



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

3.1.1 Profil dan Sejarah Singkat Perusahaan

PT XYZ merupakan perusahaan yang berada di bawah naungan salah satu perusahaan di industri properti terbesar di Indonesia. Perusahaan yang bergerak di bidang pelayanan atau lebih dikenal dengan *hospitality* ini pertama kali diresmikan pada tahun 2014. Berbagai layanan dan fasilitas yang ditawarkan oleh PT XYZ sangat beragam, dimulai dari fasilitas olahraga, restoran, *café* sampai dengan ruangan berkapasitas besar untuk acara-acara tertentu.

PT XYZ pertama kali didirikan pada tanggal 31 Mei 2014 dengan harapan dapat menyusul keberhasilan perusahaan yang bergerak di bidang yang sama, di bawah naungan perusahaan yang sama, yang terletak di kawasan Kelapa Gading, Jakarta Utara yang sudah beroperasi lama sejak tahun 1984. Dengan sama-sama menyediakan fasilitas dan pelayanan yang sejenis, kedua perusahaan ini saling mendukung satu sama lain dalam hal memenuhi kebutuhan pelanggan dan meningkatkan kemajuan perusahaan.

Demi memanjakan para anggotanya dengan kelengkapan fasilitas hiburan dan olahraga yang tersedia, PT XYZ menawarkan 5 pilihan *membership program* yang terdiri dari *Gold/Gold+*, *Gold Corporate*, *Gold Community*, *Platinum/Platinum+* dan *Platinum Corporate*. Masing – masing *membership program* mempunyai *benefit*

yang berbeda – beda. Selain *membership program*, PT XYZ juga menawarkan berbagai promo menarik di setiap periode.

3.1.2 Visi dan Misi Perusahaan

Visi dari PT XYZ berbunyi “Menjadi *Crown Jewel* di antara klub olahraga, restoran, dan *ballroom* di Indonesia yang secara berkelanjutan memberikan kepuasan kepada tamu, pelanggan, anggota, dan karyawan dengan membangun gaya hidup sehat, melalui layanan pribadi serta produk makanan dan minuman yang berkualitas.

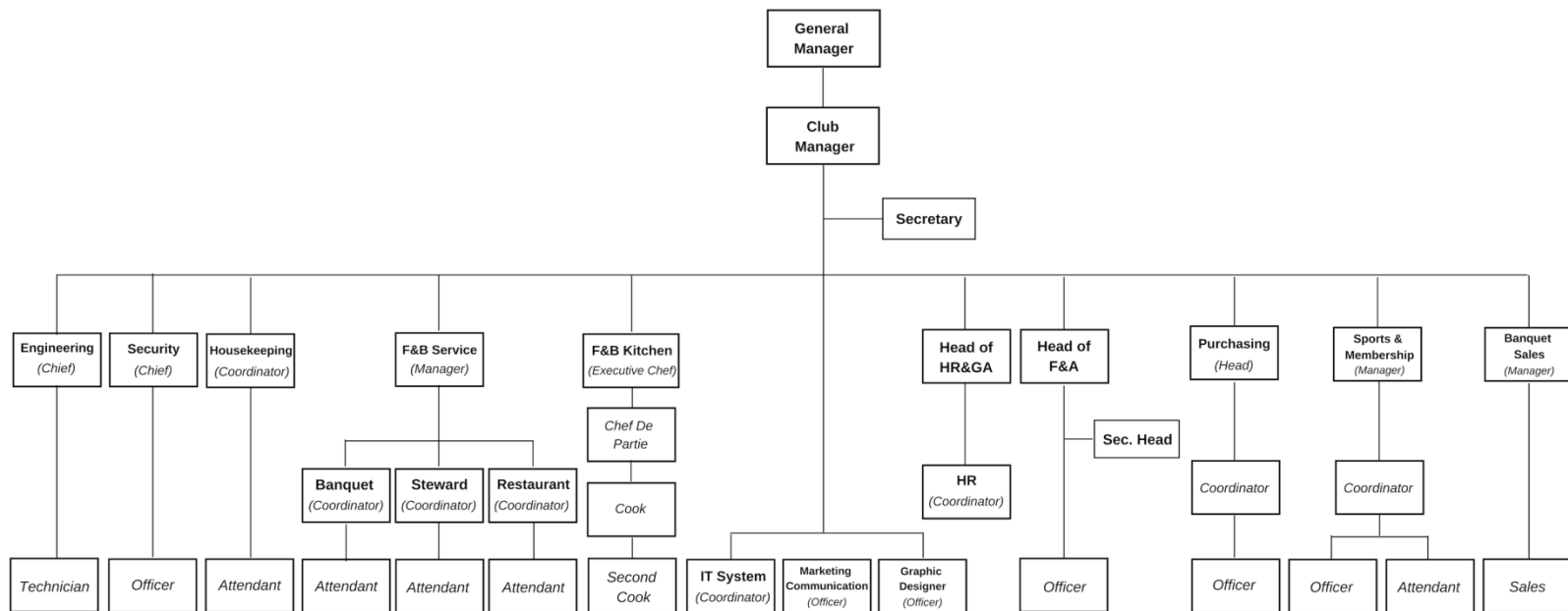
Misi dari PT XYZ adalah:

1. Menciptakan budaya berolahraga dan meningkatkan motivasi serta semangat olahraga untuk keluarga.
2. Membangun hubungan yang baik secara emosional kepada semua pengunjung dan sesama karyawan.
3. Menyediakan produk makanan dan minuman berkualitas tinggi dengan standar internasional yang mengedepankan *hygiene* dan kesehatan.
4. Menciptakan *unique selling point*, dari fasilitas olahraga, produk makanan/minuman, dan pelayanan serta sistem yang selalu membuat klub menjadi pilihan para pengunjung.

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 Struktur Organisasi Perusahaan

STRUKTUR ORGANISASI PT XYZ



Sumber: Data Perusahaan (2018)

Gambar 3.1 Struktur Organisasi Perusahaan



3.2 Desain Penelitian

3.2.1 Research Data

Research data adalah fakta – fakta yang di digunakan oleh peneliti dari lingkungan studi. Data bersifat abstrak, dapat diverifikasi, sukar dipahami, dan paling dekat dengan fenomena. Data dapat juga disimpulkan sebagai fakta atau kebenaran yang paling mendekati fenomena. Terdapat dua jenis *research data*, yaitu *primary data* dan *secondary data* (Cooper & Schindler, 2014).

Primary data adalah data yang dikumpulkan secara spesifik untuk penelitian yang sedang dilakukan. Umumnya, peneliti mendapatkan *primary data* dengan melakukan wawancara atau kuesioner melalui *e-mail*, telepon, *online*, atau *face-to-face*. Sedangkan *secondary data* adalah data yang sudah ditemukan dan dikumpulkan sebelumnya untuk tujuan penelitian tertentu. *Secondary data* bersifat historis dan sudah diatur sedemikian rupa dan tidak memerlukan responden (Zikmund, Babin, Carr, & Griffin, 2009)

Dalam penelitian ini, peneliti menggunakan kedua jenis data tersebut, yakni *secondary data* dan *primary data*. *Secondary data* berupa jurnal ilmiah, artikel, buku, dan skripsi terdahulu. Sedangkan untuk *primary data* berupa hasil dari *in depth interview* dan survei yang dilakukan dengan menyebarkan kuesioner ke responden di dalam objek penelitian.

3.2.2 Metode Penelitian

Business research dapat dikategorikan berdasarkan situasi, teknik, dan tujuannya. Untuk mendapatkan hasil penelitian yang tepat, peneliti harus menggunakan jenis penelitian yang sesuai dengan situasi dan tujuan penelitiannya. Berikut adalah tiga jenis penelitian yang digunakan dalam *business research*, yaitu *exploratory research*, *descriptive research*, dan *causal research* (Zikmund *et al.*, 2009).

1. *Exploratory research*

Jenis penelitian yang digunakan untuk mengklarifikasi situasi yang ambigu dan ketidakpastian atau menemukan peluang adanya ide baru dalam bisnis. Jenis penelitian ini tidak dapat digunakan untuk mencari bukti atas terjadinya suatu peristiwa, melainkan biasanya digunakan untuk melakukan penelitian terhadap *new product development*.

2. *Descriptive research*

Jenis penelitian yang digunakan untuk mendeskripsikan suatu objek, individu/grup, maupun organisasi. Jenis penelitian ini digunakan untuk mendapatkan jawaban atas pertanyaan *who*, *what*, *when*, *where*, dan *how*.

Descriptive research biasanya digunakan dalam menentukan *market segments*.

3. *Causal research*

Jenis penelitian yang digunakan untuk mengidentifikasi sebab-akibat. Sebuah peristiwa dapat terjadi karena adanya penyebab. Sebelum

melakukan *causal research*, peneliti umumnya sudah paham dengan fenomena yang sedang dipelajari atau sedang terjadi.

Jenis penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah *descriptive research*. Peneliti menggunakan *descriptive research* karena dalam penelitian ini, peneliti mendeskripsikan suatu objek, individu/grup, maupun organisasi, serta untuk mendapatkan jawaban atas pertanyaan *who, what, when, where*, dan *how* dari variabel yang diteliti.

3.3 Ruang Lingkup Penelitian

3.3.1 Target Populasi

Individu, kejadian, ataupun informasi yang dibutuhkan oleh peneliti untuk dapat menjawab pertanyaan penelitian adalah target populasi (Cooper & Schindler, 2014). Peneliti harus secara cermat menentukan target populasi yang tepat agar data yang diinginkan sesuai dengan tujuan penelitian (Zikmund *et al.*, 2009). Target populasi dari penelitian ini adalah karyawan tetap PT XYZ yang sudah bekerja selama minimal satu tahun dari semua departemen.

3.3.2 *Sampling Techniques*

Teknik sampling terbagi dua, yaitu *probability sampling* dan *nonprobability sampling*. *Probability sampling* adalah sebuah teknik sampling di mana semua individu di dalam populasi mempunyai peluang untuk terpilih menjadi sampel

(Zikmund *et al.*, 2009). *Probability sampling* terbagi lagi menjadi empat teknik sampling, yaitu:

1. *Systematic sampling*

Prosedur sampling yang dimulai secara acak, untuk selanjutnya setiap nomor ke-n akan dipilih menjadi sampel. Misalnya dari 200.000 populasi akan diambil sebanyak 1.000 sampel, pertama peneliti boleh memilih secara acak kemudian setiap nomor ke-200 individu tersebut akan terpilih menjadi responden.

2. *Stratified sampling*

Dalam prosedur ini, populasi dibagi menjadi subgrup atau strata, di mana pembagian berdasarkan pada karakteristik dan informasi yang didapatkan. Setelah subgrup atau strata dibentuk, peneliti tinggal memilih sampel dari masing – masing subgrup atau strata yang sudah dibentuk.

3. *Cluster sampling*

Prosedur sampling yang mengutamakan efisiensi dan bersifat ekonomis. Prosedur ini biasanya digunakan karena adanya keterbatasan biaya, waktu, dan geografis. *Area sample* adalah jenis pemilihan sampel yang paling banyak digunakan, di mana peneliti hanya menetapkan wilayah – wilayah tertentu saja yang nantinya dari wilayah – wilayah tersebut akan diambil sampelnya.

4. *Double sampling*

Teknik sampling yang dilakukan dengan menggabungkan dua jenis teknik sampling. Pada umumnya teknik ini menggabungkan antara *stratified sampling* dan *cluster sampling*.

Nonprobability sampling adalah sebuah teknik sampling di mana peluang terpilihnya seorang individu untuk menjadi sampel tidak dapat diketahui atau dalam kata lain tidak semua individu di dalam populasi dapat terpilih menjadi sampel (Zikmund *et al.*, 2009). *Nonprobability sampling* juga terbagi lagi menjadi empat teknik sampling, yaitu:

1. *Covenience sampling*

Prosedur sampling ini dilakukan dengan mencari orang atau objek yang paling mudah didapat. Peneliti biasanya menggunakan metode ini untuk mendapatkan jumlah responden dengan jumlah yang banyak secara ekonomis.

2. *Judgemental sampling*

Teknik sampling *nonprobability* ini melibatkan individu yang berpengalaman untuk memilih sampel berdasarkan pertimbangan mereka dan karakteristik yang tepat untuk sampel tersebut. Peneliti biasanya memilih sampel yang paling memuaskan dan sesuai dengan tujuan penelitian.

3. *Quota sampling*

Quota sampling digunakan untuk memastikan bahwa subgrup di dalam sebuah populasi sudah mewakili karakteristik dan ketentuan yang diinginkan oleh peneliti. Misalnya seorang *interviewer* diharuskan untuk mewawancarai 10 orang pemilik restoran, diantaranya 5 restoran lokal, 3 restoran Amerika, dan 2 restoran Jepang. Berdasarkan kasus ini, *interviewer* bertanggung jawab dalam memenuhi jumlah responden yang akan diwawancarai.

4. *Snowball sampling*

Teknik sampling ini biasanya digunakan untuk mencari responden dari sebuah populasi yang terbilang jarang atau sedikit. Teknik ini diawali dengan melakukan *probability sampling* untuk mendapatkan responden, kemudian berdasarkan informasi yang didapatkan dari responden tersebut, peneliti harus menemukan responden tambahan agar dapat merujuk kepada populasi yang diinginkan.

Dari kedua jenis teknik sampling yang sudah dijelaskan di atas, peneliti dalam penelitian ini menggunakan teknik *nonprobability sampling*, di mana *nonprobability sampling* adalah sebuah teknik sampling di mana peluang terpilihnya seorang individu untuk menjadi sampel tidak dapat diketahui atau dalam kata lain tidak semua individu di dalam populasi dapat terpilih menjadi sampel. Dari empat jenis teknik *nonprobability sampling*, peneliti menggunakan teknik sampling *judgemental*

sampling. Teknik *judgemental sampling* digunakan karena peneliti melibatkan individu yang berpengalaman untuk memilih sampel berdasarkan pertimbangan mereka dan karakteristik yang tepat untuk sampel tersebut.

3.3.3 Sampling Size

Cooper & Schindler (2014) menyatakan bahwa dalam sebuah populasi akan diambil sampel yang cocok. Peneliti harus menentukan bagaimana dan berapa banyak orang yang akan dijadikan responden penelitian. Berdasarkan teori yang tertulis di dalam buku *Multivariate Data Analysis*, untuk menentukan jumlah minimal sampel adalah dengan mengalikan jumlah pertanyaan dengan 5 observasi. Dalam penelitian ini, jumlah pertanyaan adalah sebanyak 18 pertanyaan untuk mengukur 5 variabel, sehingga jumlah minimal responden yang dibutuhkan adalah $18 \times 5 = 90$ responden (Hair, Black, Babin, & Anderson, 2010).

3.4 Teknik Pengumpulan Data

3.4.1 Sumber dan Cara Pengumpulan Data

1. Primary data

Data yang didapatkan adalah hasil dari *in depth interview* yang dilakukan terhadap delapan orang karyawan, serta hasil survei kuesioner yang disebarkan ke seluruh karyawan di objek penelitian. Hal ini dilakukan untuk mendapatkan data yang valid dan terpercaya.

2. *Secondary data*

Untuk *secondary data*, peneliti mengumpulkan informasi melalui buku, artikel dan jurnal berbasis *online*, seperti PortalHR, SWA, *HumanResourcesToday*, *Emerald Insight*, *Science Direct*, dll.

3.4.2 Metode Pengumpulan Data

Menurut Zikmund *et al.* (2009), terdapat dua jenis metode dalam mengumpulkan data, yaitu:

1. *Observation research*

Proses sistematis dalam merekam dan mengamati pola perilaku orang, objek, ataupun kejadian yang terjadi.

2. *Survey research*

Mengumpulkan data dengan cara menanyakan langsung kepada responden baik secara lisan maupun tulisan.

Peneliti dalam penelitian ini menggunakan metode *survey research*, yaitu dengan melakukan *in depth interview* kepada delapan orang karyawan di objek penelitian serta menyebarkan kuesioner untuk mendapatkan data yang dibutuhkan.

3.5 Periode Penelitian

Pengumpulan data kuesioner dalam penelitian ini terbagi menjadi dua tahap, yaitu *pre-test* dan *main-test*. *Pre-test* dilakukan pada tanggal 20 – 27 Maret 2019

dengan jumlah responden sebanyak 30 orang. Sedangkan *main-test* dilakukan dari tanggal 9 – 26 April 2019 dengan jumlah responden sebanyak 116 orang dan yang memenuhi target populasi sebanyak 107 orang.

3.6 Skala Pengukuran

Peneliti menggunakan *Likert* sebagai skala pengukuran dalam penelitian ini. Berikut adalah penjabaran dari skala *Likert* yang digunakan:

Tabel 3.1 Skala Pengukuran *Likert*

Kategori	Skala
Sangat Tidak Setuju	1
Tidak Setuju	2
Kurang Setuju	3
Netral	4
Cukup Setuju	5
Setuju	6
Sangat Setuju	7

Sumber: Hasil Pengolahan Data Primer (2019)

3.7 Definisi Operasional Variabel

Menurut Zikmund *et al.* (2009), variabel adalah segala sesuatu yang memiliki variasi atau perubahan dari satu contoh ke contoh yang lainnya yang dapat menunjukkan perbedaan dalam nilai. Terdapat dua jenis variabel dalam penelitian ini, yaitu variabel bebas (*independent variable*) dan variabel terikat (*dependent variable*).

3.7.1 Variabel Bebas (*Independent Variable*)

Variabel bebas adalah variabel yang dapat mempengaruhi variabel terikat atau sebab yang menimbulkan variabel terikat. Variabel bebas dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. *Perceived Sustainable Organizational Support (PSOS)*

App & Büttgen (2016) mendefinisikan *perceived sustainable organizational support (PSOS)* sebagai sejauh mana karyawan memiliki kepercayaan terhadap perusahaannya dalam menghargai dan mempertahankan keseimbangan hidup mereka.

Variabel ini diukur menggunakan skala *Likert* 1 sampai 7. Skala 1 menunjukkan ketidaksetujuan karyawan terhadap dukungan yang dirasakan dari perusahaan, sedangkan skala 7 menunjukkan setujuannya karyawan terhadap dukungan yang dirasakan dari perusahaan.

2. *Perceived Sustainable Supervisor Support (PSSS)*

Perceived sustainable supervisor support (PSSS) adalah persepsi karyawan terhadap atasannya dalam memelihara kapabilitas kinerja karyawannya (App & Büttgen, 2016).

Variabel ini diukur menggunakan skala *Likert* 1 sampai 7. Skala 1 menunjukkan ketidaksetujuan karyawan terhadap dukungan yang dirasakan dari *supervisor*, sedangkan skala 7 menunjukkan setujuannya karyawan terhadap dukungan yang dirasakan dari *supervisor*.

3. *Brand Distinctiveness*

Menurut Ashford & Mael (1989); Backhaus & Tikoo (2004) dalam App & Büttgen (2016), *brand distinctiveness* dalam konteks *HR* dapat didefinisikan sebagai upaya perusahaan dalam menawarkan *unique employment* atau pekerjaan yang berbeda dari perusahaan lainnya.

Variabel ini diukur menggunakan skala *Likert* 1 sampai 7. Skala 1 menunjukkan ketidaksetujuan karyawan terhadap keunikan yang dimiliki oleh perusahaan, sedangkan skala 7 menunjukkan setujunya karyawan terhadap keunikan yang dimiliki oleh perusahaan.

4. *Brand Trust*

Brand trust mengacu kepada sejauh mana karyawan memiliki kepercayaan terhadap perusahaannya dalam memenuhi apa yang dijanjikan (Delgado-Ballester *et al.*, 2003 dalam App & Büttgen 2016).

Variabel ini diukur menggunakan skala *Likert* 1 sampai 7. Skala 1 menunjukkan ketidaksetujuan karyawan terhadap kepercayaan yang dimiliki terhadap perusahaan, sedangkan skala 7 menunjukkan setujunya karyawan terhadap kepercayaan yang dimiliki terhadap perusahaan.

3.7.2 Variabel Terikat (*Dependent Variable*)

Variabel terikat adalah variabel yang dipengaruhi oleh variabel bebas. Variabel bebas dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. *Brand Commitment*

Menurut Backhaus and Tikoo (2004) dalam App & Büttgen (2016), *brand commitment* adalah keterikatan karyawan terhadap perusahaannya sebagaimana perusahaan yang mempekerjakan karyawannya sesuai dengan *branding* yang dilakukan oleh perusahaan tersebut.

Variabel ini diukur menggunakan skala *Likert* 1 sampai 7. Skala 1 menunjukkan ketidaksetujuan karyawan terhadap komitmen yang dimiliki terhadap perusahaan, sedangkan skala 7 menunjukkan setujuannya karyawan terhadap komitmen yang dimiliki terhadap perusahaan.

3.8 Teknik Analisis Data

3.8.1 Uji Instrumen

Pada penelitian dibidang ilmu sosial seperti manajemen, psikologi, dan sosiologi, pada umumnya variabel-variabel penelitiannya dirumuskan sebagai variabel laten. Variabel laten adalah variabel yang tidak dapat diukur secara langsung, tetapi dibentuk melalui dimensi-dimensi atau indikator-indikator yang diamati. Untuk mengukur kelayakan kuesioner dalam penelitian ini, peneliti menggunakan uji instrumen yang terbagi atas dua, yaitu uji validitas dan uji reliabilitas (Ghozali, 2016).

Pada penelitian ini, peneliti melakukan uji instrumen untuk *pre-test* dan *main-test* dengan menggunakan *software* IBM SPSS (*Statistical Package for the Social*

Sciences) versi ke-23, yaitu *software* yang berfungsi untuk menganalisis data dan melakukan perhitungan statistik (parametrik/non parametrik).

3.8.2 Uji Validitas

Menurut Ghazali (2016), uji validitas dilakukan untuk mengukur valid atau tidaknya suatu indikator. Suatu indikator dikatakan valid jika ada pertanyaan pada kuesioner yang mampu mengungkapkan sesuatu yang akan diukur. Metode yang digunakan untuk menguji valid atau tidaknya suatu kuesioner dalam penelitian adalah *Confirmatory Factor Analysis (CFA)*. Alat uji yang digunakan untuk mengukur tingkat interkorelasi antar variabel dan dapat tidaknya dilakukan analisis faktor adalah sebagai berikut:

1. *Kaiser-Meyer Olkin Measure of Sampling Adequacy (KMO MSA)*

Nilai *KMO* yang dikehendaki harus ≥ 0.5 (Ghozali, 2016).

2. *MSA*

Nilai *MSA* yang dikehendaki harus ≥ 0.5 . *Measurement* yang berada di bawah 0.5 harus dihilangkan dan tidak diikutsertakan dalam penelitian (Hair *et al.*, 2010).

3. *Significant*

Nilai *significant* yang dikehendaki harus < 0.05 yang menunjukkan adanya korelasi antar variabel (Hair *et al.*, 2010).

4. *Component matrix*

Nilai *component matrix* yang dikehendaki harus ≥ 0.5 (Hair *et al.*, 2010).

3.8.3 Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas dilakukan untuk mengukur suatu kuesioner yang merupakan indikator dari variabel atau konstruk. Suatu kuesioner dapat dikatakan reliabel jika jawaban responden terhadap kuesioner tersebut konsisten atau stabil dari waktu ke waktu. Untuk mengukur reliabilitas suatu *measurement* dalam kuesioner, peneliti dalam penelitian ini menggunakan uji statistik *Cronbach's Alpha* dengan nilai yang dikehendaki harus ≥ 0.7 (Ghozali, 2016).

3.9 Uji Asumsi Klasik

3.9.1 Uji Multikolonieritas

Uji multikolonieritas dilakukan untuk menguji ditemukan atau tidaknya korelasi antar variabel bebas (*independent*) dalam model regresi. Model regresi dikategorikan baik jika tidak ditemukannya multikolonieritas antar variabel bebas (*independent*). Jika variabel bebas (*independent*) saling berkorelasi, maka variabel ini tidak ortogonal (variabel bebas sama dengan nol). Tolak ukur multikolonieritas dapat dilihat dari nilai *Tolerance* dan *Variance Inflation Factor (VIF)*. Nilai yang digunakan untuk menunjukkan tidak adanya multikolonieritas adalah nilai *Tolerance* ≤ 0.1 atau sama dengan nilai *VIF* ≥ 10 . Dengan kata lain, jika nilai *Tolerance* lebih ≥ 0.1 dan nilai *VIF* ≤ 10 , maka dapat disimpulkan bahwa tidak terjadi multikolonieritas (Ghozali, 2016).

3.9.2 Uji Heteroskedastisitas

Salah satu metode yang dapat digunakan untuk melihat ada atau tidaknya heteroskedastisitas adalah dengan melakukan uji glejser, yaitu meregres nilai absolut residual terhadap variabel bebas (*independent*). Jika variabel bebas (*independent*) signifikan secara statistik memengaruhi variabel terikat (*dependent*), maka ada indikasi terjadi heteroskedastisitas dan begitu juga sebaliknya. Tolak ukur untuk menyimpulkan tidak terjadi heteroskedastisitas adalah nilai signifikansi yang harus di atas 5% (Ghozali, 2016).

3.9.3 Uji Normalitas

Uji normalitas dilakukan untuk menguji apakah variabel pengganggu atau residual memiliki distribusi normal dalam model regresi. Normalitas dapat dilihat melalui histogram dari residualnya. Jika data menyebar disekitar garis diagonal dan mengikuti arah garis diagonal atau grafik histogramnya menunjukkan pola distribusi normal, maka di dalam model regresi ditemukan adanya normalitas. Sedangkan, jika data menyebar jauh dari garis diagonal dan/atau tidak mengikuti arah garis diagonal atau grafik histogramnya tidak menunjukkan pola distribusi normal, maka di dalam model regresi tidak ditemukan adanya normalitas (Ghozali, 2016).

UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA

3.10 Uji Model

3.10.1 Uji Koefisien Determinasi (R^2)

Uji koefisien determinasi (R^2) dilakukan untuk mengukur seberapa jauh kemampuan model dalam menerangkan variasi variabel terikat (*dependent*). Nilai koefisien determinasi adalah antara nol dan satu. Nilai R^2 yang kecil menunjukkan terbatasnya kemampuan variabel bebas (*independent*) dalam menjelaskan variasi variabel terikat (*dependent*). Sedangkan nilai R^2 yang mendekati satu menunjukkan bahwa variabel bebas (*independent*) memberikan hampir semua informasi yang dibutuhkan untuk memprediksi variasi variabel terikat (*dependent*). Dengan kata lain, semakin kecil nilai R^2 , maka pengaruh variabel terikat (*dependent*) semakin lemah dan sebaliknya jika nilai R^2 semakin mendekati satu, maka pengaruh variabel terikat (*dependent*) semakin kuat (Ghozali, 2016).

3.11 Uji Hipotesis

3.11.1 Uji Signifikan Parameter Individual (Uji Statistik t)

Uji signifikan parameter individual atau yang disebut dengan uji statistik t, pada dasarnya dilakukan untuk menunjukkan seberapa jauh satu variabel penjelas atau bebas (*independent*) secara individual dalam menerangkan variasi variabel terikat (*dependent*). Jika jumlah *degree of freedom* (*df*) adalah 20 atau lebih, maka derajat kepercayaan adalah sebesar 5%. Hipotesis nol (H_0) yang hendak diuji suatu parameter (b_i) sama dengan nol, atau:

1. $H_0 : b_i = 0$

Variabel bebas (*independent*) bukan merupakan penjelas yang signifikan terhadap variabel terikat (*dependent*). Hipotesis alternatif (HA) parameter suatu variabel tidak sama dengan nol.

2. $H_A : b_i \neq 0$

Variabel tersebut merupakan penjelas yang signifikan terhadap variabel terikat (*dependent*).

Selain itu, salah satu metode yang dapat digunakan untuk menguji statistik t adalah dengan membandingkan nilai t_{hitung} dengan t_{tabel} . Jika nilai $t_{hitung} > t_{tabel}$, maka hipotesis alternatif (HA) dapat diterima (H_0 ditolak dan H_1 diterima) begitu juga sebaliknya (Ghozali, 2016).

3.11.2 Analisis Regresi Linear Berganda (*Multiple Linear Regression*)

Menurut Ghozali (2016), analisis regresi linear berganda bertujuan untuk mengetahui seberapa besar pengaruh satu atau lebih variabel bebas (*independent*) terhadap satu variabel terikat (*dependent*). Persamaan regresi linear berganda yang digunakan dalam penelitian ini adalah:

$$Y = a + b_1X_1 + b_2X_2 + \dots + b_nX_n + e$$

Keterangan:

Y = variabel terikat (*dependent*)

a = konstanta

b = koefisien garis regresi

X = variabel bebas (*independent*)

e = *error*

Dalam penelitian ini, peneliti menggunakan analisis regresi linear berganda yang didasarkan pada model penelitian yang mengandung lebih dari satu variabel bebas (*independent*) dan satu variabel terikat (*dependent*). Oleh karena itu, persamaan regresi linear berganda yang digunakan dalam penelitian ini adalah:

$$Y = a + b_1X_1 + b_2X_2 + b_3X_3 + b_4X_4 + e$$

Keterangan:

Y = *brand commitment*

a = konstanta

b = koefisien garis regresi

X₁ = *perceived sustainable organizational support (PSOS)*

X₂ = *perceived sustainable supervisor support (PSSS)*

X₃ = *brand distinctiveness*

X₄ = *brand trust*

e = *error*

3.12 Tabel Operasionalisasi Variabel

Tabel 3.2 Operasionalisasi Variabel

No.	Variabel Penelitian	Definisi Variabel	Indikator	Skala Pengukuran	Sumber
1	<i>Perceived Sustainable Organizational Support (PSOS)</i>	<i>Perceived sustainable organizational support (PSOS)</i> adalah sejauh mana karyawan memiliki kepercayaan terhadap perusahaannya dalam menghargai dan mempertahankan keseimbangan hidup mereka (App & Büttgen, 2016)	Perusahaan saya mengharapkan hubungan kerja jangka panjang dengan karyawannya	1 - 7 Likert scales	App & Büttgen (2016)
			Perusahaan saya memandang karyawannya sebagai sumber daya yang berharga		
			Perusahaan saya ingin menjaga produktivitas karyawannya secara berkelanjutan		
2	<i>Perceived Sustainable Supervisor Support (PSSS)</i>	<i>Perceived sustainable supervisor support (PSSS)</i> adalah persepsi karyawan terhadap atasannya dalam memelihara kapabilitas kinerja karyawannya (App & Büttgen, 2016)	Atasan saya mengharapkan hubungan kerja jangka panjang dengan saya	1 - 7 Likert scales	App & Büttgen (2016)
			Perusahaan saya memandang saya sebagai sumber daya yang berharga		
			Atasan saya ingin menjaga produktivitas karyawannya secara berkelanjutan		

No.	Variabel Penelitian	Definisi Variabel	Indikator	Skala Pengukuran	Sumber
3	<i>Brand Distinctiveness</i>	<i>Brand distinctiveness</i> dalam konteks HR dapat didefinisikan sebagai upaya perusahaan dalam menawarkan <i>unique employment</i> atau pekerjaan yang berbeda dari perusahaan lainnya (Ashford & Mael, 1989; Backhaus & Tikoo, 2004 dalam App & Büttgen, 2016)	Perusahaan saya berbeda dengan perusahaan lain di industri yang sama	1 - 7 Likert scales	App & Büttgen (2016)
			Perusahaan saya lebih menonjol dari perusahaan lain		
			Perusahaan saya berbeda dari para kompetitornya dalam mengelola karyawan		
4	<i>Brand Trust</i>	<i>Brand trust</i> mengacu kepada sejauh mana karyawan memiliki kepercayaan terhadap perusahaannya dalam memenuhi apa yang dijanjikan (Delgado-Ballester <i>et al.</i> , 2003 dalam App & Büttgen 2016)	Perusahaan saya tidak pernah mengecewakan saya	1 - 7 Likert scales	App & Büttgen (2016)
			Perusahaan saya bertindak adil terhadap karyawannya		
			Perusahaan saya menjamin kepuasan karyawannya		
			Saya dapat mengandalkan perusahaan saya		
5	<i>Brand Commitment</i>	<i>Brand commitment</i> adalah keterikatan karyawan terhadap perusahaannya sebagaimana perusahaan yang mempekerjakan karyawannya sesuai dengan <i>branding</i>	Saya memiliki loyalitas yang tinggi kepada perusahaan saya	1 - 7 Likert scales	App & Büttgen (2016)
			Saya mendukung tujuan dari perusahaan		

No.	Variabel Penelitian	Definisi Variabel	Indikator	Skala Pengukuran	Sumber
		yang dilakukan oleh perusahaan tersebut (Backhaus and Tikoo, 2004 dalam App & Büttgen, 2016)	<p data-bbox="1016 418 1453 488">Saya mendukung nilai-nilai dari perusahaan</p> <p data-bbox="1016 516 1453 623">Saya senang bahwa saya dapat memilih untuk bekerja di perusahaan ini</p> <p data-bbox="1016 651 1453 758">Saya akan sangat senang untuk terus bekerja di perusahaan ini sepanjang perjalanan karir saya</p>		

Sumber: App & Büttgen (2016)

