



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

METODELOGI PENELITIAN

3.1 Gambaran Umum Objek Penelitian

3.1.1 Perhotelan

Menurut keputusan Menteri Parpostel no Km 94/HK103/MPPT (1987), hotel merupakan salah satu jenis akomodasi yang mempergunakan sebagian atau keseluruhan bagian untuk jasa pelayanan penginapan, penyedia makanan dan minuman serta jasa lainnya bagi masyarakat umum yang dikelola secara komersil.

Menurut Walker (2017), bisnis perhotelan buka 365 hari dalam setahun dan juga 24 jam dalam sehari, tetapi karyawannya tidak bekerja lebih lama dari orang-orang di sektor lainnya. Perhotelan bekerja secara *shift*, tergantung dengan departemen dimana sang karyawan berada.

Walker (2017) mengatakan perhotelan juga memiliki beberapa karakteristik yang tentu saja tidak dimiliki oleh industri lain, yaitu:

1. *Guest satisfaction*, perhotelan merupakan bisnis yang mengutamakan *guest satisfaction* yang akan meningkatkan *loyalty* dari *guest* tersebut.
2. *Intangible*, *guest* tidak dapat “*test drive*” untuk menginap semalam, mereka langsung merasakan tanpa bisa mencoba.
3. *Inseparability*, perhotelan tidak memisahkan antara produksi dengan konsumsi dari *service product* yang dimilikinya karena setiap *guest* pasti memiliki permintaan mereka tersendiri dan ini menjadi tantangan setiap harinya dalam perhotelan.

4. *Perishability*, contohnya seperti hotel yang memiliki 300 kamar sedangkan yang terjual hanya 200 kamar dan pihak hotel tentu saja tidak dapat melakukan apa-apa terhadap 100 kamar yang tidak terjual.
5. *Variability*, karena setiap karyawannya pasti memiliki tingkat kemampuan, pengetahuan, *passion* dan juga keterampilan yang berbeda. Termasuk juga *guest* yang berbeda pasti datang setiap harinya.
6. *Return on investment*, perhotelan merupakan bisnis yang dibuat untuk *return on investment* pada *owner* atau *shareholder* dan masyarakat.

3.1.2 Klasifikasi Perhotelan

Dalam buku Walker (2017), terdapat klasifikasi hotel berdasarkan sistem rating yang dibuat oleh *American Automobile Association* (AAA) dan Forbes. Klasifikasinya dapat dilihat sebagai berikut:

1. Klasifikasi Hotel berdasarkan rating menurut Forbes

Dalam Walker (2017), Forbes mengklasifikasikan hotelnya berdasarkan bintang, yaitu sebagai berikut:

1. *Five star properties*

Hotel yang menyediakan *service* terbaik dan terkenal. Hotel dengan karyawan yang memberikan pelayanan yang intuitif dan terbaik serta melebihi ekspektasi dari tamunya. Hotel didesain untuk membuat tamunya nyaman dan kualitas produknya yang baik.

2. *Four star properties*

Hotel yang menyediakan sesuatu yang menarik dan memiliki suatu elemen yang mengundang untuk dinikmati seperti pemandangan alam ataupun

desain dari arsitekturnya. Para karyawan juga masih menyediakan kebutuhan para tamu.

3. *Recommended properties*

Hotel yang direkomendasikan karena hal-hal tertentu seperti lokasi, fungsi dan juga *style* yang dimiliki. Biasanya dekatn dengan tempat wisata.

2. Klasifikasi Hotel berdasarkan rating menurut AAA

General	 Simple roadside appeal Limited landscaping	 Average roadside appeal Some landscaping	 Very good roadside appeal Attractive landscaping	 Excellent roadside appeal Professionally planned landscaping	 Outstanding roadside appeal Professional landscaping with a variety of foliage and stunning architecture
Lobby	Adequate size with registration, front desk, limited seating, and budget art, if any	Medium size with registration, front desk, limited seating, carpeted floors, budget art, and some plants	Spacious with front desk, carpeted seating area arranged in conversation groupings, good-quality framed art, live plants, luggage carts, and bellstation	Spacious or consistent with historical attributes; registration and front desk above average with solid wood or marble; ample seating area with conversation groupings and upscale appointments including tile, carpet, or wood floors; impressive lighting fixtures; upscale framed art and art objects; abundant live plants; background music; separate check-in/-out; bellstation	Comfortably spacious or consistent with historical attributes; registration and front desk above average; ample seating with conversation groupings and upscale appointments; impressive lighting fixtures; variety of fine art; abundant plants and fresh floral arrangements; background music; separate check-in/-out; bellstation that may be part of concierge area; concierge desk
Guestrooms	May not reflect current industry standards	Generally reflect current industry standards	Reflect current industry standards	Reflect current industry standards and provide upscale appearance	Reflect current standards and provide luxury appearance
Service	Basic attentive service	More attentive service	Upgraded service levels	High service levels and hospitality	Guests are pampered by flawless service executed by professional staff

Sumber: Walker (2017)

Gambar 3.1 Summary of AAA Diamond Rating Guidelines

Jika Forbes mengklasifikasi berdasarkan bintang, maka AAA mengklasifikasi berdasarkan *diamond*, ratingnya terdiri dari satu sampai dengan lima. Penilaian jumlah *diamond* dapat dilihat secara umum seperti dari jalanannya dan juga bentuk dari gedungnya. Lalu dilihat dari *lobby*, seperti luasnya, hiasan didalamnya, kenyamanannya, serta pengaturan ruangnya. Dinilai juga dari *guestroom* dan juga *service* yang diberikan.

3.1.3 Jenis-jenis Hotel

Industri perhotelan tidak hanya beracu pada satu hotel, terdapat banyak jenis hotel di dunia seperti yang ada di dalam buku Walker (2017), di sana menyebutkan jenis-jenis hotel yang tersebar di dunia, yaitu:

1. *City Center dan Suburban Hotels*

Hotel yang lokasi tempatnya strategis dan mudah untuk menemukan transportasi yang mendukung untuk bepergian bisnis maupun pribadi. Hotel ini biasa menyediakan restoran, *lounge*, *meeting* dan *convention rooms* serta juga *ballroom*.

2. *Resort Hotels*

Resort merupakan jenis hotel yang memenuhi keinginan tamu untuk rekreasi, bersenang-senang, *meeting* dan bersantai tanpa perlu keluar dari hotel. Biasanya hotel ini berada di lokasi yang menarik seperti di dekat pegunungan ataupun di pinggir pantai. Lokasinya biasa cukup jauh dari perkotaan, sehingga sulit untuk mencari makan. Sehingga *resort* biasa menyediakan menu makan *buffet* dan diharuskan beragam.

3. *Airports Hotels*

Hotel dalam bandara dimunculkan karena banyaknya jumlah penumpang pesawat yang hanya *transit* dalam suatu bandara. Biasa ukuran ruangan adalah 200-600 ukuran ruangan dan *full service*. Hotel ini diminati karena lokasinya yang strategis, harga yang ekonomis dan juga mengurangi biaya transportasi untuk datang dan pergi ke bandara.

4. *Freeway and Interstate Hotels and Motels*

Hotel yang biasanya berada berada di pinggir jalan yang dilewati untuk keluar kota yang biasa ditempati oleh para *traveler* yang bepergian menggunakan mobil dan ingin beristirahat semalam sebelum melanjutkan perjalanan di kemudian harinya.

5. *Casino Hotels*

Hotel yang disediakan di tempat *casino* untuk bermalam, tetapi sekarang hotel ini juga sudah menyediakan sebuah restoran, tempat untuk *reflexion*, *dance clubs* dan juga beberapa *show* untuk ditampilkan selain tempat bermain *casino* itu sendiri.

6. *Conference and Convention Hotels*

Hotel yang berfokus untuk menyediakan fasilitas untuk konferensi ataupun rapat. Biasanya digunakan oleh para perusahaan untuk mengadakan rapat dalam jumlah besar ataupun berkunjung ke perusahaan di luar kota. Biasanya berada di sekitar daerah pusat bisnis.

7. *Full Service Hotels*

Ini merupakan salah satu contoh untuk hotel bintang lima yang diklasifikasikan oleh Forbes. Hotel ini hampir menyediakan segalanya dalam hal fasilitas dan pelayanan.

8. *Economy/Budget Hotels*

Hotel yang menawarkan kebersihan, ukuran kamar yang cukup dan beberapa *furniture* yang memang dibutuhkan tanpa *full service*. Biasanya hotel ini tidak memiliki restoran tetapi menyediakan sarapan di *lounge* atau *lobby*.

9. *Boutique Hotels*

Hotel yang memiliki arsitektur, *style*, dekorasi dan ukuran yang cukup unik. Mereka mempromosikan hotelnya sebagai hotel yang *stylish*, *cool*, *hip* dan *luxurious*.

3.1.4 Generasi Y

Menurut Dessler (2017), generasi Y atau juga dapat disebut “*Millenials*” itu merupakan generasi yang lahir pada tahun 1982 sampai dengan 2004. Mereka merupakan pribadi yang tumbuh dan ahli dengan sesuatu yang *online*, serta nyaman dengan adanya inovasi. Generasi *millenial* lebih memilih untuk bekerja bersama dengan tim dibandingkan secara individu dan juga lebih senang dibimbing serta diberikan kebebasan untuk memilih cara menyelesaikan pekerjaan mereka (Kapoor & Solomon, 2011).

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

Amstrong (2017) dalam Paceco, mengatakan bahwa generasi Y terbagi menjadi dua tipe, yaitu:

1. *Senior Millennials*

Generasi Y senior merupakan generasi yang lahir pada tahun 1981 sampai dengan 1990. Generasi ini merupakan generasi Y yang tidak merasakan teknologi sejak awal, mereka masih mengenal dunia tanpa teknologi sebelum akhirnya terpengaruh.

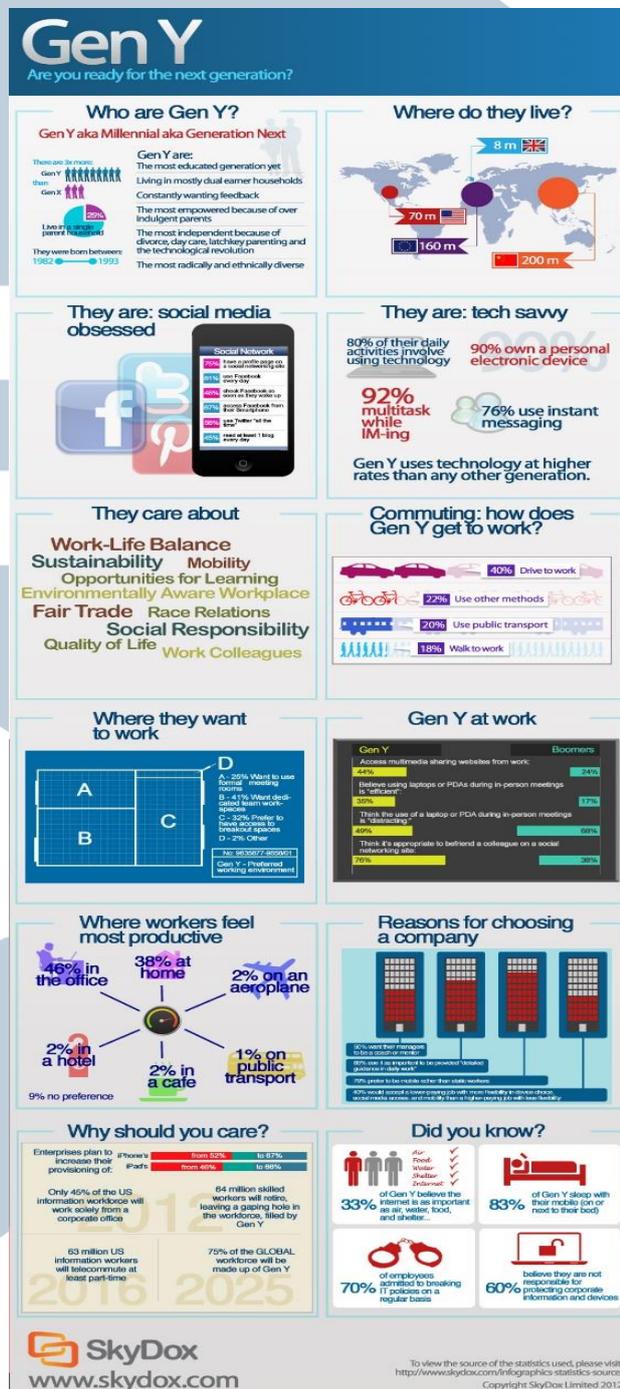
2. *Junior Millennials*

Generasi Y junior adalah generasi yang lahir pada tahun 1991 sampai dengan kelahiran 2000. Junior ini merupakan generasi yang mengenal teknologi sejak lahir sehingga mereka terbiasa dengan teknologi.

UMMN

UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA

3.1.5 Ciri-ciri Generasi Y



Sumber: Workshare, 2012

Gambar 3.2 About Generation Y

Dari Gambar 3.2 terlihat bahwa generasi Y merupakan generasi yang terobsesi dengan media sosial yang mereka miliki, saat mencari pekerjaan yang mereka cari adalah terutama adalah *work life balance* termasuk juga kesempatan untuk belajar. Kebanyakan generasi Y mengatakan mereka dapat lebih produktif ketika di dalam kantor, tetapi banyak juga yang mengatakan mereka dapat produktif di rumah. Generasi Y merupakan generasi yang dapat melakukan *multitasking* dengan mudah karena terbiasa dengan teknologi yang ada.

Menurut Gallup (2016), dalam aspek bekerja generasi Y memiliki karakteristik yang berbeda dengan generasi sebelumnya, yaitu sebagai berikut:

1. Generasi Y tidak hanya bekerja untuk menerima gaji, mereka lebih mementingkan untuk mengejar tujuan. Suatu hal yang sudah mereka cita-citakan sejak awal.
2. Generasi Y tidak mengejar kepuasan kerja, mereka lebih menginginkan untuk dapat berkembang dengan mempelajari hal baru, *skill*, sudut pandang, dan mengenal lebih banyak orang.
3. Mereka tidak menyukai atasan yang suka memerintah dan mengatur.
4. Generasi Y lebih menyukai *on going conversation* untuk penilaian mereka daripada *review* tahunan.
5. Generasi Y lebih berpikir untuk mengembangkan kelebihan mereka dibandingkan memperbaiki kekurangan yang dimiliki.
6. Pekerjaan bagi generasi Y tidak hanya sekedar bekerja tetapi bagian dari hidup mereka.

Menurut Krisbi (2013) dalam Portalhr, jika mengutip dari Dan Schawbel yaitu salah satu kontributor dari Forbes, beliau mengatakan bahwa 70% dari generasi Y meninggalkan pekerjaan pertama mereka dalam dua tahun bergabung dalam suatu perusahaan karena itu ada beberapa hal yang dicari generasi Y dalam pekerjaannya yaitu:

1. *Fleksibilitas*, generasi ini mencari tempat kerja yang memiliki fleksibilitas dalam hal waktu dan juga tempatnya untuk bekerja
2. *Comradery*, generasi Y mengharapkan rekan kerja yang juga dapat menjadi teman di perusahaan, bukan hanya sebagai rekan kerja biasa.
3. *Mentorship*, mereka membutuhkan sebuah tuntunan yang bersahabat.
4. *Growth*, Kesempatan untuk berkembang
5. *Praise*, pujian yang tulus
6. *A Cool Boss*, seorang atasan yang tidak hanya berorientasikan jabatan.

3.2 Desain Penelitian

3.2.1 Research Data

Menurut Cooper & Schindler, sumber informasi biasanya dikategorikan menjadi tiga tingkatan, yaitu:

1. *Primary data* adalah data yang digunakan untuk menjawab masalah utama.

Menurut Cooper & Schindler (2014), *primary data* adalah data yang peneliti kumpulkan untuk menjawab suatu permasalahan khusus atas suatu pertanyaan penelitian. Umumnya merupakan karya asli penelitian atau data mentah tanpa interpretasi dan pertanyaan yang mewakili opini. Data yang termasuk dalam *primary data* adalah memo, surat, wawancara atau pidato lengkap (dalam

format transkrip audio, video maupun tulisan), undang-undang, peraturan, keputusan pengadilan, serta data pemerintahan seperti data sensus, ekonomi dan tenaga kerja.

2. *Secondary data* adalah data yang dikumpulkan bukan ditujukan untuk menjawab masalah utama melainkan melengkapi bahasan topik penelitian. Menurut Zikmund, et al. (2013), *secondary data* adalah data yang telah dikumpulkan sebelumnya untuk beberapa tujuan tertentu daripada tujuan lainnya. Contoh dari *secondary data* adalah ensiklopedia, buku teks, buku pegangan, majalah, artikel surat kabar, dan sebagian besar berita dianggap sebagai data sekunder.
3. *Tertiary sources* atau dapat dikatakan sebagai interpretasi dari *secondary data*, namun ditunjukkan oleh indeks, bibliografi, dan alat bantu penemuan lainnya.

Dalam penelitian ini, peneliti menggunakan sumber data dari *primary data* dan juga *secondary data*. Untuk *primary data* didapatkan dari *in depth interview* yang dilakukan dan juga kuisioner yang dibagikan kepada karyawan perhotelan yang berada di daerah Jakarta Selatan.

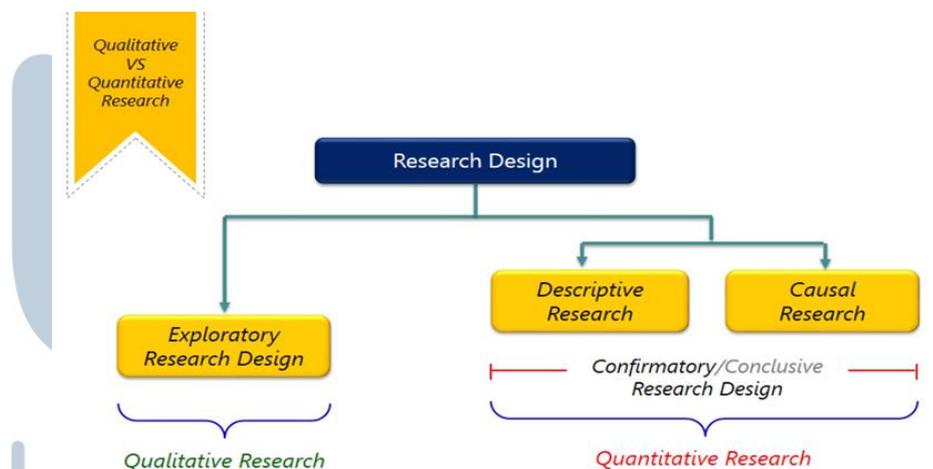
Pelaksanaan *in-depth interview* oleh peneliti dilakukan kepada delapan orang responden dengan kriteria generasi Y yang menjadi karyawan tetap di industri perhotelan dan telah bekerja minimal dua tahun. Tujuan dilakukannya *in-depth interview* adalah untuk mendapatkan fenomena yang terjadi pada perusahaan sedalam mungkin mengenai variabel *supportive work environment*, *organizational engagement*, dan *employee retention*.

Peneliti juga menggunakan kuesioner sebagai instrumen penelitian. Indikator yang penulis gunakan mengacu pada indikator yang terdapat dalam jurnal penelitian Kundu & Lata (2017). Terdapat 18 indikator yang peneliti gunakan dalam penelitian ini, indikator tersebut menggunakan skala *likert* 1 sampai dengan 5 mengenai variabel *supportive work environment*, *organizational engagement*, dan *employee retention*.

Untuk *secondary data* dalam penelitian ini yang digunakan sebagai panduan dalam penjabaran variabel dan pengembangan fenomena penelitian, peneliti mendapatkan data dari jurnal, buku dan juga artikel-artikel dari *website*.

3.2.2 Metode Penelitian

Jenis penelitian didefinisikan sebagai rancangan utama mengenai spesifikasi metode dan prosedur yang digunakan untuk mengumpulkan dan menganalisis informasi yang dibutuhkan.



Resource: Zikmund, William G., Babin, Barry J., Carr, Jon C., & Griffin, Mitch (2013) Business Research Methods (9th ed). South Western: Cengage Learning.

Sumber: Zikmud *et al.* (2013)

Gambar 3.3 *Research Design*

Menurut Zikmund, Jenis penelitian dibagi menjadi 2 bagian yaitu:

1. *Qualitative Research* adalah jenis penelitian yang membahas tujuan penelitian melalui teknik yang memungkinkan peneliti menjelaskan mengenai interpretasi yang rumit dari fenomena terkait tanpa bergantung pada pengukuran numerik, penelitian ini berfokus dalam menemukan makna inti dan wawasan baru (Zikmund, 2013). Contoh dari *Qualitative Research* adalah *Exploratory Research Design*.

Exploratory Research Design adalah penelitian yang dilakukan untuk memperjelas dan memberikan informasi terkait situasi atau ide-ide yang kemungkinan akan menjadi peluang bisnis berpotensi tinggi (Zikmund, 2013).

2. *Quantitative Research* adalah jenis penelitian yang membahas tujuan penelitian melalui penilaian percobaan empiris, penelitian ini melibatkan pengukuran numerik dan analisis data. (Zikmund, 2013) *Quantitative Research* dibagi menjadi 2, yaitu:

1. *Descriptive Research*

Penelitian yang mendeskripsikan karakteristik dari objek, orang, grup, organisasi, atau lingkungan terkait. (Zikmund, 2013)

2. *Causal Research*

Penelitian yang memungkinkan kesimpulan-kesimpulan yang berhubungan untuk dibuat, tujuannya untuk berusaha mengidentifikasi hubungan sebab dan akibat. (Zikmund, 2013)

Dalam penelitian ini, peneliti menggunakan jenis penelitian *quantitative research* karena peneliti melakukan penelitian dengan melakukan *in depth interview* dan juga penyebaran kuisioner. Dengan hasil yang terkumpul dari penyebaran kuesioner tersebut berupa data yang diukur secara numerik dan ada analisis dari hasil numerik tersebut.

Untuk jenis *quantative research* yang digunakan oleh penulis adalah *descriptive research* karena peneliti menggambarkan karakteristik dari karyawan generasi Y yang bekerja di industri perhotelan, serta mendeskripsikan hasil numerik dari kuesioner mengenai variabel *supportive work environment, organizational engagement, dan employee retention*.

3.3 Ruang Lingkup Penelitian

3.3.1 Target Populasi

Populasi merupakan sekelompok orang yang memiliki karakteristik yang umum (Zikmund, 2013). Menurut Sekaran (2010) populasi dijelaskan sebagai sekelompok orang atau grup yang mana peneliti ingin investigasi. Lalu menurut Cooper & Schindler (2014) Populasi adalah elemen yang peneliti ingin ambil kesimpulannya. Sampel merupakan sekelompok individu dari sebuah populasi (Zikmund, 2013).

Berdasarkan definisi dari Zikmund (2013), maka pada penelitian ini yang menjadi target populasi yang diambil peneliti adalah generasi Y yang telah bekerja di bidang perhotelan selama minimal dua tahun dan sampelnya adalah generasi Y yang telah bekerja di bidang perhotelan selama minimal dua tahun di daerah Jakarta Selatan.

3.3.2 *Sampling Techniques*

Sampling Techniques adalah proses pengambilan jumlah yang cukup dari elemen populasi, sehingga hasil dari analisa pengambilan jumlah tersebut dapat menggambarkan keadaan populasi secara garis besar (Malhotra, 2012).

Zikmund, Babin, Carr & Griffin (2013) mendeskripsikan sampling techniques menjadi 2 jenis, yaitu:

1. *Probability Sampling*

Teknik sampling, yang dimana semua anggota populasi memiliki kesempatan yang sama untuk dijadikan sebagai responden. Sebuah *sample probability* memiliki elemen *true randomness* dari proses seleksi.

Menurut Zikmund (2013) probability sampling dikategorikan menjadi 7 jenis yaitu:

1. *Simple random sampling*

Sebuah teknik sampling yang memastikan setiap elemen dari populasi dapat memiliki kesempatan yang sama untuk dijadikan sampel.

2. *Systematic sampling*

Sebuah teknik sampling dimana anggota dari populasi diberikan nomor urut dan kemudian dipilih sesuai urutan tertentu.

3. *Stratified sampling*

Sebuah teknik sampling dimana elemen dari sebuah populasi dipilih berdasarkan strata atau karakteristik tertentu yang diinginkan oleh peneliti.

4. *Proportional sampling*

Sebuah teknik sampling yang merupakan bagian dari stratified sampling dimana sample yang dipilih didasarkan pada kategori yang telah ditentukan peneliti.

5. *Dispropotional sampling*

Sebuah teknik sampling yang merupakan bagian dari stratified sampling dimana sample yang ditentukan didasarkan pada pertimbangan atau analisa selanjutnya oleh karena strata yang ada tidak proposional.

6. *Cluster sampling*

Sebuah teknik sampling dimana pemilihan sample bukan berdasarkan pada individu melainkan kelompok dalam skala besar.

7. *Multistage area sampling*

Sebuah teknik sampling yang melibatkan dua atau lebih probability sampling.

2. *Non-Probability Sampling*

Teknik sampling yang dimana semua populasi tidak memiliki kesempatan yang sama untuk dijadikan responden, tetapi responden dipilih berdasarkan penilaian pribadi dan kemudahan peneliti dalam mengambil sampel.

Menurut Zikmund (2013) nonprobability sampling dikategorikan menjadi empat yaitu:

1. *Convenience sampling*

Sebuah teknik sampling yang dimana untuk memperoleh sample sesuai dengan kebutuhan peneliti yang dilihat melalui sisi kemudahan peneliti.

2. *Judgement sampling*

Sebuah teknik sampling dimana elemen dari suatu populasi dipilih secara sengaja berdasarkan keputusan peneliti.

3. *Quota sampling*

Sebuah teknik sampling dimana peneliti memilih sampel sesuai yang diinginkan peneliti hingga memenuhi kuota sampel yang dibutuhkan.

4. *Snowball sampling*

Sebuah teknik sampling dimana sampel ditentukan berdasarkan informasi tambahan dari individu yang dijadikan sampel yang telah ada.

Dalam penelitian ini, peneliti menggunakan *non-probability sampling* dimana sampel yang dipilih berdasarkan dari kebutuhan dan pertimbangan atau penilaian peneliti sendiri. Dari keempat teknik *non-probability sampling* peneliti menggunakan yaitu *judgement sampling*. Penggunaan *judgement sampling* karena peneliti mempunyai pertimbangan dan karakteristik tersendiri untuk melakukan sampling, yaitu generasi Y yang telah bekerja di perhotelan minimal dua tahun dan berada di daerah Jakarta Selatan.

3.3.3 *Sampling Size*

Menurut Maholtra (2012), *sampling size* merupakan jumlah elemen yang akan diikutsertakan dalam penelitian. Penentuan jumlah sampling size dihitung dari banyaknya jumlah pertanyaan yang ditanyakan dalam kuisisioner penelitian.

Menurut Hair et al. (2010), landasan untuk menentukan ukuran minimum sampel penelitian adalah:

1. Jumlah sampel harus lebih banyak dari jumlah variabel.
2. Jumlah minimal sampel size secara absolut adalah 50 observasi.
3. Jumlah minimal sampel adalah 5 observasi per variabel.

Maka dari pertimbangan di atas peneliti telah mengidentifikasi 18 indikator untuk seluruh variabel yang terdapat dalam penelitian. Dari indikator tersebut dikalikan 5 untuk menentukan ukuran sampel penelitian. Sehingga hasil yang ditemukan yaitu berjumlah minimal 90 sampel yang artinya peneliti harus membagikan kuisioner kepada minimal 90 responden.

3.4 Teknik Pengumpulan Data

3.4.1 Sumber dan Cara Pengumpulan Data

Menurut Zikmund, Babin, Carr dan Griffin (2013), dalam penelitian terdapat dua jenis pengumpulan data, yaitu *secondary data* dan *primary data*. Dalam penelitian ini juga menggunakan *primary data* serta *secondary data* yang dapat dijelaskan sebagai berikut:

1. Primary data

Sumber informasi yang diperoleh langsung oleh peneliti dengan tujuan khusus dalam menangani masalah yang dihadapi (Malhotra, 2012). Dalam penelitian ini, *primary data* didapatkan dari *in-depth interview* dan juga dari hasil kuesioner yang disebarkan pada responden. Pelaksanaan *in-depth interview* dilakukan oleh peneliti kepada delapan orang responden dengan kriteria generasi Y yang menjadi karyawan tetap di industri perhotelan dan telah bekerja minimal dua tahun. Dengan tujuan melakukan *in-depth interview* adalah untuk mendapatkan fenomena yang terjadi pada

perusahaan sedala mungkin mengenai variabel *supportive work environment*, *organizational engagement*, dan *employee retention*. Peneliti juga menggunakan kuesioner sebagai instrumen penelitian. Indikator yang penulis gunakan mengacu pada indikator yang terdapat dalam jurnal penelitian Kundu & Lata (2017). Terdapat 18 indikator yang peneliti gunakan dalam penelitian ini, indikator tersebut menggunakan skala *likert* 1 sampai dengan 5 mengenai variabel *supportive work environment*, *organizational engagement*, dan *employee retention*.

2. *Secondary data*

Data yang telah dikumpulkan sebelumnya untuk tujuan tertentu dan bukan dari tangan pertama (Malhotra, 2012). Dalam penelitian ini, peneliti menggunakan *secondary data* didapatkan dari jurnal penelitian, buku-buku, dan juga artikel di internet.

3.4.2 Metode Pengumpulan Data

Menurut Zikmund *et al.* (2013) terdapat beberapa kategori metode yang biasa digunakan untuk pengumpulan data, yaitu:

1. *Observation Research*

Sebuah metode dengan proses sistematis dalam merekam pola perilaku kumpulan orang, objek dan juga kejadian yang disaksikan.

2. *Survey Research*

Metode pengumpulan data primer melalui komunikasi langsung dengan responden baik secara *face to face* ataupun melalui media dengan menggunakan telepon atau kuesioner.

Berdasarkan kedua metode pengumpulan data yang ada di atas, peneliti menggunakan metode *survey research* dalam penelitian dengan melakukan *in-depth interview* terhadap beberapa responden dan juga menyebarkan kuesioner.

3.5 Periode Penelitian

Menurut Maholtra (2012), *time frame* merupakan waktu yang dibutuhkan peneliti untuk mengumpulkan data sampai dengan mengelolanya. Penelitian ini dilakukan pada periode waktu Februari 2019 sampai dengan Mei 2019. Jika perjelas maka *pre-test* dilakukan pada Maret 2019 dengan jumlah responden yang dikumpulkan adalah 30 dan *Main Test* dilakukan pada Mei 2019 dengan jumlah responden yang terkumpul adalah 103 responden.

3.6 Skala Pengukuran

Dalam penelitian ini, skala yang digunakan skala pengukuran *likert*. Menurut Zikmund *et al.* (2013), skala likert adalah pengukuran sikap yang mengijinkan responden untuk memberikan nilai menurut pendapatnya dari yang sangat tidak setuju sampai dengan sangat setuju dengan mengikuti petunjuk yang diberikan.

Skala likert yang digunakan dalam penelitian ini adalah skala likert 1-5. Penggunaan skala likert ini mengacu pada jurnal utama yang digunakan oleh peneliti.

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

Tabel 3.1 Skala Pengukuran Likert

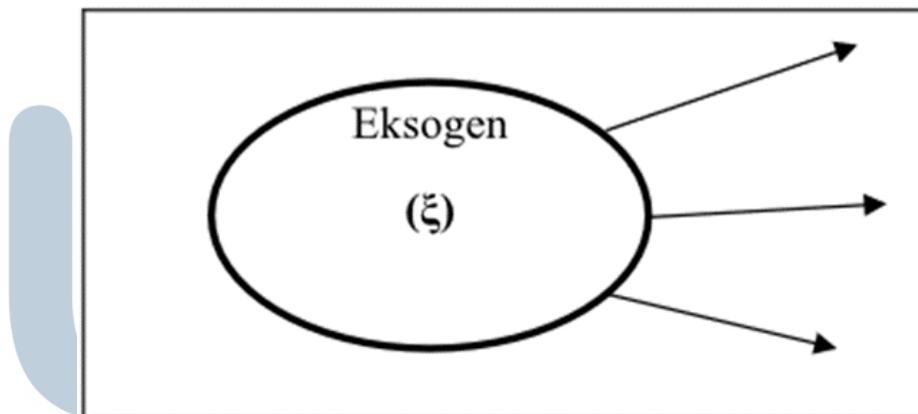
Keterangan	Skala
Sangat tidak setuju	1
Tidak setuju	2
Netral	3
Setuju	4
Sangat setuju	5

Sumber: Pengolahan Data Primer, 2019

3.7 Definisi Operasional Variabel

Menurut Zikmund *et al.* (2013), definisi variabel adalah apapun yang memiliki variasi atau perubahan dari satu contoh ke contoh lainnya yang dapat menunjukkan perbedaan dalam nilai, biasanya dalam bentuk besaran atau kekuatan atau arah.

3.7.1 Variabel Endogen



Sumber: Wijanto (2008)

Gambar 3.4 Variabel Eksogen

Menurut Zikmund *et al.* (2010), variabel eksogen atau dapat disebut juga sebagai variabel bebas merupakan variabel yang diharapkan dapat mempengaruhi

dependent variable dalam beberapa cara. Variabel eksogen digambarkan sebagai lingkaran dengan anak panah yang mengarah keluar (Hair *et al.*, 2010).

Dalam penelitian ini yang termasuk dalam variabel eksogen terdapat satu variabel, yaitu:

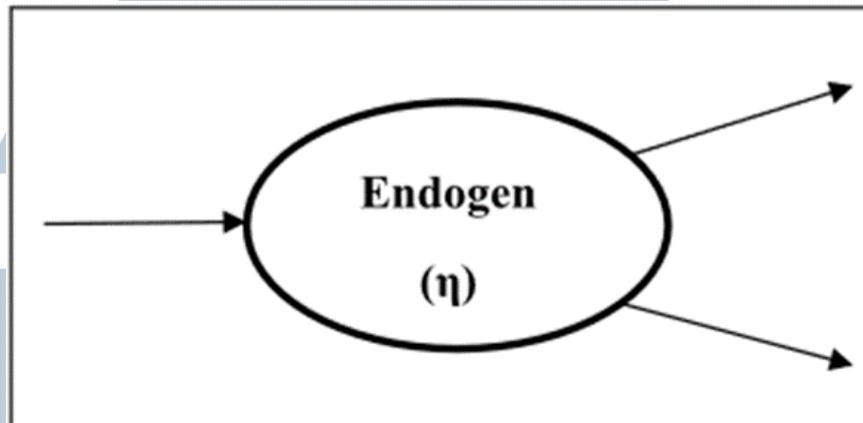
3.7.1.1 Supportive Work Environment

Supportive Work Environment dipandang sebagai faktor iklim seperti dukungan dari atasan atau rekan kerja serta kendala dan peluang untuk meningkatkan pembelajaran dalam bekerja (Baldwin and Ford's, 1988 dalam Kundu and Lata, 2017). *Supportive work environment* didukung oleh *perceived climate*, *supervisory relationship*, *peer group interaction*, dan *perceived organizational support*.

Variabel ini diukur dengan menggunakan skala likert 1 sampai dengan 5. Skala 1 menunjukkan ketidaksetujuan pada *supportive work environment* dari sudut pandang karyawan dalam organisasi dan skala 5 menunjukkan setujunya karyawan pada *supportive work environment* bahwa organisasinya memiliki lingkungan kerja yang baik dan mendukung.



3.7.2 Variabel Eksogen



Sumber: Wijanto (2008)

Gambar 3.5 Variabel Endogen

Menurut Hair *et al.* (2010), variabel endogen atau dapat disebut variabel terikat di dalam model penelitian digambarkan memiliki satu anak panah yang mengarah ke variabel itu sendiri dan merupakan variabel yang dipengaruhi oleh variabel lain.

Dalam penelitian ini yang termasuk dalam variabel endogen atau variabel terikat, adalah:

3.7.2.1 *Organizational Engagement*

Menurut Palmer & Gignac (2012), *organizational engagement* secara operasional didefinisikan sebagai sejauh mana karyawan memuji organisasi mereka kepada orang lain, berkinerja di atas dan melampaui apa yang diharapkan dari mereka, dan bertahan dalam menghadapi kesulitan.

Variabel ini diukur dengan menggunakan skala likert 1 sampai dengan 5. Skala 1 menunjukkan ketidaksetujuan karyawan bahwa dirinya memiliki

keterikatan dengan organisasi dan skala 5 menunjukkan kesetujuan karyawan bahwa mereka memiliki keterikatan terhadap organisasi.

3.7.2.2 *Employee Retention*

Seperti yang diungkapkan oleh Seashore *et al.* (1982) dalam Kundu & Lata (2017), *employee retention* merupakan gambaran niat karyawan untuk tinggal di antara karyawan atau organisasi.

Variabel ini diukur dengan menggunakan skala likert 1 sampai dengan 5. Skala 1 menunjukkan ketidaksetujuan karyawan untuk tetap bertahan di dalam organisasi dan skala 5 menunjukkan kesetujuan karyawan untuk tetap bertahan dalam organisasi.



3.7.3 Tabel Operasionalisasi Variabel Penelitian

No	Variabel	Dimensi	Indikator	Skala Pengukuran	Referensi
1	<p><i>Supportive Work Environment</i> dipandang sebagai faktor iklim seperti dukungan dari atasan atau rekan kerja serta kendala dan peluang untuk meningkatkan pembelajaran dalam bekerja. (Baldwin and Ford's, 1988 dalam Kundu and Lata, 2017)</p>	<p><i>Perceived climate</i> adalah struktur dan proses organisasi, hubungan <i>interpersonal</i>, kompensasi, perilaku karyawan, ekspektasi kinerja dan peluang untuk berkembang (James <i>et al.</i>, 2008).</p>	1. Lingkungan di perusahaan tempat saya bekerja baik.	Likert 1-5	Kundu and Lata, 2017
2. Atasan saya memperlakukan saya sebagai anggota tim yang penting.					
3. Saya diperlakukan dengan hormat di perusahaan tempat saya bekerja.					
<p><i>Supervisory relationship</i> adalah hubungan karyawan dengan atasan dalam hal berbagi informasi, penilaian kinerja, pengakuan, kepercayaan, kerjasama dan juga <i>feedback</i> dalam lingkungan kerja (Ghosh & Sahney, 2011).</p>		1. Atasan saya peduli dengan kesejahteraan saya.			
		2. Atasan saya peduli dengan pendapat saya.			
		3. Atasan saya mempertimbangkan tujuan saya bekerja di perusahaan ini.			
<p><i>Peer group interaction</i> adalah sebagai hubungan karyawan untuk dapat bekerjasama dalam tim dan meningkatkan kekompakan antar rekan kerja baik dalam sebuah proyek maupun keseharian (Ghosh and Sahney, 2011).</p>		1. Karyawan secara bersamaan dapat mempengaruhi banyak masalah penting di departemen.			
		2. Karyawan dapat bekerja sama dengan baik selama jangka waktu yang sama.			
		3. Karyawan dapat berdiskusi mengenai masalah pekerjaan dengan rekan kerja di departemennya.			

No	Variabel	Dimensi	Indikator	Skala Pengukuran	Referensi
		<i>Perceived organizational support</i> merupakan persepsi mengenai sejauh mana organisasi menghargai kontribusi karyawan dan peduli terhadap kesejahteraan mereka (Eisenberger <i>et al.</i> , 1986 dalam Kundu & Lata, 2017).	<ol style="list-style-type: none"> 1. Tempat kerja di perusahaan nyaman 2. Jumlah pekerja yang direncanakan sesuai dengan kebutuhan. 3. Atasan bersedia bekerjasama untuk membantu karyawan melakukan pekerjaan mereka dengan baik. 	<i>Likert 1-5</i>	Kundu and Lata, 2017
2	<i>Organizational Engagement</i> secara operasional didefinisikan sebagai sejauh mana karyawan memuji organisasi mereka kepada orang lain, berkinerja di atas dan melampaui apa yang diharapkan dari mereka, dan bertahan dalam menghadapi kesulitan. (Palmer and Gignac, 2012 dalam Kundu and Lata, 2017)		<ol style="list-style-type: none"> 1. Saya mengatakan pada orang lain bahwa saya bangga bekerja di perusahaan ini. 2. Cara perusahaan menjalankan bisnisnya menginspirasi saya untuk berkontribusi dalam mencapai kesuksesan perusahaan. 3. Saya mengenali visi perusahaan ini dengan baik sehingga komitmen saya tetap teguh, bahkan ketika kondisi perusahaan krisis. 	<i>Likert 1-5</i>	Kundu and Lata, 2017
3	<i>Employee Retention</i> menggambarkan niat karyawan untuk tetap bertahan di dalam sebuah organisasi. (Seashore <i>et al.</i> , 1982 dalam Kundu and Lata, 2017)		<ol style="list-style-type: none"> 1. Saya akan tetap di perusahaan ini selama lima tahun ke depan. 2. Tidak mudah bagi saya untuk pindah ke perusahaan lain. 3. Perusahaan ini adalah perusahaan yang baik untuk bekerja. 	<i>Likert 1-5</i>	Kundu and Lata, 2017

3.8 Teknik Analisa Data

Pada penelitian ini, pengolahan data dilakukan yang digunakan untuk *pre-test* dan juga *main test* berbeda. Untuk mengolah data *pre-test*, peneliti menggunakan metode *factor analysis* dengan *software* SPSS (*Statistical Package for Social Science*) versi 24. Sedangkan untuk *main test*, peneliti menggunakan metode SEM (*Structural Equation Modeling*) dengan *software* AMOS (*Analysis of Moment Structure*) versi 22.

3.8.1 Uji Instrumen

3.8.1.1 Uji Validitas

Menurut Ghozali (2016), uji validitas digunakan untuk mengukur sah atau validnya tidaknya suatu kuesioner. Suatu kuesioner dikatakan valid jika pertanyaan pada kuesioner tersebut mampu untuk mewakili variabel yang akan diukur dalam kuesioner tersebut.

Cara yang digunakan digunakan untuk mengukur validitas adalah dengan menggunakan *Confirmatory Factor Analysis* (CFA). Komponen yang digunakan untuk melakukan uji validitas adalah *Kaiser-Meyer-Olkin* dan *Measure of Sampling Adequacy* (MSA) dengan nilai yang dikehendaki adalah lebih dari 0.50 (Hair *et al.*, 2010). Selain itu, terdapat pula nilai *Bertlett's Test of Sphericity* (Sig.) yang nilai harus lebih kecil sama dengan 0.05 (Hair *et al.*, 2010) dan nilai *factor loading* yang harus lebih besar sama dengan 0.50 (Hair *et al.*, 2010). Setelah memenuhi syarat-syarat uji validitas di atas, maka dapat dilakukan uji reliabilitas.

3.8.1.2 Uji Reliabilitas

Menurut Ghozali (2016), uji reliabilitas merupakan alat untuk mengukur suatu kuesioner yang merupakan indikator dari variabel atau konstruk. Suatu kuesioner dikatakan reliabel atau handal jika jawaban seseorang terhadap pertanyaan adalah konsisten atau stabil dari waktu ke waktu. Untuk mengukur reliabilitas digunakan uji statistik *Cronbach Alpha* dengan nilai yang dikatakan reliabel jika nilainya adalah lebih dari 0.70.

3.8.2 Metode Analisis Data dengan SEM

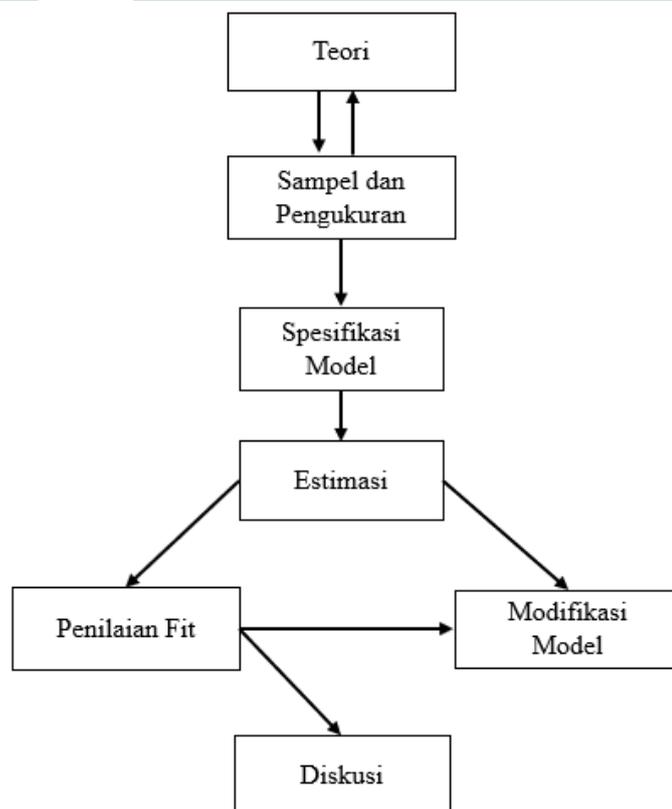
Menurut Ghozali (2010), *Structural Equation Model* (SEM) merupakan gabungan dari dua metode statistik yang terpisah yaitu *factor analysis* yang dikembangkan di ilmu psikologi dan psikometri serta model persamaan simultan (*simulation equation modeling*) yang dikembangkan di ekonometrika. Menurut Hair *et al.* (2010), SEM adalah sebuah teknik *multivariate* yang mengkombinasikan aspek *factor analysis* dan *multiple regression* yang memungkinkan peneliti secara simultan menguji suatu rangkaian *dependence relationship* yang saling terkait antar variabel yang terukur dan *latent construct* (*varietas*) maupun di antara beberapa *latent construct*. Menurut Hair *et al.* (2010), tahapan dalam teknik analisis SEM terdiri dari hal-hal berikut ini:

1. Mendefinisikan masing-masing *construct* atau indikator untuk mengukurnya.
2. Membuat diagram *measurement model* atau model pengukuran.
3. Menentukan kecukupan *sample size* yang akan diambil dan memilih metode estimasi serta pendekatan untuk menangani *missing data*.

4. Mengukur validitas model pengukuran. Jika model pengukuran dinyatakan valid, maka dapat dilanjutkan ke tahap 5 dan 6.
5. Mengubah model pengukuran menjadi *structural model*.
6. Menilai validitas dari model pengukuran. Jika *structural model* memiliki tingkat kecocokan yang baik maka dapat dilanjutkan dengan melakukan penarikan kesimpulan penelitian.

3.8.2.1 Tahapan Prosedur SEM

Berikut adalah tahapan dari SEM:



Sumber: Ghozali, 2016

Gambar 3.6 Tahapan Model Persamaan Struktural

Pertama yang dilakukan ada mengungkap teori yang ada. Hal ini berguna untuk menggambarkan diagram jalur dari persamaan struktural. Hubungan dari setiap variabel dengan diagram jalur merupakan spesifikasi model. Setelah itu, dapatkan sampel dan pengukurannya dan lakukan estimasi terhadap model. Lakukan penilaian dengan *goodness of fit* dan modifikasi model jika diperlukan. Setelah semua tahap dijalankan dan sesuai dengan kriteria, lakukan diskusi ataupun pembahasan hasil (Ghozali, 2016).

3.8.2.2 Kecocokan Model Pengukuran

Menurut Hair *et al.* (2010), uji kecocokan model pengukuran akan dilakukan pada setiap konstruk atau model pengukuran secara terpisah melalui evaluasi terhadap validitas dan reliabilitas dari model pengukuran.

1. Evaluasi terhadap validitas dari model pengukuran

Suatu variabel yang memiliki validitas yang baik terdapat konstruk atau variabel latennya jika *standardized loading factor* yang dimilikinya memiliki nilai lebih dari sama dengan 0.50 (Hair *et al.*, 2010).

2. Evaluasi terhadap reliabilitas dari model pengukuran

Reliabilitas adalah sebuah konsistensi dari suatu pengukuran. Reliabilitas yang tinggi ditunjukkan dengan indikator-indikator yang memiliki konsistensi yang tinggi dalam pengukuran konstruk latennya (Hair *et al.*, 2010). Menurut Hair *et al.* (2010), suatu variabel dapat memiliki reliabilitas yang baik jika:

1. Nilai *construct reliability* (CR) ≥ 0.70 .
2. Nilai *avarage variance extracted* (AVE) ≥ 0.50 .

Menurut Hair *et al.* (2010), ukuran tersebut dapat dihitung dengan rumus dibawah ini:

$$\text{Construct Reliability} = \frac{(\sum \text{std. loading})^2}{(\sum \text{std. loading})^2 + \sum e}$$

$$\text{Variance Extracted} = \frac{\sum \text{std. loading}^2}{\sum \text{std. loading}^2 + \sum e}$$

3.8.2.3 Kecocokan Model Keseluruhan

Goodness of Fit Indices (GOFI) dikelompokkan oleh Hair *et al.* (2010) ke dalam tiga bagian, yaitu:

1. *Absolute fit indices*

Absolute fit indices digunakan untuk menentukan derajat prediksi model keseluruhan (model struktural dan model pengukuran) terhadap matrik korelasi dan kovarian serta seberapa baik model yang ditentukan oleh peneliti terhadap data yang diamati.

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 memberikan informasi tentang model mana yang paling cocok digunakan dengan pertimbangan kesesuaian model yang relatif terhadap kompleksitasnya.

Menurut Hair *et al.* (2010), uji struktural model dapat dilakukan dengan mengukur *goodness of fit model* yang menyertakan kecocokan nilai dibawah ini:

1. Nilai χ^2 dengan DF
2. Satu kriteria *absolute fit index* (GFI, **RMSEA**, SRMR, dan *Normed Chi-square*)
3. Satu kriteria *incremental fit index* (**CFI** atau TLI)
4. Satu kriteria *goodness-of-fit index* (GFI, **CFI**, TLI)
5. Satu kriteria *badness-of-fit index* (**RMSEA**, SRMR)

UMMN

UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA

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	$0 \leq NFI \leq 1$, 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

Note: m=number of observed variables; N applies to number of observations per group when applying CFA to multiple groups at the same time

Sumber: Hair *et al.* (2010)

