



Hak cipta dan penggunaan kembali:

Lisensi ini mengizinkan setiap orang untuk mengubah, 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 Sejarah Singkat Perusahaan

PT. Bank Central Asia (BCA) merupakan salah satu bank swasta terbesar di Indonesia yang menawarkan berbagai solusi perbankan untuk menjawab kebutuhan finansial nasabah dari berbagai kalangan. Perusahaan ini hadir sejak tahun 1955 dengan nama Bank Central Asia NV, kemudian beroperasi pada tanggal 21 Februari 1957 dan terjadi perubahan nama menjadi PT. Bank Central Asia pada tanggal 02 September 1975. Kantor pusat PT. Bank Central Asia berada di Indonesia dengan kantor perwakilan di beberapa wilayah luar Indonesia yaitu Hongkong dan Singapura.

PT. Bank Central Asia juga telah mencakup berbagai perkembangan bidang usaha melalui perusahaan anak yang memiliki profesionalisme dan kredibilitas tinggi yaitu *BCA Finance* dengan layanan pembiayaan investasi, pembiayaan modal kerja, pembiayaan multiguna, sewa operasi, kegiatan pembiayaan lain berdasarkan persetujuan instansi yang berwenang, kemudian *BCA Finance Limited* dengan layanan pengiriman dan peminjaman uang, *BCA Syariah* dengan sistem layanan perbankan syariah, *BCA Sekuritas* dengan layanan dalam perantara perdagangan efek dan penjamin emisi efek, *BCA Insurance* dengan layanan asuransi umum atau kerugian, *BCA Life* dengan berbagai layanannya seperti asuransi jiwa, *Central Capital Ventura (CCV)* dengan layanan perusahaan modal ventura, *CS finance* dengan layanan pembiayaan investasi, pembiayaan modal

kerja, pembiayaan multiguna, sewa operasi, kegiatan pembiayaan lain berdasarkan persetujuan instansi yang berwenang. BCA meningkatkan kepemilikan pada entitas anak BCA Sekuritas, BCA *Life* dan CS *Finance*. Melalui langkah ini BCA bertujuan untuk memperkokoh integrasi, meningkatkan kerja sama dan menyelaraskan strategi bisnis entitas anak dengan BCA.



Sumber : BCA, 2019.

Gambar 3.1 Anak Perusahaan BCA.

Sejak awal berdiri perusahaan PT. Bank Central Asia memiliki subdivisi yang berperan khusus untuk menangani keluhan nasabah yaitu subdivisi Halo BCA. Halo BCA merupakan layanan *call center* yang memberikan pelayanan kepada nasabah untuk memberikan informasi dan membantu menyelesaikan masalah. Layanan *call center* Halo BCA didirikan 1995 dan telah bertransformasi menjadi *one stop banking contact center* sehingga bukan hanya berfungsi sebagai *call center*, melainkan menjadi akses bagi nasabah untuk berinteraksi melalui berbagai saluran seperti email, media sosial, dan situs.

Halo BCA menangani kurang lebih 50.000 *calls* setiap hari dengan 1.500 anggota tim yang saat ini tersebar di tiga *kantor yaitu Wisma Asia Slipi-Jakarta, Wisma BCA-BSD Tangerang Selatan dan Semarang*. Melalui Halo BCA sebagai *contact center*, dapat menjadi saluran komunikasi antara nasabah dengan perusahaan, sehingga memudahkan nasabah untuk memperoleh informasi terkait berbagai produk yang ditawarkan oleh BCA, membantu nasabah yang berada dalam kondisi darurat seperti kehilangan kartu, menerima keluhan terkait dengan permasalahan nasabah yang berhubungan dengan transaksi di layanan BCA dan menerima masukan dari nasabah. Halo BCA memiliki tujuan yang fokus pada empat hal, diantaranya adalah fokus kepada pelanggan atau nasabah, fokus kepada anggota tim, fokus kepada manajemen, dan fokus kepada negara. Selain berfokus pada beberapa tujuan, tim Halo BCA juga harus mengantisipasi faktor perubahan seperti produk perusahaan, *event* nasional hingga bencana alam.

Sebagai bentuk implementasi dari prinsip transparansi dan pertanggungjawaban, BCA senantiasa terus membina komunikasi yang baik dengan pemangku kepentingan yaitu regulator, pemegang saham, nasabah, karyawan Perseroan, mitra kerja, maupun kepada masyarakat luas. Pada layanan Halo BCA, *service level* penerimaan kontak nasabah sudah ditentukan sesuai dengan kebijakan yang ada, yaitu *respon time* telepon 20 detik, *respon time* twitter tiga menit, *respon time* Halo BCA chat tiga menit, dan *respon time* email satu jam. Penyelesaian permasalahan bervariasi, mulai dari 1 (satu) hari kerja sampai dengan 30 (tiga puluh) hari kerja, sesuai dengan jenis permasalahan.

3.1.2 Produk dan Layanan BCA

BCA selalu berinovasi untuk meningkatkan kualitas produk dan layanan bisnisnya guna memberikan kenyamanan bagi para nasabah serta melakukan penyempurnaan berkelanjutan untuk memenuhi kebutuhan finansial nasabah yang terus berkembang dengan memanfaatkan perkembangan teknologi. Adapun produk dan layanan yang ditawarkan BCA yaitu sebagai berikut :

1. Produk Simpanan

BCA menyediakan produk simpanan guna memberikan kemudahan serta kenyamanan dalam memenuhi kebutuhan nasabah. Terdapat empat kategori produk simpanan yang disediakan oleh BCA, yaitu :

a. Giro BCA

Merupakan produk yang fleksibel dan memiliki berbagai fasilitas yang disesuaikan dengan tren kebutuhan nasabah bisnis saat ini.

b. Deposito berjangka

Merupakan penawaran bagi nasabah yang ingin melakukan transaksi tabungan untuk berinvestasi dengan pilihan jangka waktu dan bunga yang kompetitif.

c. Tahapan *gold*

Merupakan produk tabungan yang mudah diakses dan memiliki banyak fitur yang sesuai dengan bisnis yang dijalani nasabah.

d. BCA dollar

Memudahkan nasabah yang memiliki kebutuhan bertransaksi dalam mata uang asing, baik untuk keperluan bisnis, investasi, dan sebagainya.

2. Pinjaman

BCA menyediakan fasilitas pinjaman guna memenuhi kebutuhan nasabah. Dalam fasilitas pinjaman terbagi menjadi enam kategori yang diberikan yaitu sebagai berikut :

a. Kredit kepemilikan rumah

Kredit kepemilikan rumah ditawarkan untuk memudahkan nasabah dalam pembelian rumah atau ruko dalam kondisi baru maupun bekas.

b. Kredit kepemilikan apartemen

Fasilitas yang ditawarkan untuk memudahkan nasabah dalam pembelian unit apartemen dengan angsuran yang ringan dan kemudahan pembayaran.

c. Kredit kepemilikan rumah ekstra

Fasilitas ekstra guna mempermudah nasabah melalui angsuran ringan dan adanya dana siaga yang dapat ditarik kembali.

d. Kredit kepemilikan rumah *refinancing*

Fasilitas yang disediakan untuk mempermudah nasabah dalam mengajukan jaminan rumah, ruko, dan apartemen dalam bentuk surat tanah, bangunan jadi jaminan maupun dana tunai.

e. Kredit pembiayaan sepeda motor

Memberikan solusi kredit pembiayaan khusus kendaraan roda dua melalui PT. Central Santosa *Finance* (CSF) sebagai anak perusahaan dari BCA *Finance*.

3. *E-Banking*

Merupakan fasilitas yang disediakan guna mempermudah nasabah untuk melakukan transaksi melalui teknologi informasi yang semakin canggih. Dalam fasilitas *e-banking* terdapat beberapa kategori layanan yang disediakan, diantaranya sebagai berikut :

a. Sakuku

Merupakan uang elektronik yang dapat mempermudah nasabah dan dapat digunakan untuk pembayaran dan transaksi perbankan lainnya.

b. Klik BCA

Merupakan produk perbankan elektronik untuk mempermudah nasabah dalam melakukan transaksi dengan akses layanan dalam jangkauan satu klik melalui internet.

c. Flazz BCA

Kartu multifungsi yang dapat digunakan untuk mempercepat transaksi dengan teknologi chip dan *Radio Frequency Identification (RFID)*.

d. ATM BCA

Salah satu kebutuhan primer dalam hal transaksi dan penarikan uang. Untuk itu, BCA memperluas jaringan ATM-nya agar semua nasabah di seluruh Indonesia bisa menikmati layanan perbankan.

e. Tunai BCA

fasilitas tarik tunai yang dapat membantu nasabah ketika kebutuhan uang tunai mendesak.

4. Kartu Kredit

BCA menawarkan beberapa pilihan kartu kredit untuk nasabah. Dengan ini, nasabah juga dapat menikmati berbagai keuntungan, kemudahan, dan kenyamanan sesuai dengan kebutuhan nasabah masing-masing. Pada layanan kartu kredit terdiri dari tiga kategori produk yang ditawarkan, yaitu:

a. *BCA smartcash*

Produk dari layanan kartu kredit yang disediakan untuk mendukung usaha para nasabah semudah menggunakan kartu kredit dan tersedianya pinjaman berjumlah besar.

b. Rekening *smartcash*

Rekening dana tunai yang dapat digunakan sebagai salah satu sumber pembayaran kepada distributor atas setiap transaksi yang dilakukan.

c. *BCA visa corporate*

Layanan yang disediakan guna mempermudah para pengusaha untuk menunjang setiap aktivitasnya dengan layanan yang fleksibel dan praktis di segala kondisi.

5. Layanan Perbankan

BCA menyediakan berbagai fasilitas layanan perbankan untuk mendukung berbagai transaksi. Dalam layanan perbankan terdapat tiga kategori produk yang ditawarkan, yaitu :

a. *BCA trade*

Menjadi mitra yang mendukung transaksi perusahaan yang bergerak dibidang ekspor impor maupun dalam negeri.

b. *BCA remittance*

Melayani transaksi valuta asing (valas) dengan menggunakan sistem yang aman dan cepat untuk segala kegiatan ekspor dan impor. Valas merupakan salah satu instrumen utama pembayaran dalam melakukan bisnis.

c. *BCA bizz*

Melalui *BCA bizz* transaksi bisnis dapat dilakukan tanpa antrian dan disediakan beberapa fasilitas, salah satunya yaitu ruangan atau counter khusus berlogo *BCA bizz*.

6. *Tresuri dan Valuta Asing*

Di era globalisasi seperti sekarang ini, transaksi antar mata uang sudah menjadi bagian penting dalam aktivitas perbankan sehari-hari. Begitu pula dengan transaksi valuta asing, surat berharga, dan jasa kustodian. Melihat fenomena globalisasi ini, *BCA* menyediakan *treasury* untuk mengakomodir kebutuhan-kebutuhan transaksi tersebut. Layanan ini terbagi menjadi beberapa kategori seperti transaksi valuta asing, transaksi surat berharga, dan *market update*.

3.1.3 Visi dan Misi Perusahaan

BCA mempunyai visi yaitu menjadi bank pilihan utama andalan masyarakat, yang berperan sebagai pilar penting perekonomian Indonesia. Kemudian, untuk mencapai visi tersebut *BCA* memiliki misi yaitu membangun institusi yang unggul di bidang penyelesaian pembayaran dan solusi keuangan bagi nasabah bisnis dan perseorangan, memahami beragam kebutuhan nasabah dan memberikan layanan finansial yang tepat demi tercapainya kepuasan optimal bagi nasabah, meningkatkan nilai *franchise* dan nilai *stakeholder* *BCA*.

3.1.4 Core Values

Kenyamanan, keamanan, dan keandalan adalah prioritas utama BCA saat memberikan layanan finansial bagi seluruh nasabah. BCA bertekad untuk terus menjadi pemimpin di industri perbankan nasional yang berkontribusi besar bagi perekonomian Indonesia. Berikut merupakan *core values* dari BCA :

1. Fokus Pada Nasabah (*Customer Care*)

Pada nilai ini BCA berupaya memahami, mendalami, dan memenuhi kebutuhan pelanggan dengan cara terbaik.

2. Integritas (*Integrity*)

Pada nilai ini dibangun kejujuran, ketulusan, dan lurus. Nasabah memilih bank yang dipercaya dan kepercayaan dibangun melalui tindakan yang mencerminkan integritas dan etika bisnis yang tinggi secara konsisten.

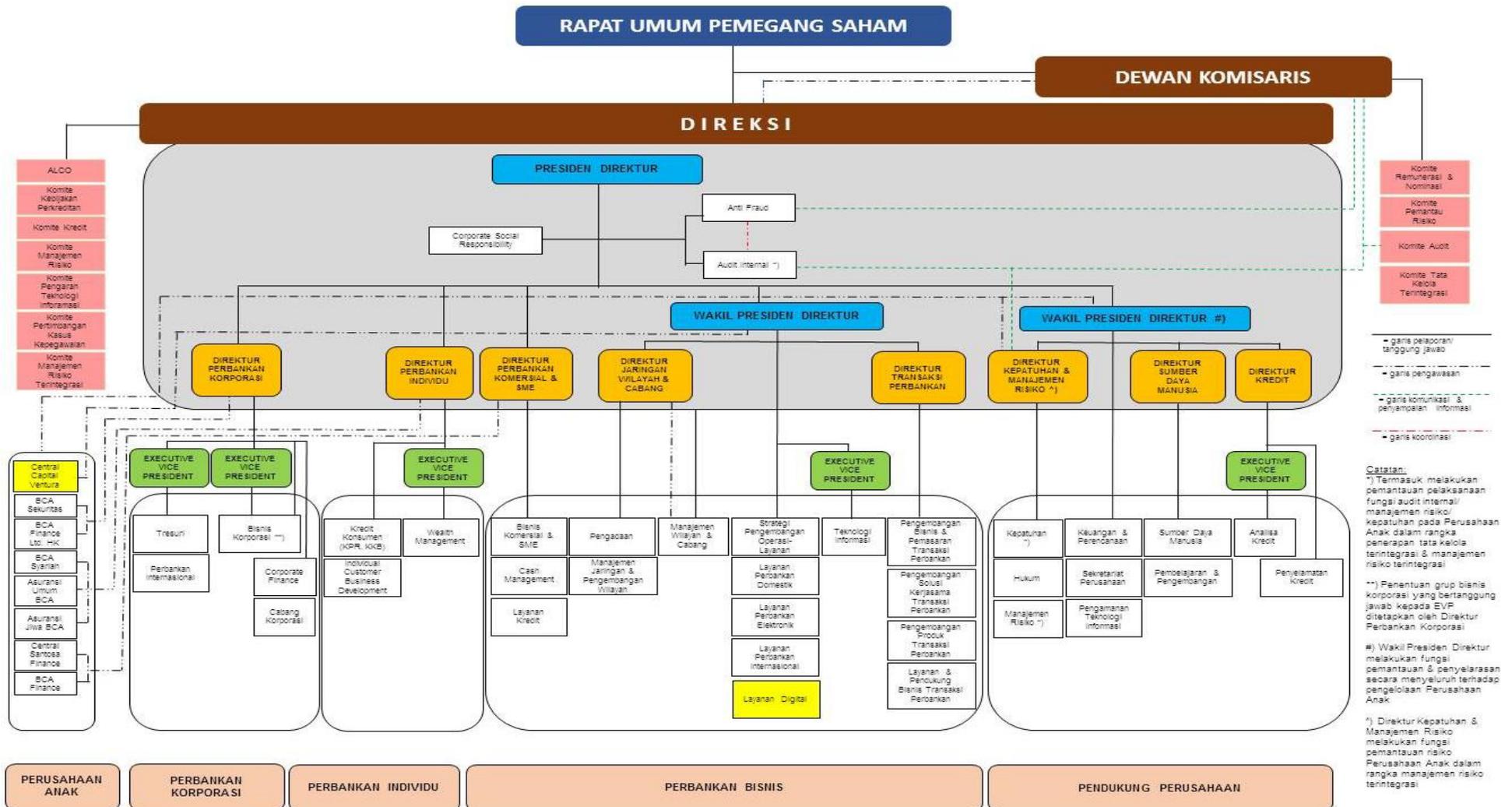
3. Kerjasama Tim (*Teamwork*)

Tim adalah himpunan orang yang memiliki pertalian khas, komitmen, tata cara dan sinergi untuk mencapai satu tujuan.

4. Berusaha Mencapai yang Terbaik (*Continuous Pursuit of Excellence*)

Pada nilai ini, BCA senantiasa melakukan yang terbaik dengan cara dan kualitas terbaik.

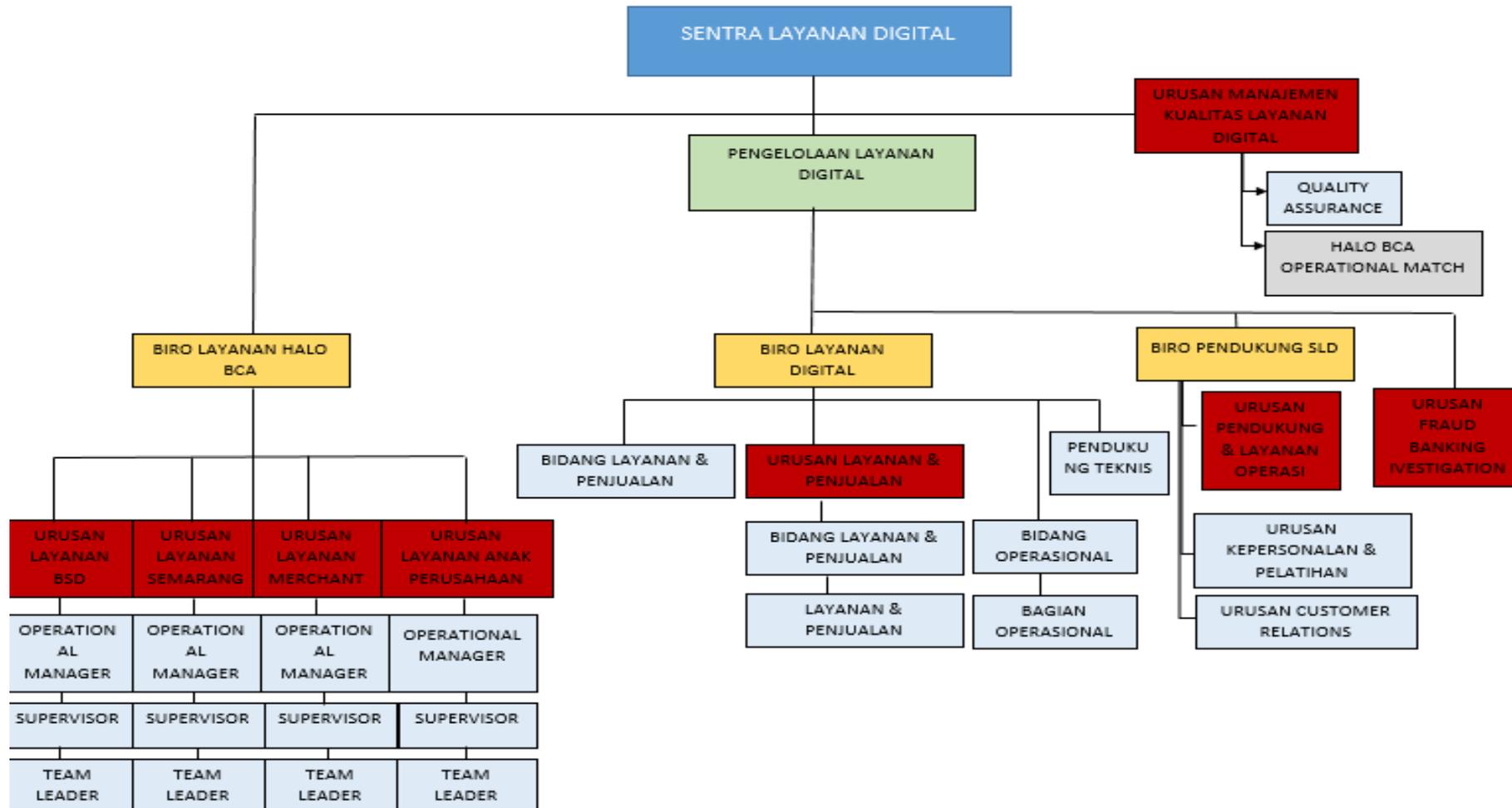
3.2 Struktur Organisasi PT. Bank Central Asia, Tbk



Sumber: BCA, 2019

Gambar 3.2 Struktur Organisasi PT. Bank Central Asia, Tbk

3.2.1 Struktur Organisasi Halo BCA



Sumber: Data Internal Perusahaan, 2019

Gambar 3.3 Struktur Organisasi Halo BCA

3.3 Research Design

Menurut Zikmund *et al.*, (2013) *research design* merupakan sebuah rancangan untuk menentukan metode dan prosedur yang akan digunakan dalam mengumpulkan dan menganalisa informasi yang dibutuhkan. Adapun, menurut Cooper & Schindler (2008) *research design* merupakan rencana dan struktur penelitian yang disusun untuk mendapatkan jawaban atas pertanyaan penelitian. Rencana tersebut adalah keseluruhan skema atau program penelitian. Hal ini mencakup garis besar tentang apa yang akan dilakukan peneliti mulai dari penulisan hipotesis dan implikasi operasionalnya hingga analisis data akhir.

3.3.1 Research Data

Menurut Cooper & Schindler (2008) untuk mengeksplorasi suatu masalah dalam penelitian, seorang peneliti dapat mempertimbangkan berbagai jenis metode pengumpulan data. Pada umumnya, metode pengumpulan data terbagi menjadi dua jenis, yaitu sebagai berikut :

1. *Primary data*, merupakan data yang dikumpulkan oleh peneliti untuk mengatasi masalah spesifik yang dihadapi dalam sebuah penelitian. Pada metode ini, data dapat diperoleh dari berbagai sumber informasi. Beberapa sumber informasi dalam *primary data* adalah memo, surat, dan wawancara (dalam bentuk audio, video, ataupun transkrip tertulis), hukum, peraturan, keputusan pengadilan, serta sebagian besar data pemerintah (termasuk sensus, ekonomi, dan data tenaga kerja). Sumber informasi ini merupakan sumber yang paling otoritatif, karena informasi belum disaring atau ditafsirkan oleh pihak kedua.

2. *Secondary data*, merupakan sebuah hasil studi yang dilakukan oleh orang lain dengan tujuan yang berbeda dari data yang sedang ditinjau. *Secondary data* dapat diperoleh dari berbagai sumber referensi seperti ensiklopedia, *textbooks*, *handbooks*, artikel, web dan sebagian besar siaran berita.

Dalam penelitian ini, penulis menggunakan metode *primary data*. Pengumpulan *primary data* penulis peroleh dengan cara melakukan *in-depth interview* dan menyebarkan kuesioner kepada karyawan Halo BCA yang berstatus kontrak dengan minimal bekerja selama dua tahun. Pada penyebaran kuesioner, penulis menggunakan indikator yang mengacu pada penelitian Cain *et al.*, (2017), Talukder *et al.*, (2018), dan Schefauli *et al.*, (2006). Indikator yang penulis gunakan dalam penelitian ini sebanyak 24 dengan *likert scale* 1 – 7 terkait variabel *employee engagement*, *work-life balance*, dan *life satisfaction*. Tujuan penulis melakukan *in-depth interview* dan penyebaran kuesioner adalah untuk mencari tahu fenomena dan menggali lebih dalam terkait fenomena yang terjadi pada objek penelitian agar dapat dilakukan penelitian lebih lanjut sesuai dengan fenomena yang didapati dari hasil *in-depth interview* dan penyebaran kuesioner.

Dalam penelitian ini, penulis juga menggunakan *secondary data* sebagai referensi tambahan untuk menggali lebih dalam terkait variabel-variabel yang digunakan dalam penelitian, pengembangan hipotesis penelitian, pengembangan fenomena, serta teori-teori yang diperlukan dalam penelitian. Dalam memperoleh *secondary data*, penulis menggunakan media seperti jurnal-jurnal referensi baik jurnal utama maupun jurnal pendukung, artikel-artikel terkait, buku-buku teori yang terdapat di Universitas Multimedia Nusantara, dan media *online* lainnya.

3.3.2 Metodologi Penelitian

Menurut Zikmund *et al.*, (2013) dalam bukunya yang berjudul “*Business Research Methods*” terdapat dua jenis metode penelitian, yaitu sebagai berikut :

1. *Qualitative Research*

Metode penelitian yang berusaha membahas tujuan penelitian melalui teknik yang memungkinkan peneliti untuk memberikan interpretasi yang lebih jelas tentang fenomena yang terjadi pada objek penelitian, tanpa bergantung pada pengukuran numerik. *Qualitative research* memiliki fokus lebih dalam menemukan makna yang sebenarnya dalam penelitian serta menambah wawasan baru.

2. *Quantitative Research*

Metode penelitian yang membahas tujuan penelitian melalui penilaian empiris dengan melibatkan pengukuran numerik dan menganalisa hasil dalam bentuk statistik. Data dari *quantitative research* mewakili fenomena yang terjadi melalui penetapan angka dengan cara yang spesifik dan bermakna.

Dalam penelitian ini, penulis menggunakan metode *quantitative research* yang merupakan sebuah metode untuk membahas tujuan penelitian melalui penilaian empiris yang melibatkan pengukuran numerik dan analisa. Peneliti menggunakan metode *quantitative research* dikarenakan beberapa data dalam penelitian ini diperoleh dari hasil penyebaran kuesioner pada karyawan di objek penelitian yang terdiri dari beberapa indikator terkait dengan variabel dalam penelitian, kemudian hasil data dari penyebaran kuesioner tersebut akan diukur dan dianalisis secara statistik dalam bentuk numerik.

3.3.3 Jenis-Jenis Penelitian

Menurut Zikmund *et al.*, (2013) penelitian dapat diklasifikasikan berdasarkan teknik atau tujuan. Jenis penelitian berdasarkan teknik terdiri dari eksperimen, survei, dan observasi. Adapun jenis penelitian berdasarkan tujuannya terbagi menjadi tiga, yaitu sebagai berikut :

1. *Exploratory Research*

Merupakan jenis penelitian yang mengklarifikasi situasi yang belum jelas atau berusaha menemukan ide-ide yang dapat menjadi peluang suatu bisnis. *Exploratory research* tidak digunakan untuk memberikan bukti konklusif dalam menentukan tindakan tertentu. *Exploratory research* sering digunakan sebagai panduan dan menyempurnakan suatu penelitian selanjutnya (Zikmund *et al.*, 2013). Melalui *exploratory research*, para peneliti dapat mengembangkan konsep lebih jelas, menetapkan prioritas, mengembangkan definisi operasional, dan meningkatkan desain akhir penelitian (Cooper & Schindler, 2008).

2. *Descriptive Research*

Merupakan jenis penelitian yang menggambarkan karakteristik suatu objek, orang, grup, organisasi, atau lingkungan sekitar. Selain itu, *descriptive research* juga menggambarkan situasi tertentu dengan menjawab pertanyaan 5W+1H (Zikmund *et al.*, 2013). Kemudian, *descriptive research* juga digunakan untuk mendeskripsikan fenomena dan populasi, mengestimasi proporsi populasi yang memiliki karakteristik, serta menemukan asosiasi di antara variabel yang berbeda (Cooper & Schindler, 2008).

3. *Causal Research*

Merupakan jenis penelitian yang memberikan akses agar inferensi kausal dibuat untuk mengidentifikasi hubungan sebab dan akibat dalam penelitian. Ketika sesuatu memberikan efek, maka hal tersebut menjadi hasilnya (Zikmund *et al.*, 2013). Melalui jenis penelitian *causal research*, peneliti dapat menemukan efek yang dimiliki dari suatu variabel terhadap variabel lainnya dan dapat menemukan alasan dari temuan hasil tersebut (Cooper & Schindler, 2008).

Jenis penelitian yang penulis gunakan dalam penelitian ini adalah *descriptive research*. Penulis menggunakan jenis penelitian *descriptive research* karena dari hasil *in-depth interview* dan penyebaran kuesioner yang telah dilakukan oleh penulis memperoleh hasil yang menggambarkan karakteristik suatu objek, kelompok, orang, organisasi, lingkungan, dan menggambarkan situasi objek penelitian sesuai dengan variabel dalam penelitian ini yaitu *employee engagement*, *work-life balance*, dan *life satisfaction*.

3.4 Ruang Lingkup Penelitian

3.4.1 Target population

Population merupakan orang-orang yang termasuk dalam suatu kelompok yang memiliki kesatuan dengan karakteristik yang sama (Zikmund *et al.*, 2013). Sedangkan *target population* merupakan sekumpulan orang, suatu peristiwa, atau catatan yang berisi informasi yang dibutuhkan dalam penelitian untuk menentukan apakah peneliti ingin menggunakan sampel atau sensus (Cooper & Schindler, 2008). Dalam penelitian ini, penulis memilih seluruh karyawan BCA sebagai *target population* dengan dengan minimal bekerja dua tahun.

3.4.2 Sampling Techniques

Menurut Zikmund *et al.*, (2013) sampel merupakan himpunan bagian atau sebagian dari populasi yang lebih besar. Tujuan pengambilan sampel adalah untuk memperkirakan karakteristik populasi yang tidak diketahui. Proses pengambilan sampel melibatkan penggunaan sebagian dari suatu populasi untuk membuat kesimpulan tentang populasi secara keseluruhan. Sedangkan *sampling* merupakan suatu aktifitas dengan melibatkan beberapa prosedur yang menarik kesimpulan berdasarkan pengukuran sebagian populasi. Kemudian, Zikmund *et al.*, (2013) juga menyatakan bahwa *sampling techniques* dibagi menjadi dua kategori, yaitu *probability sampling* dan *nonprobability sampling*.

3.4.2.1 Probability Sampling

Menurut Zikmund *et al.*, (2013) *probability sampling* merupakan sebuah *sampling technique* yang dimana setiap anggota populasinya sudah diketahui sebelumnya dan tidak *non-zero probability*. Semua teknik *probability sampling* didasarkan pada prosedur pemilihan kesempatan, karena proses pengambilan *probability sampling* terdapat *true randomness* dalam proses seleksi. Dalam *probability sampling* terdapat tujuh pembagian teknik, yaitu sebagai berikut :

1. Simple Random Sampling

Simple random sampling merupakan sebuah prosedur pengambilan sampel yang memastikan setiap elemen dalam populasi memiliki peluang yang sama untuk dimasukkan ke dalam sampel.

2. *Systematic Sampling*

Systematic sampling merupakan sebuah prosedur pengambilan sampel dimana titik awal dipilih melalui proses acak dan kemudian memilih setiap nomor yang terdaftar.

3. *Stratified Sampling*

Stratified sampling merupakan sebuah prosedur pengambilan *probability sampling* dimana sub sampel dipilih acak dengan cara sederhana yang kurang lebih memiliki kesamaan dalam karakteristik dan diambil dari dalam setiap populasi.

4. *Proportional Stratified Sample*

Proportional stratified sample merupakan bentuk pengambilan sampel yang bertingkat dimana jumlah unit pengambilan sampel yang diambil dari setiap tingkat adalah sebanding dengan ukuran dari populasi dalam tingkat tersebut.

5. *Disproportional Stratified Sample*

Disproportional stratified sample merupakan bentuk sampel yang bertingkat yang dimana ukuran sampel untuk setiap tingkat akan dialokasikan sesuai dengan pertimbangan analisis.

6. *Cluster Sampling*

Cluster sampling merupakan teknik pengambilan sampel yang efisien secara ekonomi, dimana unit pengambilan *primary sampling* bukan elemen individu dalam populasi, akan tetapi sekelompok besar elemen yang dipilih secara acak.

7. *Multistage Area Sampling*

Multistage area sampling merupakan teknik pengambilan sampel yang melibatkan penggunaan kombinasi dua atau lebih teknik pengambilan *probability sampling*.

3.4.2.2 *Non-probability Sampling*

Menurut Zikmund *et al.*, (2013) *non-probability sampling* merupakan sebuah teknik pengambilan sampel yang dimana pemilihan unit-unit dari sample dipilih berdasarkan penilaian atau kenyamanan pribadi, probabilitas setiap anggota populasi tertentu yang dipilih tidak diketahui. Pada *nonprobability sampling* terdapat empat pembagian teknik, yaitu :

1. *Convenience Sampling*

Convenience sampling merupakan sebuah prosedur pengambilan sampel untuk memperoleh orang atau unit yang paling mudah didapatkan. Para peneliti umumnya menggunakan *convenience sampling* untuk mendapatkan sejumlah besar hasil kuesioner yang diisi dengan cepat dan ekonomis, atau ketika memperoleh sampel melalui cara lain yang tidak praktis.

2. *Judgment Sampling*

Judgment sampling merupakan sebuah teknik pengambilan sampel dengan cara seorang individu yang berpengalaman memilih sampel berdasarkan penilaian pribadi tentang beberapa karakteristik yang sesuai dari anggota sampel. Pada *judgment sampling* ini, seorang peneliti memilih sampel yang memenuhi tujuan spesifik mereka.

3. *Quota Sampling*

Quota sampling merupakan sebuah prosedur pengambilan sampel dengan memastikan bahwa berbagai kelompok dari suatu populasi akan diwakili pada karakteristik yang bersangkutan hingga mencapai tingkat yang diinginkan oleh peneliti.

4. *Snowball Sampling*

Snowball sampling merupakan sebuah prosedur pengambilan sampel yang dimana responden awal dipilih dengan metode probabilitas dan responden tambahan diperoleh dari informasi yang diberikan oleh responden awal.

Berdasarkan teori yang telah dijabarkan sebelumnya, dalam penelitian ini penulis menggunakan *non-probability sampling* yang dimana pemilihan unit-unit dari sampel diambil secara acak sebelumnya dan data dipilih dengan sengaja berdasarkan keputusan yang telah ditentukan oleh penulis. Kemudian, penulis menggunakan metode *judgement sampling*, karena penulis menentukan beberapa kriteria dalam pengambilan sampel agar memperoleh hasil yang lebih akurat. Pemilihan kriteria yang dipilih oleh penulis yaitu karyawan Halo BCA yang berstatus sebagai karyawan kontrak. Meskipun kriteria karyawan kontrak, namun penulis memberikan batas minimal bekerja dua tahun.

3.4.3 Sampling Size

Menurut Malhotra (2012) *sampling size* merupakan jumlah elemen yang akan digunakan dalam suatu penelitian. Penentuan dalam *sampling size* ini melibatkan beberapa pertimbangan secara *qualitative* dan *quantitative*. Selain itu, sifat suatu penelitian juga memiliki dampak pada ukuran sampel, karena ketika jumlah variabel dalam suatu penelitian mengalami peningkatan, maka ukuran sampel harus tumbuh sesuai.

Dalam penelitian ini penulis mengacu kepada pernyataan dari Hair *et al.*, (2010) bahwa landasan untuk menentukan banyaknya jumlah sampel harus sesuai dengan banyaknya jumlah pernyataan yang digunakan dalam kuesioner penelitian dengan mengasumsikan $n \times 5$ observasi sampai $n \times 10$ observasi. Pada penelitian ini penulis menggunakan asumsi $n \times 5$ observasi dengan jumlah indikator sebanyak 24 buah, sehingga dapat ditentukan bahwa jumlah sampel minimum yang akan diambil pada penelitian ini adalah sebanyak $24 \times 5 = 120$. Oleh karena itu, dalam penelitian ini diperlukan sebanyak 120 responden.

3.5 Teknik Pengumpulan Data

3.5.1 Metode Pengumpulan Data

Zikmund *et al.*, (2013) mengungkapkan bahwa terdapat beberapa kategori metode yang dapat digunakan dalam pengumpulan data suatu penelitian, yaitu :

1. *Observation Research*

Observation research merupakan proses sistematis yang merekam pola perilaku seseorang, objek, dan kejadian-kejadian yang terjadi. Dengan kata lain, *observation research* menjadi alat untuk penyelidikan ilmiah ketika memenuhi

beberapa kondisi seperti menjawab rumusan tujuan penelitian, direncanakan secara sistematis, direkam secara sistematis dan terikat dengan proposisi umum, bukan sekedar mencerminkan serangkaian keingintahuan yang menarik, serta disampaikan untuk memeriksa atau mengontrol validitas dan reliabilitas.

2. *Survey Research*

Survey research merupakan suatu teknik penelitian yang dimana sampel akan diwawancarai dalam beberapa bentuk atau perilaku responden akan diamati dan dijelaskan dalam beberapa cara.

Berdasarkan penjelasan terkait dengan metode pengumpulan data yang telah dijabarkan di atas, maka dalam penelitian ini penulis menggunakan metode pengumpulan data *survey research* yang dimana penulis melakukan wawancara dengan cara *in-depth interview* dan melakukan penyebaran kuesioner kepada beberapa responden, yaitu karyawan Halo BCA yang berstatus karyawan kontrak dengan minimal bekerja selama dua tahun di Halo BCA.

3.6 Periode Penelitian

Periode penyebaran dan pengisian kuesioner untuk *pre-test* dilakukan pada tanggal 24 Oktober 2019. Tujuan dari dilakukannya *pre-test* ini adalah untuk menguji validitas dan reabilitas dengan variabel-variabel yang penulis gunakan dalam penelitian ini. Jumlah responden pada *pre-test* ini yaitu sebanyak 30 orang.

Periode penyebaran dan pengisian kuesioner untuk *main-test* dilakukan pada tanggal 14 November 2019. Penulis memperoleh jumlah total responden sebanyak 150 responden, yaitu karyawan Halo BCA dengan status kontrak dan minimal bekerja selama dua tahun.

3.7 Skala Pengukuran

Dalam penelitian penulis melakukan penyebaran kuesioner dengan menggunakan *likert scale* untuk bobot penilaiannya. Menurut Cooper & Schindler (2008) merupakan variasi dari skala peringkat yang dirangkum, skala ini meminta penilai untuk menyetujui atau tidak setuju dengan pernyataan yang menyatakan sikap yang menguntungkan atau tidak menguntungkan terhadap objek. Kekuatan sikap tercermin dalam skor yang diberikan, dan skor individu dapat dijumlahkan untuk ukuran sikap keseluruhan. Penulis menggunakan *likert scale* 1 – 7 dalam penelitian ini, yang mengacu kepada jurnal Schafeuli *et al.*, (2006), Talukder *et al.*, (2018) dan Cain *et al.*, (2017).

Tabel 3.1 Tabel Pengukuran Skala Likert

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

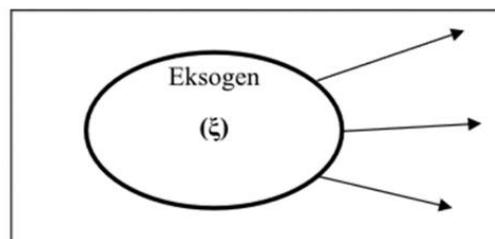
Sumber : Hasil Pengolahan *Primary Data*, 2019

3.8 Definisi Operasional Variabel

Menurut Zikmund *et al.*, (2013) operasional merupakan proses mengidentifikasi skala yang sesuai dengan varians pada konsep yang akan terlibat dalam proses suatu penelitian. Sedangkan variabel merupakan segala sesuatu yang bervariasi atau dari satu contoh ke contoh yang lain, sehingga dapat menunjukkan perbedaan nilai, biasanya dalam bentuk besaran, kekuatan dan arah. Dalam penelitian ini, variabel yang digunakan terbagi menjadi dua yaitu variabel eksogen dan variabel endogen. Penulis menggunakan jenis kedua jenis variabel tersebut dikarenakan pada penelitian ini memiliki beberapa variabel yang saling terikat dan jumlah responden yang terdiri lebih dari 100.

3.8.1 Variabel Eksogen

Variabel eksogen merupakan variabel yang muncul sebagai variabel bebas pada semua persamaan yang ada di dalam model penelitian. Notasi matematik dari variabel eksogem ditandai dengan ξ (“ksi”) yang berasal dari huruf Yunani. Variabel eksogen digambarkan sebagai lingkaran dengan semua anak panah menuju ke arah luar (Wijanto, 2008). Dalam penelitian ini, yang termasuk dalam variabel eksogen adalah *employee engagement*.



Sumber : Wijanto (2008)

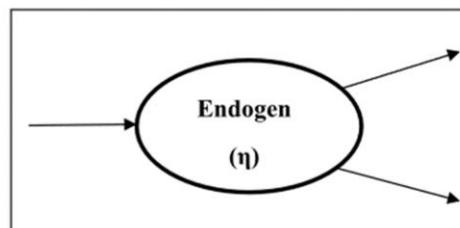
Gambar 3.4 Variabel Eksogen

3.8.1.1 *Employee Engagement*

Menurut Catlette & Haden (2001) dalam Hanaysha (2016) *employee engagement* merupakan perilaku positif dan sikap yang berhubungan dengan psikologis, yang bertujuan untuk menginspirasi karyawan sehingga menumbuhkan rasa antusias pada karyawan dalam mengekspresikan dan mempersiapkan diri secara emosional, kognitif, dan fisik ketika melakukan pekerjaan. Variabel ini diukur dengan menggunakan *likert scale* dari 1 sampai dengan 7, yang dimana skala 1 menunjukkan rendahnya *employee engagement* di dalam perusahaan dan pada skala 7 menunjukkan tingginya *employee engagement* di dalam perusahaan.

3.8.2 Variabel Endogen

Variabel endogen merupakan variabel terikat pada paling sedikit satu persamaan dalam model, meskipun di semua persamaan sisanya variabel tersebut dapat dikatakan sebagai variabel bebas. Notasi matematik dari variabel endogen ditandai dengan η (“eta”) yang berasal dari bahasa Yunani. Variabel endogen digambarkan sebagai lingkaran dengan paling sedikit ada satu anak panah masuk ke lingkaran tersebut, meskipun anak panah yang lainnya menuju ke luar dari lingkaran (Wijanto, 2008). Dalam penelitian ini, yang termasuk dalam variabel endogen adalah *work-life balance* dan *life satisfaction*.



Sumber : Wijanto (2008)

Gambar 3.5 Variabel Endogen

3.8.2.1 Work-Life balance

Berdasarkan teori yang telah dijelaskan sebelumnya sesuai definisi menurut Hill *et al.*, (2001) dalam Talukder *et al.*, (2018) bahwa *work-life balance* merupakan kemampuan seseorang untuk memenuhi komitmen dan tanggung jawab terhadap pekerjaan dan keluarga, serta kegiatan non-kerja lainnya. Variabel *work-life balance* ini diukur dengan menggunakan *likert scale* dari 1 sampai dengan 7. Pada *likert scale* tersebut, skala 1 menunjukkan rendahnya tingkat kepuasan akan penerapan *work-life balance* di dalam perusahaan dan pada skala 7 menunjukkan tingginya tingkat kepuasan akan penerapan *work-life balance* di dalam perusahaan.

3.8.2.1 Life Satisfaction

Menurut Niharika & Kiran (2014) *life satisfaction* merupakan tingkat dimana seseorang merasa positif ataupun negatif tentang kehidupan mereka. Hal ini berkaitan dengan sikap atau respon emosional terhadap pekerjaan serta kondisi fisik dan sosial pada tempat kerja. Variabel *life satisfaction* ini diukur dengan menggunakan *likert scale* dari 1 sampai dengan 7. Pada *likert scale* tersebut, skala 1 menunjukkan rendahnya tingkat *life satisfaction* yang dirasakan oleh karyawan dan pada skala 7 menunjukkan bahwa tingginya tingkat *life satisfaction* yang dirasakan oleh karyawan perusahaan tersebut.

3.9 Teknik Pengolahan Analisis Data

3.9.1 Uji Instrumen

Pada penelitian di bidang ilmu sosial seperti manajemen, psikologi, sosiologi pada umumnya variabel-variabel yang terdapat pada penelitiannya dirumuskan sebagai variabel latent atau *un-observed*. Variabel laten atau *un-observed* merupakan sebuah variabel yang tidak dapat diukur secara langsung, akan tetapi dibentuk melalui dimensi-dimensi atau indikator-indikator yang diamati. Pada umumnya, indikator-indikator diamati dengan menggunakan kuesioner atau angket dengan tujuan untuk mengetahui pendapat responden terkait variabel-variabel yang sedang digunakan dalam suatu penelitian. Kemudian, untuk mengukur kelayakan kuesioner dalam suatu penelitian terdapat dua jenis uji instrumen yang perlu dilakukan yaitu uji validitas dan uji reliabilitas (Ghozali, 2018).

Menurut Ghozali (2018) untuk menguji kelayakan kuesioner dengan kedua uji instrumen tersebut dapat menggunakan sebuah program yaitu IBM SPSS (*Statistical Package for Social Science*). IBM SPSS merupakan *software* yang berfungsi untuk menganalisis data, melakukan perhitungan statistik baik untuk statistik parametrik maupun non-parametrik dengan berbasis windows. Dalam penelitian ini, penulis menggunakan program IBM SPSS versi 22 untuk melakukan uji validitas dan uji reliabilitas responden *pre-test*. Sedangkan untuk menguji validitas dan reliabilitas *main-test* penulis menggunakan program AMOS versi 22.

3.9.1.1 Uji Validitas

Uji validitas digunakan untuk melakukan pengukuran terhadap valid atau tidaknya suatu kuesioner. Suatu kuesioner dikatakan valid jika pertanyaan pada kuesioner dapat mengungkapkan sesuatu yang akan diukur oleh kuesioner tersebut (Ghozali, 2018). Pengukuran uji validitas pada penelitian dilakukan dengan uji *Confirmatory Factor Analysis* (CFA) untuk menguji apakah suatu konstruk memiliki undimensionalitas atau apakah indikator-indikator yang digunakan dapat mengkonfirmasi sebuah konstruk atau variabel (Ghozali, 2018). Dalam mengukur tingkat interkorelasi antar variabel dan dapat tidaknya dilakukan analisis faktor dapat di uji dengan beberapa komponen sebagai berikut :

1. *Kaiser-Meyer-Olkin Measure of Sampling Adequacy* (KMO MSA). Nilai KMO bervariasi dari 0 sampai dengan 1. Nilai yang dikehendaki harus > 0.50 agar dapat dilakukan analisis faktor (Ghozali, 2018).
2. Nilai *Bartlett of Sphericity* atau Sig. harus ≤ 0.05 . *Bartlett of Sphericity* atau Sig. merupakan uji statistik untuk signifikansi keseluruhan semua korelasi dalam matriks korelasi (Hair *et al.*, 2010).
3. *Measure of sampling adequacy* (MSA) harus di atas >0.50 . Nilai MSA di atas >0.50 untuk seluruh matriks atau variabel individu menunjukkan kesesuaian (Hair *et al.*, 2010).
4. Nilai *factor loading* harus ≥ 0.50 . *Factor loading* merupakan korelasi antara variabel asli dan faktor, hal ini berguna untuk memahami sifat faktor tertentu (Hair *et al.*, 2010).

3.9.1.2 Uji Reliabilitas

Menurut Ghozali (2018) uji reliabilitas merupakan alat untuk mengukur valid atau tidaknya suatu kuesioner yang merupakan indikator dari variabel atau konstruk. Suatu kuesioner dapat dikatakan reliabel jika jawaban responden terhadap pertanyaan dilakukan secara konsisten atau stabil dari waktu ke waktu. Dalam pengukuran reliabilitas diperlukan uji statistik *cronbach alpha* (α). Suatu konstruk atau variabel dapat dikatakan reliabel jika menghasilkan nilai *cronbach alpha* (α) sebesar >0.70 (Nunnally, 1994 dalam Ghozali, 2018).

3.9.2 Metode Analisis Data dengan *Structural Equation Modeling* (SEM)

Menurut Hair *et al.*, (2010) *Structural Equation Modeling* (SEM) merupakan sekelompok model statistik dengan fondasi yang terletak pada dua teknik multivariat yaitu menggabungkan aspek-aspek analisis faktor dan regresi berganda yang memungkinkan peneliti untuk memeriksa hubungan timbal balik yang dinyatakan dalam serangkaian persamaan. Persamaan ini menggambarkan seluruh hubungan diantara kontruksi (variabel dependen dan variabel independen) yang terlibat dalam analisis.

Dari segi metodologi, SEM terdiri dari berbagai peran di antaranya adalah sebagai sistem persamaan simultan, analisis kausal linear, analisis lintasan (*path analysis*), *analysis of covariance structure*, dan model persamaan struktural (Wijanto, 2008). Pada penelitian ini penulis menggunakan metode SEM untuk menganalisa hasil penelitian dengan *software* AMOS versi 22.0 untuk melakukan uji validitas, uji reliabilitas, dan uji hipotesis penelitian.

3.9.2.1 Model – Model dalam SEM

Menurut Wijanto (2008) terdapat dua jenis model dalam SEM, kedua jenis model tersebut adalah sebagai berikut :

1. Model Struktural

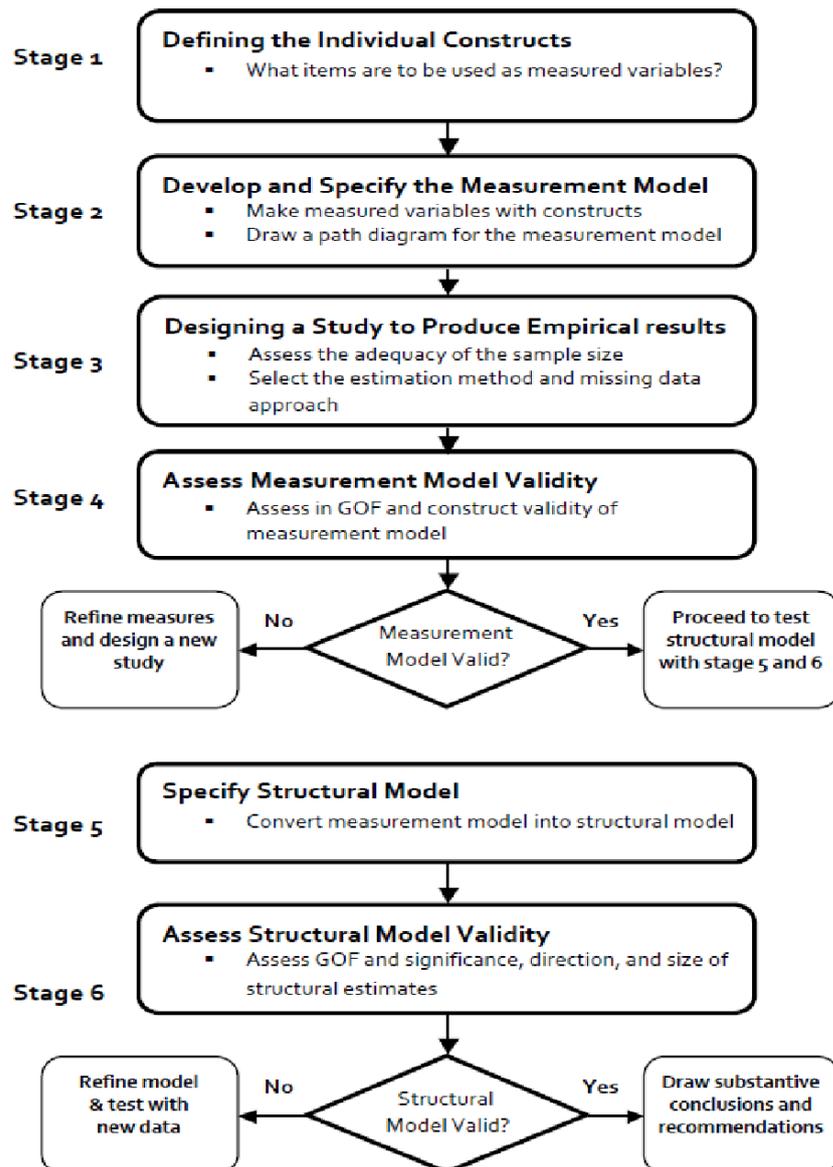
Model struktural adalah model yang menggambarkan pengaruh linear yang terdapat di antara variabel-variabel laten. Suatu pengaruh di antara variabel-variabel laten sejenis dengan persamaan regresi linier di antara variabel-variabel laten tersebut. Kemudian, beberapa persamaan regresi linier akan membentuk sebuah persamaan pada variabel laten. Regresi antara variabel endogen pada variabel eksogen ditunjukkan dengan parameter yang diberi tanda dengan huruf Yunani γ (“gamma”) dan regresi antara variabel endogen pada variabel endogen lainnya diberi tanda huruf Yunani β (“beta”) serta variabel memiliki matrik kovarian yang diberi tanda dengan huruf Yunani Φ (“phi”).

2. Model Pengukuran

Model pengukuran adalah model yang digunakan untuk menggambarkan pengaruh antara variabel laten terhadap variabel-variabel teramati dalam bentuk analisis faktor-faktor. Dalam model pengukuran setiap variabel laten digambarkan sebagai sebuah faktor yang menjadi dasar variabel-variabel teramati. Hubungan antara variabel-variabel laten dengan variabel-variabel teramati dianalisis dengan *factor loadings* yang diberi tanda dengan huruf Yunani λ (“lambda”). Selain itu, dalam SEM terdapat dua jenis matrik lambda yaitu satu matrik berada di sisi X dan matrik lainnya berada di sisi Y. Notasi λ pada sisi X yaitu λ_x (lambda X) sedangkan di sisi Y yaitu λ_y (lambda Y).

3.9.2.2 Tahap – Tahap dalam SEM

Menurut Hair *et al.*, (2010) dalam *Structural Equation Modeling (SEM)* terdapat proses pengambilan keputusan yang terdiri dari enam tahap. Keenam tahap tersebut adalah sebagai berikut :



Sumber : Hair *et al.*, (2010)

Gambar 3.6 Tahap Proses *Structural Equation Modeling (SEM)*

Berdasarkan Gambar 3.6 terdapat proses pengambilan keputusan yang terdiri dari enam tahap, yaitu sebagai berikut :

1. *Defining Individual Constructs*

Dalam suatu pengukuran, teori yang baik dapat diartikan sebagai kondisi yang dibutuhkan untuk mendapatkan hasil yang sesuai melalui SEM. Hubungan struktural antara variabel yang dianalisis melalui uji hipotesis tidak dapat diandalkan atau valid jika dibanding dengan model pengukuran dalam menjelaskan bagaimana suatu konstruk dibangun.

2. *Developing and Specifying the Measurement Model*

Suatu penelitian perlu menentukan model pengukuran melalui item skala yang digunakan dalam penelitian tersebut. Dalam tahap ini, setiap konstruk laten akan diidentifikasi ke dalam sebuah model dan indikator konstruk yang diukur akan ditugaskan ke konstruk lainnya.

3. *Designing a Study to Produce Empirical Results*

Dalam tahap desain ini, suatu penelitian menjelaskan terkait jenis data yang akan dianalisis seperti kovariansi maupun korelasi, solusi untuk data yang dihilangkan serta dampak dari jumlah sampel. Kemudian, dalam hal estimasi model, suatu penelitian menjelaskan terkait model struktural, terdapat berbagai jenis teknik estimasi, dan *software* yang akan digunakan untuk menganalisis.

4. *Assesing Measurement Model Validity*

Valid atau tidaknya suatu model pengukuran bergantung dengan tingkatan penetapan *Goodness of Fit* (GOF) yang dapat diterima dalam model pengukuran serta menemukan bukti spesifik valid atau tidaknya suatu konstruk.

5. *Specifying the Structural Model*

Dalam mengembangkan model SEM, diperlukan penentuan model pengukuran yang akan dilakukan pada tahap kedua. Kemudian, dalam melakukan tahapan ini juga dapat melakukan penentuan terhadap model struktural dengan menggambarkan hubungan dari satu variabel ke variabel lainnya berdasarkan model pengukuran yang diajukan.

6. *Assesing the Structural Model Validity*

Merupakan tahap terakhir dari proses pengambilan keputusan dalam SEM, tahap ini digunakan untuk menguji valid atau tidaknya model struktural dan hubungan teoritis yang termasuk dalam hipotesis penelitian yang sedang dikaji.

3.9.2.3 Kecocokan Model Pengukuran

Menurut Hair *et al.*, (2010) uji kecocokan model pengukuran dilakukan pada setiap konstruk atau model pengukuran yaitu hubungan antara sebuah variabel laten dengan beberapa variabel teramati atau indikator secara terpisah melalui evaluasi validitas dan evaluasi reliabilitas dari model pengukuran tersebut.

1. Evaluasi Terhadap Validitas Model Pengukuran

Menurut Hair *et al.*, (2010) validitas merupakan sejauh mana penelitian itu dapat dikatakan akurat. Pada evaluasi validitas ini, ukuran *factor loading* menjadi salah satu pertimbangan penting. Suatu variabel dapat dikatakan memiliki validitas yang baik terhadap konstruk atau variabel latennya jika muatan *standardized loading factor* memberikan nilai sebesar ≥ 0.50 dan idealnya ≥ 0.70 atau lebih tinggi.

2. Evaluasi Terhadap Reliabilitas Model Pengukuran

Reliabilitas merupakan suatu penilaian tingkat konsistensi dalam sebuah pengukuran. Reliabilitas yang tinggi menunjukkan bahwa indikator-indikator tersebut memiliki tingkat konsistensi tinggi ketika mengukur konstruk latennya. Suatu variabel dapat dikatakan memiliki reliabilitas yang baik apabila nilai *Construct Reliability* (CR) sebesar ≥ 0.70 dan nilai *Average Variance Extracted* (AVE) memberikan nilai sebesar ≥ 0.50 (Hair *et al.*, 2010).

3.9.2.4 Kecocokan Model Keseluruhan

Berdasarkan buku Hair *et al.*, (2010) yang berjudul “*Multivariate Data Analysis*” *Goodness of Fit* (GOF) atau ukuran-ukuran pada GOF dikelompokkan menjadi tiga alternatif, yaitu sebagai berikut :

1. *Absolute Fit Indices*

Merupakan suatu ukuran GOF keseluruhan untuk model struktural dan pengukuran langsung terkait seberapa baik model yang digunakan oleh peneliti dalam mereproduksi data yang akan dikaji. Kemudian, ukuran ini memberikan dasar penilaian tentang seberapa cocok teori peneliti dengan data sampel yang digunakan. Alternatif ini tidak membandingkan GOF dari model yang ditentukan dengan model lainnya secara eksplisit. Sebaliknya, masing-masing model dalam suatu penelitian akan dievaluasi.

2. *Incremental Fit Indices*

Pada alternatif ini akan menilai seberapa baik model yang diperkirakan, apakah sesuai dengan beberapa model *baseline alternative*. Selain itu, terdapat null model yang merupakan model dasar paling umum dengan asumsi bahwa

seluruh variabel yang diteliti tidak berkorelasi. Hal tersebut menyiratkan bahwa tidak dapat meningkatkan model secara spesifik dikarenakan tidak mengandung suatu hubungan diantara mereka. Melalui alternatif *incremental fit indices* ini, juga dapat menunjukkan peningkatan kesesuaian dengan spesifikasi konstruksi multi-item terkait.

3. *Parsimony Fit Indices*

Merupakan kelompok indeks yang dirancang untuk memberikan informasi tentang model mana diantara serangkaian model yang bersaing dan dapat ditingkatkan dengan model yang lebih baik atau dengan model yang lebih sederhana, mengingat kesesuaiannya relatif terhadap kompleksitasnya. *Parsimony fit* menjadi dasar untuk langkah-langkah ini dan dihitung sebagai rasio derajat kebebasan yang digunakan oleh model terhadap derajat total kebebasan yang tersedia.

Menurut Hair *et al.*, (2010) dalam melakukan uji *structural model* ini dapat dilakukan dengan mengukur *goodness of fit* yang memiliki kecocokan nilai dengan syarat-syarat sebagai berikut :

1. Nilai X^2 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)

Tabel 3.2 Perbandingan Ukuran-Ukuran GOF

<i>FIT INDICES</i>		<i>CUTOFF VALUES FOR GOF INDICES</i>					
		N < 250			N > 250		
		m ≤ 12	12 < m < 30	M ≥ 30	m ≤ 12	12 < m < 30	M ≥ 30
<i>Absolute Fit Indices</i>							
1.	<i>Chi-Square (X²)</i>	<i>Insignificant p-values expected</i>	<i>Significant p-values even with good fit</i>	<i>Significant p-values expected</i>	<i>Insignificant p-values even with good fit</i>	<i>Significant p-values expected</i>	<i>Significant p-values expected</i>
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	<i>Biased upward, use other indices</i>	SRMR ≤ 0.08 (with CFI ≥ 0.95)	SRMR < 0.09 (with CFI > 0.92)	<i>Biased upward, use other indices</i>	SRMR ≤ 0.08 (with CFI > 0.92)	SRMR ≤ 0.08 (with CFI > 0.92)
5.	<i>Normed Chi-Square (X²/DF)</i>	<i>(X²/DF) < 3 is very good or 2 ≤ (X²/DF) ≤ 5 is acceptable</i>					
<i>Incremental Fit Indices</i>							
1.	NFI	<i>0 ≤ NFI ≤ 1, model with perfect fit would produce an NFI of 1</i>					
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	<i>May not diagnose misspecification well</i>	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
<i>Parsimony Fit Indices</i>							
1.	AGFI	<i>No statistical test is associated with AGFI, only guidelines to fit</i>					
2.	PNFI	<i>0 ≤ NFI ≤ 1, relatively high values represent relatively better fit</i>					

**Notes: m = number of observed variables / N applies to number of observations per group when applying CFA to multiple groups*

Sumber : Hair et al., (2010)

3.10 Tabel Operasional

Tabel 3.3 Tabel Operasional Variabel

No	Research Variable	Definition	Dimensions	Measurement	Reference	Scaling Technique
1.	<i>Employee Engagement</i>	<i>Employee engagement</i> merupakan perilaku positif dan sikap yang berhubungan dengan psikologis, yang bertujuan untuk menginspirasi karyawan sehingga menumbuhkan rasa antusias pada karyawan dalam mengekspresikan dan mempersiapkan diri secara emosional, kognitif, dan fisik ketika melakukan pekerjaan (Catlette & Haden, 2001 dalam Hanaysha, 2016)	<i>Vigor</i> merupakan suatu kondisi dimana karyawan memiliki tingkat energi dan ketahanan mental pada saat bekerja, menumbuhkan rasa keinginan untuk menginvestasikan upaya dalam pekerjaan dan meningkatkan kegigihan meskipun dalam keadaan sulit Schaufeli <i>et al.</i> , (2006).	<p>1. Saya merasa penuh energi ketika berada di tempat kerja.</p> <p>2. Saya dapat bertahan di pekerjaan saya bahkan ketika segala sesuatunya berjalan tidak baik.</p> <p>3. Saya dapat terus bekerja untuk waktu yang sangat lama.</p> <p>4. Saya merasa tangguh secara mental dalam melakukan pekerjaan saya.</p>	Schaufeli <i>et al.</i> (2006).	<i>Likert Scale</i> 1 - 7

No	Research Variable	Definition	Dimensions	Measurement	Reference	Scaling Technique
			<p><i>Dedication</i> merupakan kondisi dimana seorang karyawan memiliki rasa antusias, kebanggaan, inspirasi, dan tantangan terhadap pekerjaannya (Schaufeli <i>et al.</i>, 2006).</p>	<p>1. Saya merasa antusias dengan pekerjaan saya.</p> <p>2. Saya bangga dengan pekerjaan yang saya lakukan.</p> <p>3. Menurut saya, pekerjaan saya menantang.</p> <p>4. Menurut saya, pekerjaan saya menginspirasi saya.</p>		
			<p><i>Absorption</i> merupakan kondisi dimana seorang karyawan memiliki konsentrasi dan merasakan kesenangan terhadap pekerjaannya sehingga merasa waktu berlalu dengan cepat yang kemudian meningkatkan komitmen pada diri karyawan (Schaufeli <i>et al.</i>, 2006).</p>	<p>1. Saya merasa senang ketika melakukan pekerjaan dengan intens.</p> <p>2. Ketika saya sedang bekerja, saya melupakan segala sesuatu di sekitar saya.</p> <p>3. Saya merasa waktu berlalu begitu cepat ketika saya bekerja.</p> <p>4. Saya merasa sulit untuk melepaskan diri dari pekerjaan yang saya lakukan.</p>		

No	Research Variable	Definition	Dimensions	Measurement	Reference	Scaling Technique
2.	<i>Work-Life Balance</i>	<i>Work-life balance</i> merupakan kemampuan seseorang untuk memenuhi komitmen dan tanggung jawab terhadap pekerjaan dan keluarga, serta kegiatan non-kerja lainnya (Hill <i>et al.</i> , 2001 dalam Talukder, 2018).		<p>1. Saya memiliki waktu yang cukup untuk bekerja di kantor, sehingga saya dapat mempertahankan keseimbangan antara pekerjaan dan keluarga.</p> <p>2. Saat ini saya memiliki keseimbangan yang baik antara waktu yang saya habiskan di kantor maupun di rumah.</p> <p>3. Saya merasa bahwa keseimbangan antara tuntutan pekerjaan dan kegiatan di luar pekerjaan saya saat ini sudah tepat.</p> <p>4. Saya dapat memenuhi ekspektasi yang diharapkan atasan saya.</p> <p>5. Saya dapat memenuhi ekspektasi yang diharapkan keluarga saya.</p>	Talukder <i>et al.</i> , (2018)	<i>Likert Scale</i> 1 - 7

No	Research Variable	Definition	Dimensions	Measurement	Reference	Scaling Technique
3.	<i>Life Satisfaction</i>	<i>Life satisfaction</i> merupakan tingkat dimana seseorang merasa positif ataupun negatif tentang kehidupan mereka. Hal ini berkaitan dengan sikap atau respon emosional terhadap pekerjaan serta kondisi fisik dan sosial Niharika & Kiran (2014).		1. Saya merasa puas dengan pekerjaan saya saat ini. .2. Saya memiliki hubungan yang memuaskan dengan rekan kerja di perusahaan ini. 3. Saya puas dengan waktu luang yang saya dapatkan dari bekerja di perusahaan ini. 4. Saya merasa puas dengan kehidupan saya secara keseluruhan. 5. Saya puas dengan kondisi finansial yang saya dapatkan dari bekerja di perusahaan ini. 6. Saya puas dengan pendidikan yang saya miliki. 7. Saya puas dengan situasi keluarga saya.	Cain <i>et al.</i> , (2017)	<i>Likert Scale</i> 1 - 7

Sumber : Hasil Pengolahan Data Primer, 2019