Selfesteem and transformationa I Leaderhip. Journal of Managerial Psychology, 815-831.

dan Ketchen, 2001 dalam Baker, 2009)	H.	5. Dibandingkan pesaing, kami lebih cepat dalam proses inovasi6. Dibandingkan pesaing, kami lebih baik dalam proses inovasi		
	Individual creativity Peneliti menekankan peran Individual Creativity berfungsi untuk meningkatkan inovasi, dan meningkatkan tumbuh minat, dimana memberikan dampak kreativitas yang merupakan	peralatan yang sudah ada 4. Saya mencoba ide baru dan menghadapi masalah dari ide tersebut	Tlerney, P. (1999). An Examination of Leadership and Employee Creativity: The Relevance of Traits and Relationship. Personnel Psychology, 591-620.	1-5



kunci keberhasilan inovasi dalam organisasi. (sarooghi et al., 2015, zhou and shalley 2003 dalam zaitouni 2018).			
Organizational Innovation Definisi Organizational Innovation adalah Penerapan Metode Organisasi baru dalam bisnis, tempat kerja, dan hubungan eksternal (eurlex Europa, 2006)	metode produk baru dalam organisasi telah berkembang dengan pesat	Chen,L. (2016). Transformational Leadership, Social Capital and organizational Innovation. Leadership & organization Development journal, 843-859	1-5
IINIVER	telah berkembang dengan pesat		

M U L T I M E D I A N U S A N T A R A



UNIVERSITAS MULTIMEDIA NUSANTARA

3.6 Teknik Analisis Data

Analisis data merupakan aplikasi penalaran untuk memahami data yang telah dikumpulkan. Metode analisis *statistic* dapat menggambarkan distribusi frekuensi sederhana untuk pendekatan *multivariate analysis* yang lebih kompleks, seperti *multiple regression* (Zikmund, 2013)

Dalam melakukan Pre-test, penulis menggunakan program IBM SPSS (*Statistic Package for the social Sciences*) versi 23 yaitu software yang berguna untuk menganalisa data, dan melakukan perhitungan *statistic* untuk *statistic parametric* maupun non-parametrik dengan basis *windows* (Ghozali, 2011). IBM SPSS versi 23 digunakan dalam uji validitas dan reliabilitas responden pre-test sedangkan untuk uji validitas dan reliabilitas main-test penulis menggunakan program IBM SPSS versi 23 dan AMOS versi 22.0.

3.6.1 Uji Instrumen

3.6.1.1 Uji Validitas

Uji validitas digunakan untuk mengukur sah atau valid tidaknya suatu kuisioner sehingga suatu kuisioner dikatakan valid jika pertanyaan pada kuisioner dapat mengungkapkan sesuatu yang akan diukur oleh kuisioner tersebut (Ghozali, 2011). Alat yang digunakan untuk mengukur tingkat interkolerasi antar variabel dan dapat tidaknya dilakukan analisis faktor adalah:

- Kaiser Meyer Olkin measure of Sampling Adequacy (KMO SMA).
 Nilai KMO bervariasi dari 0 hingga 1 dengan nilai yang dikehendaki harus
 >0.50 untuk dapat dilakukan analisis faktor (Ghozali, 2011).
- 2. Sig< 0.05 Nilai significant yang kurang dari 0,05 menunjukan bahwa korelasi yang cukup antar variabel (Hair, Black, Babin & Anderson, 2010).
- 3. Nilai *Measerument of Sampling Adecuacy* (MSA) > 0,5 . *Measerument variabel* yang memiliki nilai MSA < 0,5 harus dihilangkan dari perhitungan factor analysis satu per satu, dimulai dari variabel dengan nilai terendah (Hair, Black, Babin & Anderson, 2010).
- Factor loading atau hasil dari component matrix harus memiliki nilai > 0,5
 (Hair, Black, Babin & Anderson, 2010).

3.6.1.2 Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas merupakan alat yang berfungsi untuk mengukur suatu kuesioner yang merupakan indikator dari variabel atau konstruk. Kuesioner mampu dikatakan handal atau reliabel jika jawaban dari responden terhadap suatu pernyataan konsisten atau stabil dari waktu ke waktu (Ghozali, 2011).

SPSS memberikan fasilitas kepada penulis untuk mengukur reliabilitas dengan uji statistik Cronbach Alpha yang mana suatu variabel atau konstruk dikatakan reliabel jika memberikan nilai Cronbach Alpha > 0.70 (Nunally, 1994, dalam Ghozali, 2011).

Penulis melakukan uji Validitas dan Reliabilitas sebanyak dua kali, yaitu pretest dan maintest. Tujuan dari pre test dan maintest adalah memastikan Indikator atau measurement yang digunakan sudah sesuai dengan jurnal dan sekaligus melakukan pengecekan indikator, apakah ada yang tidak sesuai dengan jurnal utama, sebelum melakukan tes yang lebih besar yaitu Maintest.

3.6.2 Metode Analisis Data menggunakan Structural Equation Modeling (SEM)

Pada penelitian, ini data akan di analisis dengan Structural Equation Modeling (SEM). Menurut Hair, Black, Babin & Anderson (2010) Strucural Equation Modeling adalah teknik multivariate, yang mengkombinasikan aspek-aspek dari 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. Sedangkan menurut Ghozali (2011) bahwa Structural Equation Modeling (SEM) merupakan gabungan dari dua metode statistik terpisah yaitu analisis faktor yang dikembangkan oleh ilmu psikologi, dan psikometri serta model persamaan simultan yang dikembangkan di ekonometrika.

Structural Equation Model (SEM) memiliki beberapa peran di antaranya sebagai sistem persamaan simultan, analisis klausal linier, analisis lintasan (path analysis), analysis of covariance structure, dan model persamaan struktural (Wijanto, 2008).

Menurut Wijanto (2008) yang membedakan Structural Equation Model

(SEM) dengan teknik multivariat yang lainnya, adalah karena SEM membutuhkan lebih dari sekedar perangkat statistik yang didasarkan atas regresi biasa dan analisis varian. *Structural Equation Model* (SEM) terdiri atas 2 bagian yaitu model variabel laten dan model pengukuran (Wijanto, 2008).

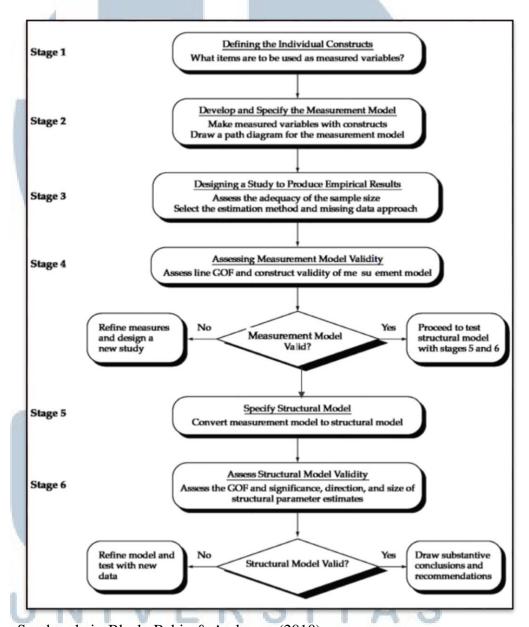
Dalam penelitian ini digunakan metode SEM (*Structural Equation Model*) karena penelitian ini memiliki lebih dari 1 varibel endogen. *Software* yang digunakan adalah AMOS versi 22.0.

Menurut Wijanto (2008) *Structural Equation Model* (SEM) terdiri dari beberapa variabel sebagai berikut:

- 1. terdapat dua jenis variabel, yang pertama adalah variabel laten (*latent variable*) dan variabel teramati (*observed variable*) atau variabel terukur (*measured variable*). Variabel laten merupakan konsep abstrak yang hanya dapat diamati secara tidak langsung melalui efeknya pada variabel teramati. Sedangkan variabel teramati adalah variabel yang dapat diamati atau dapat diukur secara empiris dan sering disebut sebagai indikator.
- 2. Terdapat dua variabel laten, yaitu eksogen dan endogen. Yang pertama variabel eksogen, dengan notasi matematik ξ ("ksi") merupakan variabel yang muncul sebagai variabel bebas di semua persamaan yang ada di dalam model. Sedangkan variabel endogen yang memiliki notasi matematik η ("eta") merupakan variabel terikat, paling tidak satu persamaan dalam model, meskipun di semua sisa persamaan variabel tersebut adalah variabel bebas. (Wijanto, 2008)

3.6.2.2 Tahapan Prosedur SEM

Berikut adalah gambaran dari tahapan prosedur untuk melakukan pengolahan data dengan *Structural Equation Model* (SEM):

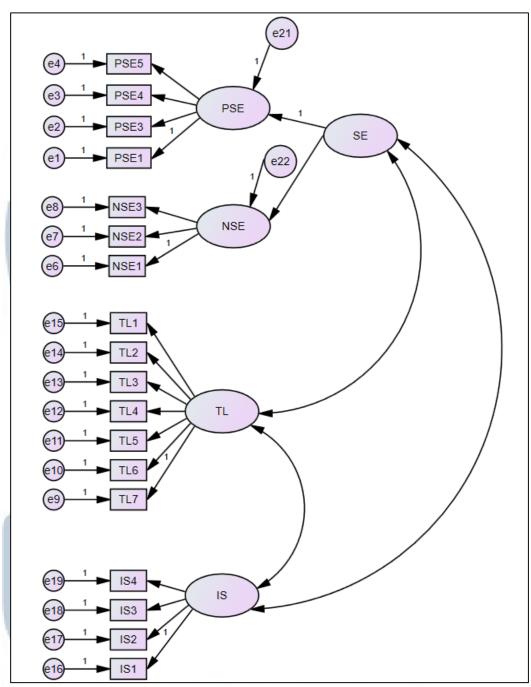


Sumber: hair, Black, Babin & Anderson (2010)

Gambar 3.4 Tahap-Tahap melakukan SEM

Tahapan yang pertama adalah menjelaskan masing-masing dari indikator untuk mengukurnya. Kemudia di tahapan kedua adalah membuat diagram measurement model atau model pengukuran. Sedangkan pada tahap ketiga, dilakukan penentuan Sample size dan memilih metode estimasi dan pendekatan untuk menangani missing data. Selanjutnya tahap 4 adalah mengukur validitas atau kecocokan model pengukuran. Jika model pengukuran dinyatakan valid, maka dapat dilanjutkan ke tahap berikutnya yaitu pada tahap 5 dan tahap ke 6. Adapun pengukuran pada penelitian ini digambarkan pada gambar 3.7 sebagai berikut:

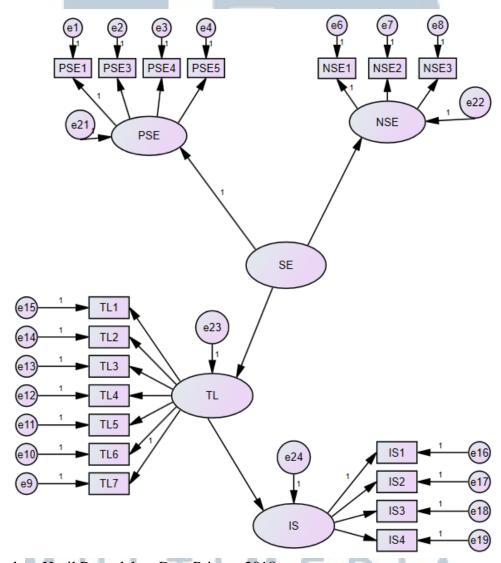




Sumber: Hasil Pengolahan Data Primer, 2018

Gambar 3.5 Model Pengukuran

Tahap kelima adalah mengubah model pengukuran menjadi model struktural. Kemudian pada tahap keenam menilai validitas atau kecocokan pada model structural. Jika model structural memiliki kecocokan yang baik, maka dapat dilakukan kesimpulan untuk penelitian selanjutnya. Adapun model struktrual penelitian ini digambarkan pada gambar 3.8 sebagai berikut:



Sumber: Hasil Pengolahan Data Primer, 2018.

Gambar 3.6 Model Struktural

3.6.2.3 kecocokan Model Pengukuran (Measurement Model Fit)

Uji Kecocokan model pengukuran dilakukan terhadap setiap Construct atau model pengukuran secara terpisah melalui evaluasi kepada validitas dan reliabilitas dari model pengukuran (hair et al., 2010)

- Evaluasi terhadap validitas (*validity*) dari model pengukuran
 Menurut hair et al., (2010) sebuah variabel dapat dikatakan mempunyai validitas yang baik kepada Construct atau variabel laten jika memiliki muatan faktor standar > 0.50.
- 2. Evaluasi terhadap reliabilitas (*Reliability*) dari model pengukuran reliabilitas adalah konsistensi pada measurement. Reliabilitas yang tinggi menunjukkan bahwa indikator tersebut mempunyai konsistensi yang tinggi dalam mengukur konstruk latennya. Berdasarkan Hair et al., (2010) suatu variabel dikatakan mempunyai reliabilitas baik jika:
- a. Nilai Construct Reliability (CR) > 0.70, dan
- b. Nilai *Variance Extracted* (AVE) \geq 0.50

3.6.2.4 Kecocokan Model Keseluruhan (Overall Model Fit)

Dalam menilai *Goodness of Fit* suatu SEM secara keseluruhan, tidak bisa dilakukan secara langsung dengan menggunakan teknik *multivariate* yang lain (*Multiple regression*, *discriminant analysis*, dan MANOVA). SEM tidak memiliki satu uji statistik terbaik yang dapat menjelaskan "kekuatan" prediksi model. Karena itu peneliti telah mengembangkan beberapa ukuran

GOF atau *Goodness of Fit* yang bisa digunakan secara bersama-bersama atau kombinasi (Wijanto, 2008).

Menurut Hair, Black, dan Anderson (2010) GOFI (*Goodness of Fit Indices*) atau ukuran GOF dibagi menjadi 3 bagian, yang pertama adalah *Absolute fit measures* (ukuran kecocokan absolut), *incremental fit measures* (ukuran kecocokan inkremental), dan *parsimonious fit measures* (ukuran kecocokan parsimoni).

- Ukuran Kecocokan Absolut (Absolute Fit Measure)
 Ukuran Kecocokan absolut menentukan derajat prediksi model keseluruhan terhadap matrik korelasi dan kovarian.
- Ukuran Kecocokan Inkremental (Incremental Fit Measures)
 Ukuran Kecocokan Inkremental membandingkan model yang diusulkan dengan model dasar yang sering disebut sebagai null model atau independence model.
- 3. Ukuran kecocokan Parsimoni (*Parsimonious Fit Measures*)

 Model dengan parameter relative sedikit (dan *degree of freedom relative* banyak) sering juga dikenal sebagai model yang mempunyai parsimoni atau kehematan tinggi sedangkan model yang memiliki banyak parameter (dan *degree of freedom* sedikit) bisa dikatakan model yang kompleks dan kurang parsimoni.

M U L T I M E D I A N U S A N T A R A Menurut Hair, Black, dan Anderson (2010), uji structural model bisa dilakukan dengan mengukur goodness of fit model yang menyertakan kecocokan nilai:

- 1. Nilai X2 dengan DF
- 2. Satu kriterika *absolute fit index* (i.e, GFI, **RMSEA**, SRMR, **Normed Chi-Square**)
- 3. Satu kriteria incremental fit index (i.e., CFI atau TLI)
- 4. Satu kriteria goodness-of-fit index (i.e., GFI, CFI, TLI)
- 5. Satu kriteria badness-of-fit index (RMSEA, SRMR)

Ringkasan uji kecocokan dan secara lebih rinci bisa dilihat pada tabel 3.3



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

		CUTOFF VALUES FOR GOF INDICES					
FIT INDICES		N < 250			N > 250		
		m≤12	12 <m<30< td=""><td>M ≥ 30</td><td>m<12</td><td>12<m<30< td=""><td>M ≥ 30</td></m<30<></td></m<30<>	M ≥ 30	m<12	12 <m<30< td=""><td>M ≥ 30</td></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	8		8		
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	$SRMR \le 0.08$ (with CFI ≥ 0.95)	SRMR < 0.09 (with CFI > 0.92)	Biased upward, use other indices	SRMR \leq 0.08 (with CFI > 0.92)	SRMR ≤ 0.08 (with CFI > 0.92)
5	Normed Chi-Square (χ^2/DF)	$(\chi^2/\mathrm{DF}) < 3$ is very good or $2 \le (\chi^2/\mathrm{DF}) \le 5$ 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 \geq 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	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)

