



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

Salah satu bank swasta terkemuka di Indonesia adalah PT. XYZ. PT. XYZ merupakan bank tertua keempat di Indonesia yang didirikan pada tanggal 4 April 1941 di Bandung. PT. XYZ berkembang menjadi bank yang solid dan handal, terutama dalam melayani segmen UKM (Usaha Kecil dan Menengah). PT. XYZ resmi menjadi bank komersial pada tahun 1967, bank devisa pada tahun 1990, dan perusahaan publik di Bursa Efek Indonesia pada tahun 1994.

Sejak awal berdirinya, PT. XYZ menerapkan prinsip kehati-hatian dan fokus untuk melayani segmen Usaha Kecil dan Menengah (UKM). Pada tahun 1967, Bank menaikkan status operasionalnya dari bank tabungan menjadi bank komersial. Peningkatan status ini didukung atas keberhasilan perusahaan yang terus bertumbuh di tengah kondisi peningkatan ekonomi dan politik yang kurang kondusif pada tahun itu. Sejalan dengan perkembangan yang dicapai, Bank kemudian dinaikkan statusnya menjadi Bank devisa pada tahun 1990.

Pada tahun 1997, Bank XYZ - Singapura memilih Bank NISP untuk menjadi mitra lokal dalam pendirian PT. XYZ, kemudian menjadi pemegang saham pada tahun 2004. Bank XYZ - Singapura kemudian membeli saham-sahamnya melalui pembelian dan penawaran tender saham publik hingga menjadi bertambah sejak 2005.

Saat ini, Bank XYZ - Singapura bertindak sebagai pemegang saham 85,1% dan sukses dalam memenangkan infrastrukturnya, antara lain dalam bidang sumber daya manusia, teknologi informasi, pengelolaan risiko, jaringan kantor dan audit internal.

Kantor pusat bank juga pindah ke Jakarta pada tahun 2005 dengan tujuan untuk memudahkan akses langsung ke pusat bisnis di Indonesia. Selanjutnya pada tahun 2008, sebagai strategi jangka panjang, PT. XYZ mencatatkan sahamnya di Bursa Efek Indonesia dengan tujuan untuk meningkatkan citra, memberikan dukungan kepada pemegang saham, memenangkan pasar dan mampu bersaing, serta memperkuat untuk struktur permodalan, dan menjadikan PT. XYZ sebagai perusahaan terbuka. yang kemudian dilanjutkan dengan upaya memperkuat budaya perusahaan yang dapat meningkatkan landasan kebijakan di perusahaan.

UMMN
UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA

3.1.1 Visi Perusahaan

PT. XYZ memiliki visi yaitu menjadi bank pilihan dengan standar dunia yang diakui kepeduliannya dan terpercaya dengan cara membantu individu dan bisnis di seluruh komunitas mencapai aspirasi mereka dengan menyediakan layanan keuangan inovatif yang memenuhi kebutuhan mereka.

3.1.2 Misi Perusahaan

Selain visi, PT. XYZ juga memiliki misi yaitu dengan berusaha dan bekerja sebagai warga korporat yang bertumbuh-kembang bersama masyarakat secara berkelanjutan dengan cara :

1. Menyediakan dan mengembangkan pelayanan keuangan yang inovatif, berkualitas dan melebihi harapan masyarakat yang dinamik dengan hasil terbaik.
2. Membina jaringan kerjasama yang saling menguntungkan dan dilandasi rasa saling percaya.
3. Menciptakan lingkungan kerja yang dapat meningkatkan profesionalisme dan mendorong pembaharuan organisasi dengan semangat kekeluargaan.
4. Membangun kepercayaan publik melalui perilaku etikal, peduli dan hati-hati (*prudent*).

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

3.1.3 Nilai Perusahaan

Selain visi dan misi, adapun nilai – nilai yang dimiliki perusahaan sebagai berikut:

1. *Customer*

Kami mendengarkan pelanggan kami dan memahami kebutuhan mereka. Kami membangun hubungan yang berkelanjutan dengan mereka dengan memberikan produk dan layanan berkualitas tinggi.

2. *People*

Kami saling memperlakukan dengan adil dan hormat. Kami mendukung kolega kami dan berinvestasi dalam pengembangan mereka untuk membantu mereka mewujudkan potensi penuh mereka. Kami mengenali dan menghargai kinerja luar biasa.

3. *Teamwork*

Kami, sebagai anggota tim, secara aktif mendukung satu sama lain di seluruh organisasi ketika kami berupaya mencapai tujuan bersama. Sebagai individu, kita mengharapkan tanggung jawab total dari diri kita sendiri.

4. *Integrity*

Transaksi yang adil adalah dasar dari bisnis kami. Kami menganggap semua yang kami lakukan adalah dalam tampilan publik penuh.

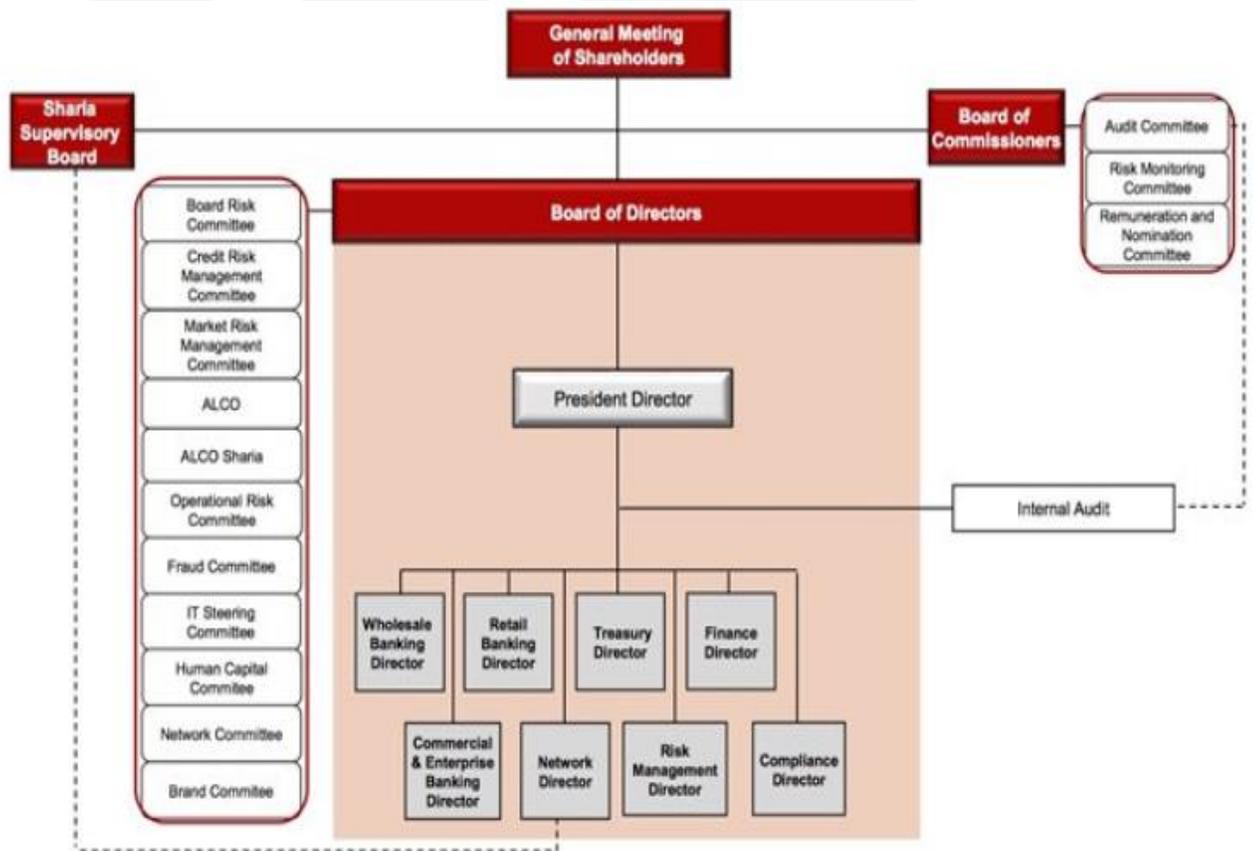
5. *Prudent Risk Taking*

Kami adalah pengambil risiko yang bijaksana karena pelanggan kami mengandalkan kami untuk keselamatan dan kesehatan.

6. Effectiveness

Kami secara aktif berinvestasi dalam infrastruktur, peningkatan proses, dan keterampilan untuk menurunkan biaya pengiriman kami. Kami melakukan hal yang benar dengan benar, pertama, tepat waktu, setiap kali.

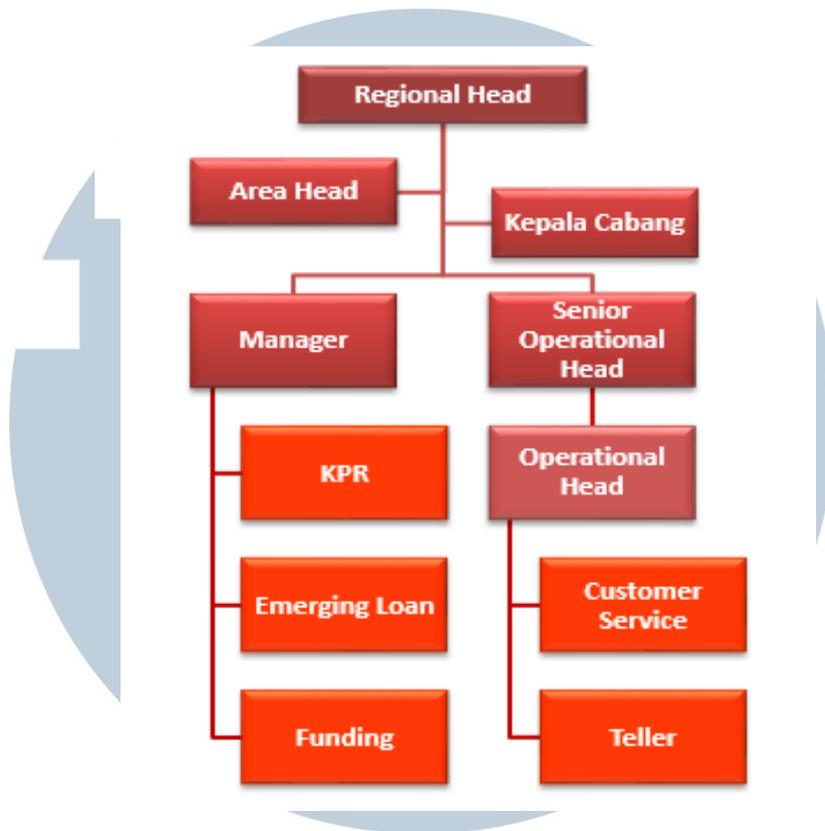
3.1.4 Struktur Organisasi



Sumber: Data Perusahaan, 2019

Gambar 3. 1 Struktur Organisasi PT. XYZ

UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA



Sumber: Data Perusahaan, 2019

Gambar 3. 2 Struktur Organisasi Kantor Cabang PT. XYZ

3.2 Desain Penelitian

Desain penelitian adalah rencana utama yang menentukan metode dan prosedur untuk mengumpulkan dan menganalisis informasi yang dibutuhkan. Desain penelitian menyediakan sebuah kerangka kerja atau perencanaan untuk melakukan tindakan penelitian yang bertujuan untuk memastikan agar informasi yang dikumpulkan sesuai dan dapat memecahkan masalah (Zikmund, Babin, Carr, dan Griffin, 2013).

3.2.1 *Research Data*

Menurut Cooper, D.R dan Schindler, P.S (2008) data terbagi menjadi dua yaitu:

1. *Primary data*, merupakan karya asli penelitian atau data mentah tanpa interpretasi atau pernyataan yang mewakili pendapat atau posisi resmi. Berikut ini termasuk *primary data*, diantaranya adalah memo; surat; wawancara atau pidato lengkap (dalam format transkrip audio, video, tertulis); hukum; peraturan; keputusan pengadilan dan sebagian besar data pemerintah, termasuk data cencus, ekonomi, dan tenaga kerja.
2. *Secondary data*, merupakan interpretasi *primary data*, seperti ensiklopedi, *textbooks*, *handbooks*, majalah, dan artikel surat kabar, dan sebagian besar berita berita yang dianggap sebagai sumber informasi sekunder.

Dalam penelitian ini, data yang digunakan oleh peneliti adalah *primary data* dan *secondary data*. *Primary data* didapatkan oleh peneliti dengan melakukan *in-depth interview* dan menyebarkan kuesioner kepada karyawan PT. XYZ. Selain itu, peneliti juga menggunakan beberapa artikel – artikel, jurnal pendukung, buku – buku teori, dan data *online* yang merupakan *secondary data*.

3.2.2 *Metode Penelitian*

Menurut Zikmund et al., (2013) jenis penelitian terbagi menjadi dua bagian, yaitu:

1. *Qualitative business research*

Jenis penelitian di mana peneliti menyediakan penafsiran yang akurat berdasarkan fenomena yang ada tanpa menerapkan sistem pengukuran.

2. *Quantitative business research*

Jenis penelitian yang mewajibkan peneliti untuk meneliti berdasarkan pengukuran yang ada dan menggunakan pendekatan analisis.

Menurut Zikmund et al., (2013) metode penelitian terbagi menjadi tiga, yaitu:

1. *Exploratory research*

Penelitian untuk mengklarifikasi situasi yang ambigu atau menemukan ide yang mungkin berpeluang sebagai potensi bisnis.

2. *Descriptive research*

Penelitian yang berusaha untuk mendeskripsikan suatu karakteristik dari objek, individu, grup, organisasi atau lingkungan.

3. *Causal research*

Suatu penelitian yang memungkinkan peneliti untuk menarik kesimpulan sebab akibat atau mengidentifikasi hubungan sebab atau akibat dari suatu permasalahan.

Berdasarkan rumusan masalah penelitian dan dihubungkan dengan metode penelitian yang ada, peneliti menggunakan *quantitative business research* dengan metode *descriptive research* dan *causal research*, karena peneliti menggunakan pengukuran yang melibatkan pendekatan analisis melalui hasil penyebaran dan pengisian kuesioner yang kemudian diolah datanya. Peneliti menggunakan *descriptive research* karena berdasarkan data dari hasil pengisian kuesioner tersebut dapat

mendeskripsikan karakteristik dari objek perusahaan, narasumber, dan organisasi perusahaan. Selain itu penelitian ini juga menggunakan *causal research* untuk mengidentifikasi hubungan sebab atau akibat dari suatu permasalahan yakni mendeskripsikan pengaruh positif dari *salary* dan *job enrichment* terhadap *job satisfaction* yang mempengaruhi *employee commitment* pada karyawan di PT. XYZ.

3.3 Ruang Lingkup Penelitian

3.3.1 Target Populasi

Menurut Zikmund et al., (2013) populasi adalah setiap grup entitas yang memiliki beberapa karakteristik yang sama. Terdapat ada empat aspek yang digunakan untuk menjelaskan target populasi menurut Malhotra (2012), antara lain :

1. *Element* yaitu objek yang memiliki informasi yang ingin diambil oleh peneliti kesimpulannya. *Element* dalam penelitian ini adalah karyawan PT. XYZ.
2. *Sampling unit* yaitu unit dasar yang berisi banyak elemen dari sebuah populasi untuk dijadikan sampel. *Sampling unit* dalam penelitian ini adalah karyawan PT. XYZ yang mengacu pada variabel *employee commitment*.
3. *Extent* yaitu elemen yang mengacu pada batas – batas geografis. *Extent* dalam penelitian ini adalah karyawan PT. XYZ dengan kantor cabang yang berlokasi di Tangerang Selatan.
4. *Time frame* yaitu jangka waktu penelitian. *Time frame* dalam penelitian ini adalah Januari hingga Juni 2019.

Berdasarkan penjelasan diatas, maka target populasi dalam penelitian ini adalah seluruh karyawan PT. XYZ dengan kantor cabang yang berlokasi di daerah Tangerang Selatan.

3.3.2 Sampling Techniques

Menurut Zikmund et al., (2013) *sampling* adalah aktivitas untuk melibatkan beberapa prosedur untuk kemudian ditarik sebagai kesimpulan dengan melibatkan perwakilan dari populasi. Adapun teknik *sampling* dibagi menjadi dua, antara lain:

1. *Probability sampling*

Teknik *sampling* di mana setiap individu dari populasi memiliki kesempatan yang sama untuk dijadikan sebagai sampel.

2. *Nonprobability sampling*

Teknik *sampling* di mana peluang terpilihnya seorang individu untuk menjadi sampel tidak dapat diketahui atau dalam kata lain tidak semua individu dalam populasi dapat terpilih menjadi sampel.

3.3.2.1 Probability Sampling

Menurut Zikmund et al., (2013) teknik *probability sampling* terbagi menjadi tujuh jenis teknik, yaitu:

1. *Simple random sampling*

Teknik *sampling* yang memastikan setiap elemen dalam populasi memiliki kesempatan yang sama untuk dimasukkan dalam sampel.

2. *Systematic sampling*

Teknik *sampling* di mana anggota dari populasi diurutkan berdasarkan nomor dan kemudian setiap nomor tersebut dipilih sesuai urutan.

3. *Stratified sampling*

Teknik *sampling* di mana sampel acak sederhana yang kurang lebih sama pada beberapa karakteristik diambil dari dalam setiap lapisan populasi.

4. *Proportional sampling*

Teknik *probability sampling* yang merupakan bagian dari *stratified sampling*, di mana sampel yang dipilih didasarkan pada kategori yang ditentukan oleh peneliti.

5. *Dispropotional sampling*

Teknik *probability sampling* yang merupakan bagian dari *stratified sampling*, di mana sampel yang ditentukan didasarkan pada pertimbangan atau analisa selanjutnya karena strata yang ada dirasa tidak proporsional.

6. *Cluster sampling*

Teknik pengambilan sampel secara ekonomi di mana unit *sampling* primer bukan elemen individual dalam populasi yang dipilih secara acak.

7. *Multistage area sampling*

Teknik *sampling* yang melibatkan dua atau lebih langkah yang menggabungkan beberapa teknik probabilitas yang telah dijelaskan.

3.3.2.2 *Nonprobability Sampling*

Menurut Zikmund et al., (2013) teknik *nonprobability sampling* terbagi menjadi empat jenis teknik, yaitu:

1. *Convenience sampling*

Teknik *nonprobability sampling* dengan tujuan untuk memperoleh orang-orang atau unit yang dirasa paling mudah untuk dilakukan.

2. *Judgement sampling*

Teknik *nonprobability sampling* di mana sampel yang dipilih berdasarkan pendapat seseorang tentang karakteristik yang perlu terhadap *sample member*. Teknik ini dilakukan berdasarkan pendapat dari pengalaman individu.

3. *Quota sampling*

Teknik *nonprobability sampling* yang memastikan beragam *subgroups* dari populasi yang direpresentasikan terhadap karakteristik yang bersangkutan ke keinginan yang tepat dari peneliti.

4. *Snowball sampling*

Teknik *nonprobability sampling* di mana sampel ditentukan berdasarkan informasi tambahan dari individu yang dijadikan sampel yang telah ada.

Berdasarkan penjelasan yang telah diuraikan diatas, peneliti menggunakan *nonprobability sampling* di mana peluang terpilihnya seorang individu untuk menjadi sampel tidak dapat diketahui atau tidak semua individu dalam populasi dapat terpilih

menjadi sampel. Penelitian ini menggunakan teknik *judgement sampling*, karena peneliti secara acak memilih unit sampel untuk menyesuaikan dengan beberapa kriteria yang dibutuhkan. Selain itu, penelitian ini menggunakan *snowball sampling* di mana sampel juga ditentukan berdasarkan informasi tambahan dari individu yang dijadikan sampel yang telah ada.

3.3.3 Sampling Size

Untuk menentukan *sampling size* (ukuran sampel) memerlukan pengetahuan tentang statistik, ukuran sampel menggambarkan statistik dan karakteristik yang mewakili populasi atau sampel (Zikmund et al., 2013). Ukuran sampel yang akan diteliti berdasarkan jumlah variabel yang ada dengan masing-masing indikatornya, di mana jumlah variabel yang terdapat dalam penelitian ini sebanyak empat variabel.

Menurut Hair, Black, Babin & Anderson (2010) untuk menentukan banyaknya jumlah *item* pertanyaan yang digunakan pada kuesioner yaitu dengan mengasumsikan $n \times 5$ observasi sampai $n \times 10$ observasi. Dalam penelitian ini, peneliti menggunakan $n \times 5$ observasi dengan jumlah indikator sebanyak 15. Sehingga sampel atau responden dalam penelitian ini minimal sebanyak 75 (15×5), namun dalam penelitian ini menggunakan sampel atau responden sebanyak 120 responden untuk dilakukan pengujian.

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

3.4 Teknik Pengumpulan Data

3.4.1 Sumber dan Cara Pengumpulan Data

Dalam penelitian ini, peneliti menggunakan *primary data* dan *secondary data*. *Primary Data* didapatkan oleh peneliti dengan melakukan *in-depth interview* dan menyebarkan kuesioner kepada karyawan PT. XYZ. Selain itu, untuk mendapatkan *secondary data* peneliti menggunakan beberapa artikel, jurnal pendukung, buku – buku teori, dan data *online*.

3.4.2 Metode Pengumpulan Data

Menurut Zikmund et al., (2013) terdapat beberapa metode yang dapat digunakan dalam pengumpulan data, antara lain:

1. *Observation research* yang merupakan proses sistematis dalam merekam pola perilaku orang, objek, dan kejadian yang disaksikan.
2. *Survey research* diartikan sebagai sebuah metode pengumpulan data primer berdasarkan komunikasi dengan sampel yang diwakili oleh individu - individu.

Dalam penelitian ini, peneliti menggunakan *survey research*, di mana data yang didapatkan dengan melakukan *in-depth interview* terhadap beberapa karyawan PT. XYZ yang menjadi responden dan dilanjutkan dengan penyebaran kuesioner untuk mendapatkan data yang diperlukan.

3.5 Periode Penelitian

Dalam melakukan penelitian ini terdapat yaitu *pre-test* dan *main-test*. Tahap *pre-test* dilakukan dengan menguji validitas dan reliabilitas dari variabel yang digunakan oleh peneliti dalam penelitian ini. Jumlah responden pada tahap *pre-test* sebanyak 30 karyawan dengan periode penyebaran kuesioner dilakukan pada Maret 2019. Sedangkan periode penyebaran kuesioner pada tahap *main-test* dilakukan pada April 2019.

3.6 Skala Pengukuran

Dalam kuesioner ini digunakan skala pengukuran *likert*. Skala *likert* merupakan pengukuran sikap yang memungkinkan responden untuk memberikan nilai bagi pendapatnya dari sangat tidak setuju hingga sangat setuju dengan mengikuti petunjuk yang diberikan (Ghozali, 2016).

Tabel 3. 1 Tabel Skala Pengukuran *Likert*

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

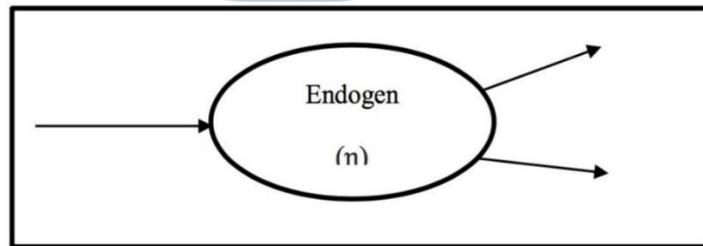
Sumber : Hasil Pengolahan Data Primer, 2019.

3.7 Definisi Operasional Variabel

Zikmund et al., (2013) mendefinisikan variabel sebagai segala sesuatu yang memiliki variasi atau berubah dari satu contoh ke lainnya dan dapat menunjukkan perbedaan dalam nilai. Adapun variabel dalam penelitian ini terbagi menjadi dua, yaitu variabel terikat (*dependent variable*) dan variabel bebas (*independent variable*).

3.7.1 Variabel Endogen

Variabel endogen dapat disebut sebagai variabel dependen. Di mana variabel endogen merupakan variabel terikat pada paling sedikit terdapat satu persamaan model meskipun di semua persamaan sisanya variabel tersebut adalah variabel bebas.. Notasi matematik yang dimiliki variabel endogen adalah η (“eta”) (Wijanto, 2008).



Sumber: Wijanto, 2008

Gambar 3. 3 Variabel Endogen

Dalam penelitian ini, variabel yang termasuk dalam variabel endogen adalah *job satisfaction* dan *employee commitment*.

3.7.1.1 *Job Satisfaction*

Job satisfaction adalah perasaan karyawan terhadap pekerjaannya sebagai hasil evaluasi karyawan terhadap karakteristik pekerjaan (Hedge dan Borman, 2012) dalam (Hanaysha et al., 2015).

Variabel ini diukur dengan menggunakan skala *likert* 1 sampai 5. Di mana skala 1 menunjukkan ketidakpuasan karyawan terhadap pekerjaan mereka. Skala 5 menunjukkan karyawan sangat puas terhadap pekerjaan mereka.

3.7.1.2 *Employee Commitment*

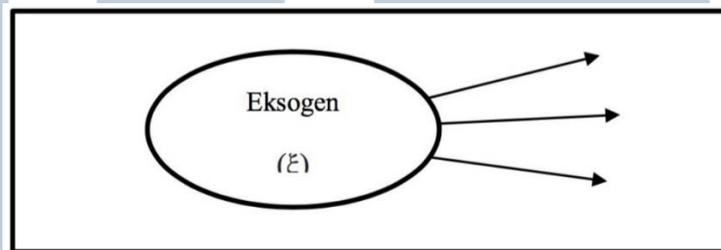
Employee commitment adalah sikap psikologis karyawan yang memungkinkan karyawan untuk mengidentifikasi tujuan dan nilai-nilai organisasinya (Peng et al., 2016). Akibatnya, karyawan sering termotivasi untuk mengejar minat yang selaras dan tetap loyal kepada organisasi (Meyer dan Allen, 1991, Mahmood et al., 2018).

Variabel ini diukur dengan menggunakan skala *likert* 1 sampai 5. Di mana skala 1 menunjukkan karyawan tidak memiliki komitmen terhadap pekerjaan mereka. Skala 5 menunjukkan karyawan sangat memiliki komitmen terhadap pekerjaan mereka.

U M N
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

3.7.2 Variabel Eksogen

Variabel eksogen dapat disebut sebagai variabel independen. Di mana variabel eksogen merupakan variabel yang muncul sebagai variabel bebas pada semua persamaan yang ada di dalam model. Notasi matematik dari variabel eksogen adalah huruf Yunani ξ . (Wijanto, 2008).



Sumber: Wijanto, 2008

Gambar 3. 4 Variabel Eksogen

Dalam penelitian ini, variabel yang termasuk dalam variabel eksogen adalah *salary* dan *job enrichment*.

3.7.2.1 Salary

Salary merupakan salah satu alasan yang memicu kepuasan karyawan, di mana dengan mendapat gaji yang lebih tinggi akan meyakinkan orang untuk tetap dengan majikan mereka saat ini (Selden, Schimmoeller, Thompson, 2013).

Variabel ini diukur dengan menggunakan skala *likert* 1 sampai 5. Di mana skala 1 menunjukkan karyawan tidak setuju dengan *salary* yang diterima sebagai hasil dari pekerjaan mereka. Skala 5 menunjukkan karyawan sangat setuju dengan *salary* yang diterima sebagai hasil dari pekerjaan mereka.

3.7.2.2 *Job Enrichment*

Job enrichment merupakan bentuk strategis dalam upaya mendorong karyawan dan praktisi untuk memperkaya pekerjaan sehingga menarik bagi minat karyawan dan juga melimpahkan rasa tanggung jawab (Ezenduka, et al., 2016).

Variabel ini diukur dengan menggunakan skala *likert* 1 sampai 5. Di mana skala 1 menunjukkan karyawan tidak setuju dengan adanya *job enrichment* yang diberikan kepada mereka. Skala 5 menunjukkan karyawan sangat setuju dengan adanya *job enrichment* yang diberikan kepada mereka.

UMMN

UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA

3.8 Teknik Analisis Data

3.8.1 Uji Instrumen

Menurut Ghozali (2016) pada penelitian dibidang ilmu sosial seperti manajemen, psikologi, dan sosiologi umumnya variabel – variabel penelitiannya dirumuskan sebagai sebuah variabel laten atau *un-observed* atau sering juga disebut konstruk, yaitu variabel yang tidak dapat diukur secara langsung, tetapi dibentuk melalui dimensi – dimensi atau indikator – indikator yang diamati. Terdapat 2 proses dalam melakukan uji instrumen, yaitu uji validitas dan uji reliabilitas yang ditujukan untuk mengukur kelayakan suatu kuesioner yang digunakan dalam penelitian.

Dalam melakukan *pre-test* penelitian, peneliti menggunakan program IBM SPSS (*Statistical Package for the Social Sciences*), yaitu *software* yang berfungsi untuk menganalisis data, melakukan perhitungan statistik baik untuk statistik parametrik maupun non-parametrik dengan basis windows. IBM SPSS versi 23 digunakan dalam uji validitas dan reliabilitas responden *pre-test* sedangkan untuk uji validitas dan reliabilitas *main-test* penulis menggunakan program AMOS (*Analysis of Moment Structure*) versi 23.

3.8.2 Uji Validitas

Menurut Zikmund et al., (2013) uji validitas dilakukan untuk mengukur sejauh mana suatu *measurement* secara akurat mewakili suatu konsep. Uji validitas digunakan untuk mengukur valid atau tidaknya suatu kuesioner. Suatu kuesioner dinyatakan valid jika pernyataan yang terdapat pada kuesioner mampu mengungkapkan sesuatu yang

akan diukur oleh kuesioner tersebut (Ghozali, 2016). Cara yang digunakan untuk menguji valid atau tidaknya suatu kuesioner dalam penelitian ini adalah dengan menggunakan uji *Confirmatory Factor Analysis (CFA)*. Adapun tolak ukur yang digunakan untuk mengukur tingkat interkorelasi antar variabel dan dapat tidaknya dilakukan analisis faktor, antara lain :

1. *Kaiser-Meyer-Olkin Measure of Sampling Adequacy (KMO MSA)*. Nilai KMO yang harus dikehendaki yaitu > 0.50 untuk dapat dilakukan analisis faktor (Ghozali, 2016).
2. Uji statistik signifikan *Bartlett's test of sphericity* ($sig. < 0.05$) menunjukkan bahwa korelasi yang cukup antar variabel untuk di proses lebih lanjut (Hair et al., 2010).
3. Nilai *Measure of Sampling Adequacy (MSA)* harus > 0.50 untuk pengujian keseluruhan dan setiap variabel individual (Hair et al., 2010).
4. *Factor Loadings* harus memiliki nilai > 0.50 dan idealnya > 0.70 (Hair, et al., 2010).

U M N
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

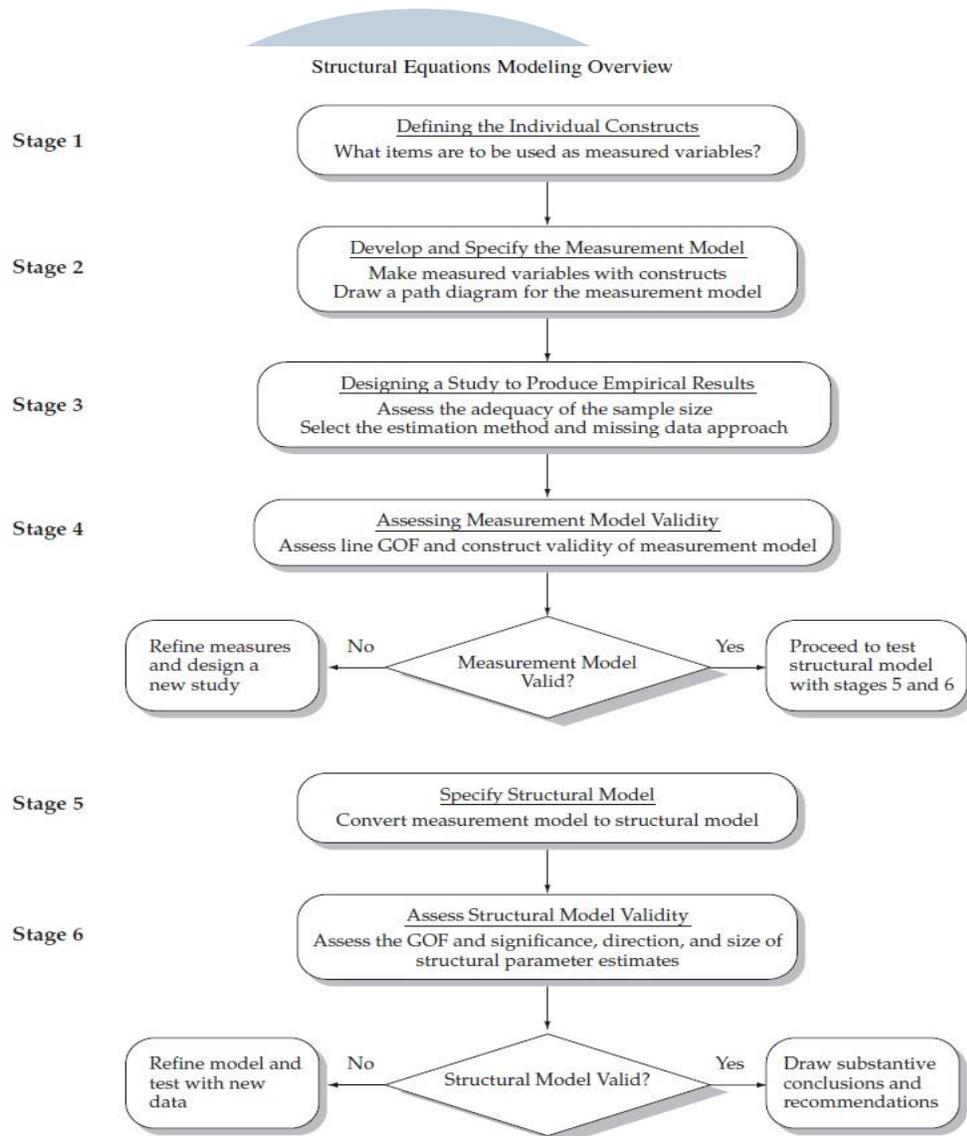
3.8.3 Uji Reliabilitas

Menurut Ghozali (2016) uji reliabilitas adalah alat untuk mengukur suatu kuesioner yang merupakan indikator dari variabel atau konstruk. Suatu kuesioner dikatakan reliabel atau handal jika jawaban seseorang terhadap pernyataan adalah konsisten atau stabil dari waktu ke waktu. Suatu konstruk atau variabel dikatakan reliabel jika memberikan nilai *Cronbach Alpha* > 0.70 (Ghozali, 2016).

3.9 Metode Analisis Data Dengan SEM

Menurut Hair et al., (2010) *Structural Equation Model* (SEM) merupakan sebuah teknik multivariate yang menggabungkan antara aspek analisis faktor dan regresi berganda yang memungkinkan peneliti secara bersamaan memeriksa serangkaian hubungan ketergantungan saling terkait antara variabel yang diukur dan konstruk laten (variables) serta antara beberapa konstruk laten.





Sumber : Hair et al., 2010.

Gambar 3. 5 Enam Tahap Proses untuk SEM

Berdasarkan gambar diatas, enam tahapan dalam teknik analisis SEM tersebut, antara lain sebagai berikut:

1. Mendefinisikan konstruk atau indikator untuk mengukurnya.

2. Membuat diagram model pengukuran.
3. Menilai ukuran *sample size*, memilih metode estimasi, dan pendekatan untuk menangani data yang hilang.
4. Mengukur validitas atau kecocokan dari model pengukuran. Jika model pengukuran dinyatakan valid, maka akan dilanjutkan ke tahap lima dan enam.
5. Mengubah model pengukuran menjadi model struktural.
6. Menilai validitas atau kecocokan model pengukuran. Jika model pengukuran memiliki tingkat kecocokan yang baik, maka selanjutnya dapat dilakukan penelitian.

3.9.1 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 memiliki nilai validitas yang baik terhadap *construct* atau variabel latennya jika muatan faktor standar, yaitu standard *loading factor* $\geq 0,5$. (Hair et al., 2010)

2. Evaluasi terhadap reabilitas dari model pengukuran

Reliabilitas merupakan sebuah konsistensi dari alat ukur. Reliabilitas yang tinggi menunjukkan bahwa indikatornya memiliki konsistensi yang tinggi

dalam mengukur konstruk latennya. Menurut Hair, *et al.*, (2010) suatu variabel dapat dikatakan memiliki reliabilitas baik jika nilai *construct reliability* (CR) ≥ 0.70 dan nilai *variance extracted* AVE ≥ 0.50 . Menurut Hair *et al.*, (2010) ukuran tersebut dapat dihitung dengan rumus sebagai berikut:

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

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

3.9.2 Kecocokan Model Keseluruhan

Hair *et al.*, (2010) mengelompokkan *Goodness of Fit Indices* (GOFI) atau ukuran-ukuran GOF menjadi tiga bagian, diantaranya :

1. *Absolute Fit Indices*

Ukuran langsung dari seberapa baik model ditentukan oleh peneliti mereproduksi data yang diamati. Dengan demikian, mereka memberikan penilaian paling dasar tentang seberapa baik teori peneliti sesuai dengan data sampel.

2. *Incremental Fit Indices*

Incremental Fit Indices jelas berbeda dengan *absolute fit indices* karena *incremental fit indices* menilai seberapa baik model penelitian yang sesuai dengan beberapa model *baseline alternatif*. *Baseline model* yang paling

umum adalah *null model*, yang mengasumsikan semua variabel diamati tidak berkorelasi.

3. *Parsimony Fit Indices*

Model ini adalah model yang ditingkatkan dengan baik oleh model yang lebih cocok atau dengan model yang lebih sederhana. *Parsimony ratio* adalah dasar untuk ukuran – ukuran ini dan dihitung sebagai rasio *degree of freedom* yang digunakan oleh suatu model terhadap total *degree of freedom* yang digunakan oleh suatu model terhadap total *degree of freedom* yang tersedia.

Hair et al., (2010), mengatakan bahwa uji struktural model dapat dilakukan dengan mengukur *Goodness of Fit Model* yang memberikan kecocokan nilai sebagai berikut :

1. Nilai χ dengan DF.
2. Satu kriteria *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).

Untuk mengetahui uji kecocokan dan pemeriksaan kecocokan secara rinci, berikut terdapat ringkasan yang dapat dilihat pada Tabel 3.2 berikut ini.

UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA

Tabel 3. 2 Characteristic Of Different Fit Indices Demonstrating Goodness-of-Fit Across Different Model Situation

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	$0 \leq PNFI \leq 1$, 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

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:

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.)

One badness-of-fit index (RMSEA, SRMR, etc.)

3.9.3 Uji Hipotesis

Menurut Hair et al., (2010), model fit tidak saja cukup untuk mendukung teori *structural* yang diajukan. Peneliti memeriksa estimasi parameter individu yang mewakili setiap hipotesis tertentu. Model teoritis dianggap valid bila:

1. Memiliki nilai standart koefisien ≥ 0 berarti memiliki hubungan yang positif dan < 0 memiliki hubungan yang negatif.
2. Memiliki nilai $p\text{-value} \leq 0.05$. Jika $p\text{-value} \leq 0.05$ maka hipotesis didukung oleh data, yang artinya terdapat pengaruh signifikan karena tingkat eror yang dimiliki masih di bawah 0.05, sedangkan jika ≥ 0.05 maka hipotesis dinyatakan tidak memiliki pengaruh signifikan kerana memiliki eror yang besar sehingga data tidak mendukung hipotesis yang telah dibuat.

Uji hipotesis adalah sarana pengujian atas penyertaan – penyertaan yang belum terbukti kebenarannya atau persoalan yang menjadi inti dari penelitian (Malhotra, 2012). Uji hipotesis dalam penelitian ini diukur dengan menggunakan $p\text{-value}$ dan *standardized regression coefficient*. $P\text{-value}$ merupakan nilai probabilitas atau tingkat signifikansi untuk menguji hipotesis, Sedangkan *standardized regression coefficient* merupakan koefisien yang diperkirakan dapat menunjukkan hubungan yang kuat antar variabel yang diuji dengan skala yang terstandar, dengan nilai berkisar (-1) sampai dengan 1, di mana nilai yang lebih tinggi menunjukkan hubungan yang lebih kuat antara variabel yang diuji (Zikmund et al., 2013).

3.10 Tabel Operasionalisasi Variabel Penelitian

Tabel 3. 3 Operasionalisasi Variabel

No	Variable Penelitian	Definisi Operasional	Indikator	Skala Pengukuran	Sumber Referensi
1	<i>Salary</i>	<i>Salary</i> merupakan salah satu alasan yang memicu kepuasan karyawan, di mana dengan mendapat gaji yang lebih tinggi akan meyakinkan orang untuk tetap dengan majikan mereka saat ini (Selden, Schimmoeller, Thompson, 2013).	<p>(1) Saya merasa puas karena gaji yang saya terima seimbang dengan pekerjaan saya.</p> <p>(2) Saya merasa gaji yang saya terima sebanding dengan posisi serupa di perusahaan saya.</p> <p>(3) Saya merasa gaji yang saya terima sebanding dengan posisi yang sama di perusahaan serupa.</p>	<i>Likert</i> 1-5	Weiss,D.J.,Dawes,R.V. ,England,G.W.and Lofquist,H. (1967) dalam Mahmood et al., (2018)

No	Variable Penelitian	Definisi Operasional	Indikator	Skala Pengukuran	Sumber Referensi
2	<i>Job Enrichment</i>	<p><i>Job enrichment</i> merupakan bentuk strategis dalam upaya mendorong karyawan dan praktisi untuk memperkaya pekerjaan sehingga menarik bagi minat karyawan dan juga melimpahkan rasa tanggung jawab (Ezenduka, Nwaneri, Ndie, Ude, 2016)</p>	<p>(1) Pekerjaan saya mengharuskan saya melakukan banyak hal di tempat kerja dengan menggunakan keterampilan saya.</p> <p>(2) Saya dapat membuat keputusan untuk pekerjaan yang saya lakukan.</p> <p>(3) Saya dapat mengelola pekerjaan sesuai keinginan saya.</p>	<i>Likert 1-5</i>	Hackman, J.R. and Oldham, G.R. (1974, 1975) dalam Mahmood et al., (2018)

No	Variable Penelitian	Definisi Operasional	Indikator	Skala Pengukuran	Sumber Referensi
3	<i>Job Satisfaction</i>	<i>Job satisfaction</i> adalah perasaan karyawan terhadap pekerjaannya sebagai hasil evaluasi karyawan terhadap karakteristik pekerjaan (Hedge dan Borman, 2012, Hanaysha et al., 2015)	<p>(1) Saya menyukai pekerjaan yang saya lakukan di perusahaan ini.</p> <p>(2) Saya puas dengan penghasilan dari pekerjaan saya saat ini.</p> <p>(3) Saya senang bekerja di perusahaan ini.</p> <p>(4) Secara keseluruhan, saya merasa puas dengan pekerjaan saya saat ini.</p>	<i>Likert 1-5</i>	Hanaysha, Jalal dan Tahir, Putri Rozita (2015)

N U S A N T A R A

No	Variable Penelitian	Definisi Operasional	Indikator	Skala Pengukuran	Sumber Referensi
4	<i>Employee Commitment</i>	<i>Employee commitment</i> adalah sikap psikologis karyawan yang memungkinkan karyawan untuk mengidentifikasi tujuan dan nilai-nilai organisasinya (Peng et al., 2016). Akibatnya, karyawan sering termotivasi untuk mengejar minat yang selaras dan tetap loyal kepada organisasi (Meyer dan Allen, 1991, Mahmood et al., 2018).	<p>(1) Saya bersedia melakukan banyak upaya di luar yang biasanya diharapkan untuk membantu perusahaan ini menjadi sukses.</p> <p>(2) Saya akan merekomendasikan perusahaan ini sebagai tempat yang baik untuk bekerja.</p> <p>(3) Saya akan menerima hampir semua jenis penugasan agar dapat tetap bekerja dalam perusahaan ini.</p> <p>(4) Saya menemukan nilai - nilai yang saya miliki sangat mirip dengan nilai dalam perusahaan ini.</p> <p>(5) Saya merasa orang - orang dalam perusahaan ini dapat menginspirasi saya dalam bekerja.</p>	<i>Likert 1-5</i>	Mowday,R.T.,Steers,R. M.dan Porter,L.W.(1979) dalam Mahmood et al., (2018)