



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

PT. XYZ merupakan perusahaan FMCG (*Fast Moving Consumer Goods*) multinasional yang memproduksi berbagai jenis makanan dan minuman. PT. XYZ didirikan pada tahun 1919 di Barcelona, Spanyol (Medium, 2016). Sejak tahun 1996, PT. XYZ terus melakukan ekspansi global dengan tiga lini produk utama PT. XYZ di kancah internasional yaitu produk susu, minuman, dan biskuit.

Berdasarkan *website* perusahaan (2019), produk XYZ yang dipasarkan di dunia meliputi *yogurt*, *creamer*, air mineral, serta susu bayi dan anak. Di negara lain, brand XYZ dikenal dengan produk *yogurt* andalannya yang sehat dan bergizi. Di Indonesia sendiri, produk XYZ yang melekat di benak masyarakat adalah air mineralnya karena *brand* XYZ merupakan pelopor air mineral di Indonesia. Selain itu, *brand* XYZ di Indonesia juga dikenal baik dengan produk susu bayi andalannya karena *brand* XYZ merupakan pelopor pengembangan dan produksi susu formula bayi di Indonesia. Hingga kini, produk XYZ terus berkembang di 160 negara dilengkapi dengan *Research Development Center* sendiri yang berlokasi di Inggris, Brazil, Belanda, Cina, dan Singapura untuk memaksimalkan inovasi produk XYZ.

Dengan komitmen untuk mencapai keberhasilan bisnis dan berkontribusi pada kesejahteraan sosial, PT. XYZ di Indonesia memiliki lebih dari 15.000 karyawan dan

ditunjang oleh 24 pabrik produksi yang tersebar di seluruh Indonesia (data perusahaan, 2019). Kontribusi sosial yang dilakukan oleh PT. XYZ dapat tercermin dari *XYZ health and social projects* yang telah dilaksanakan di setiap tahunnya. Selain itu, sebagai bentuk kepedulian PT. XYZ kepada dunia olahraga, PT. XYZ menciptakan Nations Cup yang dibentuk pada tahun 2000 (*website* perusahaan, 2019) di mana pertandingan ini merupakan kompetisi sepak bola anak-anak terbesar di dunia. Jutaan anak berusia 10 – 12 tahun di seluruh dunia mendapatkan kesempatan untuk menyalurkan bakatnya melalui kompetisi ini.

Berdasarkan *website* perusahaan (2019), XYZ Nations Cup telah membantu mewujudkan mimpi lebih dari 720.000 anak se-Indonesia dan melahirkan banyak pemain sepak bola terbaik Tanah Air seperti Andik Vermansah, Evan Dimas, Rasyid Bakri, Syamsir Alam, Kurniawan Karman, dan Paulo Sitanggang. Hingga kini, lebih dari 50% anggota Timnas 2019 merupakan alumni XYZ Nations Cup ini. Sebagai salah satu bentuk CSR (*Corporate Social Responsibility*) kepada masyarakat, PT. XYZ mendapat dukungan positif dari pemerintah Indonesia untuk memajukan sepakbola di Indonesia serta mendapatkan dukungan langsung dari FIFA (*Federation Internationale de Football Association*) sebagai upaya untuk menggapai impian anak-anak menjadi pemain bola yang berprestasi sekaligus memperkenalkan budaya bangsa-bangsa di dunia (kemenpora.go.id, 2019).

3.1.1 Visi dan Misi Perusahaan

Sebagai sebuah perusahaan, tentu PT. XYZ di seluruh dunia memiliki visi yang sama untuk dicapai kedepannya dan didukung oleh misi-misi harus dilakukan

untuk mencapai visi tersebut. Menurut *website* perusahaan (2019), visi PT. XYZ adalah “*One Planet, One Health*”. Sedangkan, misinya adalah: “*Bringing health through food to as many people as possible*”. Melalui visi dan misi tersebut, dapat dilihat bahwa PT. XYZ merupakan perusahaan yang ingin berkontribusi terhadap kesejahteraan sosial.

Selain visi dan misi, PT. XYZ juga memegang teguh nilai-nilai dasar yang dijadikan pedoman oleh setiap karyawan XYZ di seluruh dunia yaitu *Humanism* (*sharing responsibility, respect for others*), *Openness* (*curiosity, agility, dan dialogue*), *Proximity* (*accessibility, authenticity, dan empathy*), serta *Enthusiasm* (*boldness, passion, dan appetite*). Keempat *value* tersebut kemudian disingkat menjadi HOPE (*website* perusahaan, 2019). Keempat *value* yang dianut oleh setiap karyawan PT. XYZ tercermin dalam tindakan utama yang digambarkan dalam tabel berikut:

Tabel 3. 1 *Value* dan *Key Actions* yang dianut oleh PT. XYZ

<i>Value</i>	<i>Key Actions</i>
<i>Humanism</i>	<i>Attention to individuals, whether they're consumers, colleagues, or fellow citizens, is at the heart of our decisions.</i>
<i>Openness</i>	<i>Diversity is a source of wealth and change a constant opportunity.</i>
<i>Proximity</i>	<i>Engaging with communities in our common quest to find better health through better food for the greatest number.</i>
<i>Enthusiasm</i>	<i>There are no limits. There are only obstacles to overcome.</i>

Sumber: *website* perusahaan, 2019

3.2 Desain Penelitian

Desain penelitian adalah sebuah rancangan awal yang digunakan untuk mengumpulkan, mengukur, dan menganalisis data untuk menghasilkan jawaban pertanyaan penelitian (Sekaran dan Bougie, 2016). Desain penelitian dikelompokkan menjadi 2 bagian, yaitu *exploratory research design* dan *conclusive research design*.

1. *Exploratory Research Design*

Desain penelitian ini bertujuan untuk mendapatkan data yang dapat menggambarkan suatu topik yang akan diteliti.

2. *Descriptive Research*

Descriptive research bertujuan untuk menguji apakah suatu variabel dapat menyebabkan perubahan ke variabel lain. Selain itu, penelitian ini juga bertujuan untuk melihat hubungan antar variabel serta menggambarkan populasi, keadaan, dan situasi. *Descriptive research* dibagi menjadi *cross sectional design* dan *longitudinal design*. Menurut Cooper dan Schindler (2013), *cross sectional design* adalah penelitian yang dilakukan hanya sekali, di mana hasil penelitian tersebut merepresentasikan keadaan saat dilakukannya penelitian. Sementara itu, *longitudinal design* merupakan penelitian yang dilakukan secara terus menerus dengan tujuan agar peneliti dapat melihat perubahan yang terjadi pada suatu fenomena dalam kurun waktu tertentu.

3. *Causal Research*

Causal research adalah penelitian yang bertujuan untuk memperoleh bukti mengenai hubungan sebab dan akibat. Cooper dan Schindler (2013) menyatakan bahwa penelitian sebab akibat yang ideal adalah ketika suatu variabel selalu menyebabkan akibat tertentu dan tidak ada variabel lain yang memiliki pengaruh sebab akibat yang sama. Selain itu, penelitian ini juga menjelaskan alasan mengapa suatu hasil tertentu dapat terjadi.

Penelitian yang dilakukan penulis memiliki tujuan utama untuk menggambarkan fenomena yang ada dalam perusahaan. Penelitian ini dilakukan sekali saja untuk menggambarkan fenomena yang terjadi sekarang dan menggunakan metode survei berupa penyebaran kuesioner kepada responden yang merupakan karyawan yang bekerja di PT. XYZ. Oleh karena itu, metode penelitian yang digunakan penulis dalam penelitian ini adalah *descriptive research* yaitu berupa *cross sectional design*.

3.3 Teknik Penelitian

Menurut Malhotra dan Birks (2006), teknik penelitian terbagi menjadi dua, yaitu:

- a. *Qualitative research*: teknik penelitian yang melibatkan pencatatan dan perhitungan pola perilaku manusia, benda, dan peristiwa secara sistematis untuk menemukan suatu fenomena yang akan diteliti.
- b. *Quantitative research*: teknik penelitian yang bertujuan untuk mengukur data dan biasanya menerapkan beberapa bentuk analisis statistik.

Berdasarkan teknik penelitian yang disebutkan di atas, penelitian ini menggunakan teknik *quantitative research* karena penulis melakukan pengukuran dengan menyebarkan kuesioner yang berskala *likert* 1-5 kepada responden di mana jawaban responden tersebut akan diolah dan dianalisis secara statistik.

3.4 Data Penelitian

Sekaran dan Bougie (2016) menyatakan bahwa terdapat 2 kategori data yang dapat digunakan untuk melakukan penelitian, yaitu:

1. Data primer, adalah data yang dikumpulkan langsung oleh peneliti untuk tujuan spesifik penelitian.
2. Data sekunder, adalah data yang sudah tersedia dan digunakan untuk suatu tujuan tertentu selain dari penelitian yang sedang dilakukan sekarang.

Sumber data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data primer dan data sekunder. Data primer yang digunakan penulis diperoleh dari hasil *in depth interview* dan dari hasil kuesioner yang disebarluaskan penulis terhadap karyawan yang bekerja di PT. XYZ. Sedangkan, data sekunder yang digunakan penulis diperoleh dari jurnal penelitian, buku, artikel, dan *website*.

3.5 Sampling Design Process

Menurut Sekaran dan Bougie (2016), proses menentukan *sampling* terdiri dari lima tahapan proses yaitu:

3.5.1 Menentukan Target Populasi

Proses pertama yang harus dilakukan peneliti dalam melakukan *sampling* adalah menentukan target populasi. Target populasi harus ditentukan berdasarkan

elemen, batasan geografis, dan waktu. Tujuan penelitian dan ruang lingkup pembelajaran memainkan peranan yang sangat penting dalam menentukan target populasi. Target populasi dalam penelitian ini adalah seluruh karyawan PT. XYZ.

3.5.2 Menentukan *Sampling Frame*

Sampling frame adalah perwakilan seluruh elemen pada populasi yang menghasilkan suatu *sample* penelitian. *Sampling frame* dari penelitian yang dilakukan penulis adalah:

1. Pria dan Wanita.
2. Merupakan generasi milenial (lahir pada tahun 1980-1995) yang berusia 24 sampai 39 tahun pada tahun 2019.
3. Minimal telah bekerja di PT. XYZ selama satu tahun.
4. Merupakan karyawan *Head Office* PT. XYZ.

3.5.3 Menentukan *Sampling Design*

Terdapat dua teknik sampling yang dapat digunakan dalam penelitian (Sekaran dan Bougie, 2016), yaitu *probability sampling* dan *non-probability sampling*.

1. Probability Sampling

Merupakan teknik yang digunakan peneliti untuk melakukan seleksi *sample* di mana semua orang mendapat peluang yang sama untuk menjadi *sample* penelitian tersebut. *Probability Sampling* dapat dilakukan dengan lima teknik *sampling*, yaitu:

a. *Simple Random Sampling*

Teknik *sampling* di mana setiap elemen memiliki probabilitas yang sama untuk dipilih menjadi *sample*. Setiap elemen dipilih secara independen dengan elemen lain dan mengambil *sample* secara acak dari suatu *sampling frame*.

b. *Systematic Sampling*

Teknik *probability sampling* yang digunakan di mana *sample* dipilih dengan cara memilih *starting point* secara acak terlebih dahulu, kemudian mengambil elemen dengan setiap urutan tertentu dari *sampling frame*.

c. *Stratified Sampling*

Suatu teknik *probability sampling* yang menggunakan dua proses dalam pemilihannya yaitu stratifikasi dan segregasi. Pertama, peneliti membagi populasi ke beberapa sub-populasi atau lapisan tertentu, kemudian elemen dipilih dari setiap lapisan secara acak.

d. *Cluster Sampling*

Suatu teknik *probability sampling* yang dilakukan dengan dua langkah. Pada langkah pertama, target populasi dibagi menjadi berbagai sub-populasi yang biasanya dikelompokkan berdasarkan area geografi yang disebut *cluster*. Kemudian, dilakukan pemilihan *cluster* secara acak dengan menggunakan *simple random sampling*. Dari setiap *cluster* yang terpilih, semua elemen yang terdapat dalam *cluster* tersebut dimasukkan

ke dalam *sample*, dan dipilih secara acak untuk dijadikan *sample* penelitian.

e. *Double sampling*

Suatu teknik pengambilan *sample* di mana pada awalnya *sample* digunakan dalam penelitian untuk mengumpulkan beberapa informasi awal yang sesuai dengan topik penelitian. Kemudian, *subsample* dari *sample* primer digunakan untuk memeriksa suatu permasalahan dengan lebih terperinci.

2. *Non-Probability Sampling*

Merupakan teknik sampling yang dapat digunakan peneliti di mana tidak semua orang mendapatkan peluang yang sama untuk menjadi *sample* penelitian tersebut. Menurut Malhotra dan Birks (2008), *non-probability sampling* dibagi menjadi 4 jenis, yaitu:

a. *Convenience sampling*

Teknik *sampling* yang didasarkan pada kenyamanan peneliti untuk menemukan *sample*. Kelebihan dari teknik ini adalah peneliti dapat menemukan *sample* secara cepat dengan biaya yang murah dibandingkan dengan teknik *sampling* yang lain.

b. *Judgemental sampling*

Suatu teknik *sampling* di mana elemen populasi tertentu dipilih sesuai dengan kriteria yang telah ditetapkan peneliti. Elemen yang telah dipilih dianggap dapat merepresentasikan keseluruhan populasi.

c. *Quota sampling*

Teknik *non-probability sampling* yang memiliki 2 tahapan. Tahapan pertama adalah menentukan kuota dari elemen populasi. Tahap kedua adalah mengambil *sample* berdasarkan teknik *convenience* atau *judgemental*.

d. *Snowball sampling*

Teknik *non-probability sampling* di mana responden penelitian merupakan hasil dari referensi responden lain yang memenuhi kriteria sebagai responden. Responden yang direferensi akan memiliki karakteristik demografi atau psikografi yang kurang lebih sama dengan orang yang mereferensikan mereka.

Dalam penelitian ini, peneliti menetapkan kriteria tertentu untuk dijadikan *sample*, yaitu karyawan tetap yang lahir pada tahun 1980-1995 dan sudah bekerja minimal 1 tahun di PT. XYZ. Selain itu karena peneliti masih menjalankan praktik kerja magang di PT. XYZ, peneliti dapat mencari dan mendatangi karyawan milenial pada jam istirahat dan saat karyawan sedang tidak sibuk untuk bersedia mengisi kuesioner penelitian yang dimuat dalam bentuk *link* ([Bit.ly/skripsicindyclau](https://bit.ly/skripsicindyclau)). Oleh karena itu, peneliti menggunakan teknik *non-probability sampling* yaitu *judgemental sampling* dan *convenience sampling* untuk menentukan *sampling* dalam penelitian ini.

3.5.4 Menentukan *Sample Size*

Sampling size merupakan jumlah responden yang akan digunakan dalam suatu penelitian (Sekaran dan Bougie, 2016). Penentuan jumlah *sample* disesuaikan dengan jumlah pertanyaan yang ada dalam kuesioner peneliti dengan menggunakan rumus $n \times 5$ (Hair et al., 2010). Jumlah variabel pada penelitian ini adalah 5 variabel yaitu *work environment* (5 pertanyaan), *training* (4 pertanyaan), *compensation* (4 pertanyaan), *employee engagement* (5 pertanyaan) dan *employee performance* (5 pertanyaan) dengan total keseluruhan 24 pertanyaan. Maka jumlah *sample* minimum yang diperlukan dalam penelitian ini adalah $24 \times 5 = 120$ responden.

3.5.5 Melakukan Proses *Sampling*

Setelah seluruh langkah dilakukan, peneliti melakukan pengumpulan data dengan cara menyebarkan kuesioner secara *online* kepada responden sesuai dengan kriteria yang telah ditentukan. Kuesioner tersebut dimuat dalam *link* Google Form [Bit.ly/skripsicindyclau](https://bit.ly/skripsicindyclau). Kuesioner *pre-test* disebarkan pada tanggal 28 Oktober 2019 sampai 7 November 2019. Sedangkan, kuesioner *main-test* disebarkan pada tanggal 13 November 2019 hingga 22 November 2019.

3.6 Skala Pengukuran

Kuesioner yang dibagikan peneliti menggunakan skala pengukuran *likert*. Seluruh variabel diukur dengan skala *likert* 1 sampai 5, dengan angka 1 menunjukkan sangat tidak setuju terhadap pernyataan hingga angka 5 menunjukkan sangat setuju terhadap pernyataan (Zikmund et al., 2009). Berikut ini adalah tabel skala *likert* yang digunakan dalam penelitian ini.

Tabel 3. 2 Tabel Pengukuran Skala Likert

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

Sumber: Hasil Pengolahan Data Primer, 2019

3.7 Identifikasi Variabel Penelitian

3.7.1 Variabel Eksogen

Variabel eksogen adalah variabel yang terdiri dari beberapa konstruk pengukuran yang bertindak sebagai variabel independen dalam model penelitian (Hair, 2014). Variabel ini ditentukan oleh faktor-faktor diluar model dan tidak dijelaskan oleh konstruk atau variabel lain dalam model penelitian. Dalam penelitian ini, variabel yang termasuk variabel eksogen yaitu *work environment*, *training*, dan *compensation*. Selain itu, *employee engagement* juga bertindak sebagai variabel eksogen pada H4.

3.7.1.1 *Work Environment* (WE)

Work environment adalah atmosfir di mana seluruh individu, situasi, dan kejadian dapat mempengaruhi seseorang (Anitha J. dan Aruna, 2016). *Work environment* merupakan suatu faktor yang perlu untuk diperhatikan oleh perusahaan karena *work*

environment dapat menentukan jumlah ketidakhadiran, jumlah kesalahan (*error rate*), level inovasi dan kolaborasi, dan seberapa lama karyawan akan bertahan di pekerjaan tersebut (Tripathi, 2014).

Variabel ini diukur dengan menggunakan skala *likert* 1 sampai 5. Skala 1 menunjukkan rendahnya penilaian karyawan terhadap *work environment* yang ada di PT. XYZ dan skala 5 menunjukkan tingginya penilaian karyawan terhadap *work environment* yang ada di PT. XYZ.

3.7.1.2 Training (TR)

Training adalah sebuah aktivitas yang melengkapi karyawan dengan pengetahuan dan keterampilan agar karyawan dapat bekerja lebih efektif (Blanchard dan Thacker, 2012). Sehingga, melalui *training* karyawan diharapkan dapat memenuhi persyaratan pekerjaan serta dapat menghadapi perubahan yang tidak bisa dihindari yang akan timbul di kemudian hari.

Variabel ini diukur dengan menggunakan skala *likert* 1 sampai 5. Skala 1 menunjukkan rendahnya penilaian karyawan terhadap *training* yang ada di PT. XYZ dan skala 5 menunjukkan tingginya penilaian karyawan terhadap *training* yang ada di PT. XYZ.

3.7.1.3 Compensation (CO)

Menurut Dessler (2013), *compensation* adalah segala bentuk pembayaran kepada karyawan yang berasal dari pekerjaan mereka yang terdiri dari 2 komponen utama yaitu *direct financial payments* (terdiri dari *wages*, *salaries*, *commissions*, dan *bonuses*) serta *indirect financial payments* (terdiri dari *financial benefit* berupa

asuransi karyawan dan liburan). Membuat sistem *compensation* yang efektif dan tepat adalah bagian yang sangat penting karena *compensation* dapat menarik dan mempertahankan individu yang kompeten dan bertalenta untuk membantu organisasi dalam mencapai misi dan tujuannya (Robbins dan Coulter, 2012).

Variabel ini diukur dengan menggunakan skala *likert* 1 sampai 5. Skala 1 menunjukkan rendahnya penilaian karyawan terhadap *compensation* yang berlaku di PT. XYZ dan skala 5 menunjukkan tingginya penilaian karyawan terhadap *compensation* yang berlaku di PT. XYZ.

3.7.1.4 Employee Engagement (EE)

Employee engagement adalah tingkatan keterikatan karyawan di mana karyawan yang *engaged* mendedikasikan sumber daya mereka (kognitif, emosional, dan fisik) untuk bekerja dan berkontribusi untuk mencapai tujuan perusahaan (Rich, et al. 2010). Organisasi harus menciptakan *employee engagement* karena organisasi yang karyawannya *engaged* menghasilkan kepuasan dan loyalitas *customer* yang tinggi, lebih produktif, lebih menguntungkan daripada mereka yang tidak *engaged* (Harter et al., 2002).

Variabel ini diukur dengan menggunakan skala *likert* 1 sampai 5. Skala 1 menunjukkan rendahnya *employee engagement* yang ada di PT. XYZ dan skala 5 menunjukkan tingginya *employee engagement* yang ada di PT. XYZ.

3.7.2 Variabel Endogen

Variabel endogen adalah variabel yang terdiri dari beberapa konstruk pengukuran yang bertindak sebagai variabel dependen dalam model penelitian (Hair,

2014). Variabel ini secara teori ditentukan oleh faktor-faktor dalam model. Dengan demikian, variabel ini bergantung dengan variabel lain dan secara visual digambarkan oleh jalur ke konstruk endogen dari konstruk eksogen. Variabel yang bertindak sebagai variabel endogen dalam penelitian ini adalah variabel *employee engagement* (pada H1, H2, H3) serta *employee performance* pada H4.

3.7.2.1 Employee Performance (EP)

Employee performance adalah seluruh tindakan yang dilakukan karyawan untuk berkontribusi terhadap tujuan perusahaan, di mana seluruh tindakan tersebut dapat diukur dan diberikan penilaian (Lin et al., 2008). *Employee performance* merupakan hal yang sangat penting karena *employee performance* yang tinggi dapat membantu perusahaan dalam mencapai tujuan dan keberhasilan perusahaan.

Variabel ini diukur dengan menggunakan skala *likert* 1 sampai 5. Skala 1 menunjukkan rendahnya *employee performance* PT. XYZ dan skala 5 menunjukkan tingginya *employee performance* PT. XYZ.

3.8 Definisi Operasional Variabel

Dalam melakukan penelitian, diperlukan indikator yang sesuai untuk dapat mengukur variabel yang diteliti secara akurat. Indikator tersebut juga berguna untuk memperjelas definisi berbagai variabel yang digunakan. Pada bagian ini, penulis akan menjelaskan definisi operasional variabel untuk mempermudah pembaca dalam memahami variabel yang digunakan dalam penelitian ini serta untuk menyamakan persepsi penulis dan pembaca dalam mendefinisikan permasalahan yang dibahas dalam penelitian ini.

Tabel 3. 3 Tabel Operasionalisasi Variabel

No.	Variabel Penelitian (Definisi Operasional)		Indikator	Skala Pengukuran	Sumber Indikator
1.	<i>Work Environment</i> adalah suatu atmosfer di mana individu, situasi, dan kejadian dapat mempengaruhi seseorang dalam bekerja (Anitha J. dan Aruna, 2016).	1.	Saya merasa puas dengan ruang kerja saya.	<i>Likert Scale</i> 1-5	Hanaysha, J. (2016). <i>Testing the Effects of Employee Engagement, Work Environment, and Organizational Learning on Organizational Commitment</i> . <i>Procedia - Social and Behavioral Sciences</i> .
		2.	Saya merasa puas dengan tempat kerja saya yang bersih.		
		3.	Saya merasa adanya jarak yang memadai antara saya dengan rekan kerja saya.		
		4.	Saya merasa lingkungan kerja saya tenang.		
		5.	Menurut saya, ruang kerja saya menarik secara visual.		
2.	<i>Training</i> adalah sebuah aktivitas yang melengkapi karyawan dengan pengetahuan dan keterampilan agar karyawan dapat bekerja lebih efektif (Blanchard dan Thacker, 2012).	1.	Saya diberikan kesempatan <i>training</i> yang cukup untuk memenuhi perubahan kebutuhan di tempat kerja.	<i>Likert Scale</i> 1-5	Hanaysha, J., & Tahir, P. R. (2016). <i>Examining the Effects of Employee Empowerment, Teamwork, and Employee Training on Job Satisfaction</i> . <i>Procedia - Social and Behavioral Sciences</i>
		2.	<i>Function</i> saya mendukung saya untuk mengikuti <i>training</i> .		
		3.	Secara keseluruhan, <i>training</i> yang saya terima bermanfaat untuk pekerjaan saya.		
		4.	Secara keseluruhan, <i>training</i> yang saya terima memenuhi kebutuhan saya.		
		5.	Secara keseluruhan, saya merasa puas dengan jumlah <i>training</i> yang saya dapatkan.		

No.	Variabel Penelitian (Definisi Operasional)		Indikator	Skala Pengukuran	Sumber Indikator
3.	<i>Compensation</i> adalah segala bentuk pembayaran kepada karyawan yang berasal dari pekerjaan mereka yang terdiri dari 2 komponen utama yaitu <i>direct financial payments</i> (terdiri dari <i>wages, salaries, commissions, dan bonuses</i>) serta <i>indirect financial payments</i> (terdiri dari <i>financial benefit</i> berupa asuransi karyawan dan liburan) (Dessler, 2013).	1.	Di perusahaan, saya diberikan imbalan finansial selain gaji.	<i>Likert Scale</i> 1-5	Resurreccion, Pamela F. (2012). <i>Performance Management and Compensation as Drivers of Organization Competitiveness: The Philippine Perspective. International Journal of Business and Social Science.</i>
		2.	Insentif berupa uang tunai yang diberikan perusahaan bertujuan untuk memotivasi saya.		
		3.	Perusahaan memberikan kompensasi lembur yang memadai.		
		4.	Perusahaan memberikan kompensasi berdasarkan pencapaian saya.		
4.	<i>Employee Engagement</i> adalah tingkatan keterikatan karyawan di mana karyawan yang <i>engaged</i> mendedikasikan sumber daya mereka (kognitif, emosional, dan fisik) untuk bekerja dan berkontribusi untuk mencapai tujuan perusahaan (Rich, <i>et al.</i> 2010).	1.	Saya antusias dengan pekerjaan saya.	<i>Likert Scale</i> 1-5	Hanaysha, J. (2016). <i>Testing the Effects of Employee Engagement, Work Environment, and Organizational Learning on Organizational Commitment. Procedia - Social and Behavioral Sciences.</i>
		2.	Saya merasa energik dalam mengerjakan pekerjaan saya.		
		3.	Saya dapat melakukan pekerjaan saya dalam jangka waktu yang lama.		
		4.	Saya merasa pekerjaan saya memberikan dampak yang signifikan.		
		5.	Saya bangga dengan pekerjaan yang saya lakukan.		

No.	Variabel Penelitian (Definisi Operasional)		Indikator	Skala Pengukuran	Sumber Indikator
5.	<i>Employee Performance</i> adalah seluruh tindakan yang dilakukan karyawan untuk berkontribusi terhadap tujuan perusahaan, di mana seluruh tindakan tersebut dapat diukur dan diberikan penilaian (Lin et al., 2008)	1.	Saya selalu menyelesaikan pekerjaan saya dengan tepat waktu.	<i>Likert Scale</i> 1-5	Pradhan, R. K., & Jena, L. K. (2016). <i>Employee Performance at Workplace: Conceptual Model and Empirical Validation. Business Perspectives and Research Journal</i>
		2.	Saya dapat melakukan berbagai pekerjaan untuk mencapai tujuan perusahaan.		
		3.	Saya selalu berkoordinasi dengan baik dengan rekan kerja saya.		
		4.	Saya mampu mengerjakan tugas saya tanpa membutuhkan banyak pengawasan dari atasan saya.		
		5.	Saya dapat menghadapi berbagai bentuk perubahan dalam situasi apapun.		

Sumber: data penulis, 2019

3.9 Teknik Pengolahan Analisis Data

3.9.1 Metode Analisis Data *Pre-test* Menggunakan Faktor Analisis

Faktor analisis adalah teknik yang saling terkait dengan tujuan utama untuk menentukan struktur antar variabel yang dianalisis (Hair, 2014). Dengan melakukan faktor analisis, peneliti dapat menguji pola atau hubungan antar variabel dan dapat menentukan apakah informasi tersebut dapat diringkas dalam serangkaian faktor yang lebih kecil.

3.9.1.1 Uji Validitas

Uji validitas adalah suatu uji yang digunakan untuk mengetahui sejauh mana sebuah pengukuran dapat secara akurat mewakili suatu konsep yang diteliti (Hair, 2014). Suatu indikator dapat dikatakan valid jika pertanyaan indikator mampu menggambarkan variabel yang sedang diukur. Semakin tinggi tingkat validitas akan semakin baik sebuah penelitian. Uji validitas dilakukan dengan menggunakan teknik *factor analysis*, di mana ketentuan validitas adalah sebagai berikut:

Tabel 3. 4 Uji Validitas

No.	Ukuran Validitas	Nilai Disyaratkan
1.	<i>Kaiser Meyer-Olkin (KMO) Measure of Sampling Adequacy</i> Merupakan sebuah indeks untuk menguji kecocokan faktor analisis.	Nilai KMO ≥ 0.5 mengindikasikan analisis faktor analisis bernilai valid, sedangkan nilai KMO < 0.5 mengindikasikan analisis faktor analisis bernilai tidak valid (Malhotra dan Birks, 2008).
2.	<i>Bartlett's Test of Sphericity</i> Merupakan uji statistik untuk menguji hipotesis apakah variabel saling berhubungan ($r = 1$) atau tidak berhubungan ($r = 0$).	Hasil uji signifikan jika bernilai < 0.05 (Malhotra dan Birks, 2008).
3.	<i>Anti Image Matrices (Measure of Sampling Adequacy)</i> Digunakan untuk mengukur antar variabel, apakah suatu variabel memiliki kesalahan terhadap variabel lain.	Nilai MSA antara 0.5 dan 1, menandakan faktor analisis sesuai. Nilai MSA < 0.5 , menandakan faktor analisis tidak sesuai (Malhotra dan Birks, 2008).
4.	<i>Factor Loading of Component Matrix</i> Mengukur validitas setiap indikator yang membentuk suatu variabel.	Suatu indikator dikatakan valid jika indikator tersebut memiliki faktor loading diatas 0.5 (Malhotra dan Birks, 2008).

Sumber: diolah oleh peneliti, 2019

3.9.1.2 Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas adalah suatu uji yang dilakukan untuk mengukur sejauh mana sekumpulan indikator variabel laten bersifat konsisten dalam pengukuannya (Hair, 2014). Uji reliabilitas digunakan untuk memastikan konsistensi hasil pengukuran meskipun digunakan berkali-kali oleh responden yang berbeda. Suatu penelitian dapat dikatakan reliabel jika *coefficient alpha* bernilai > 0.7 (Hair, 2014).

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

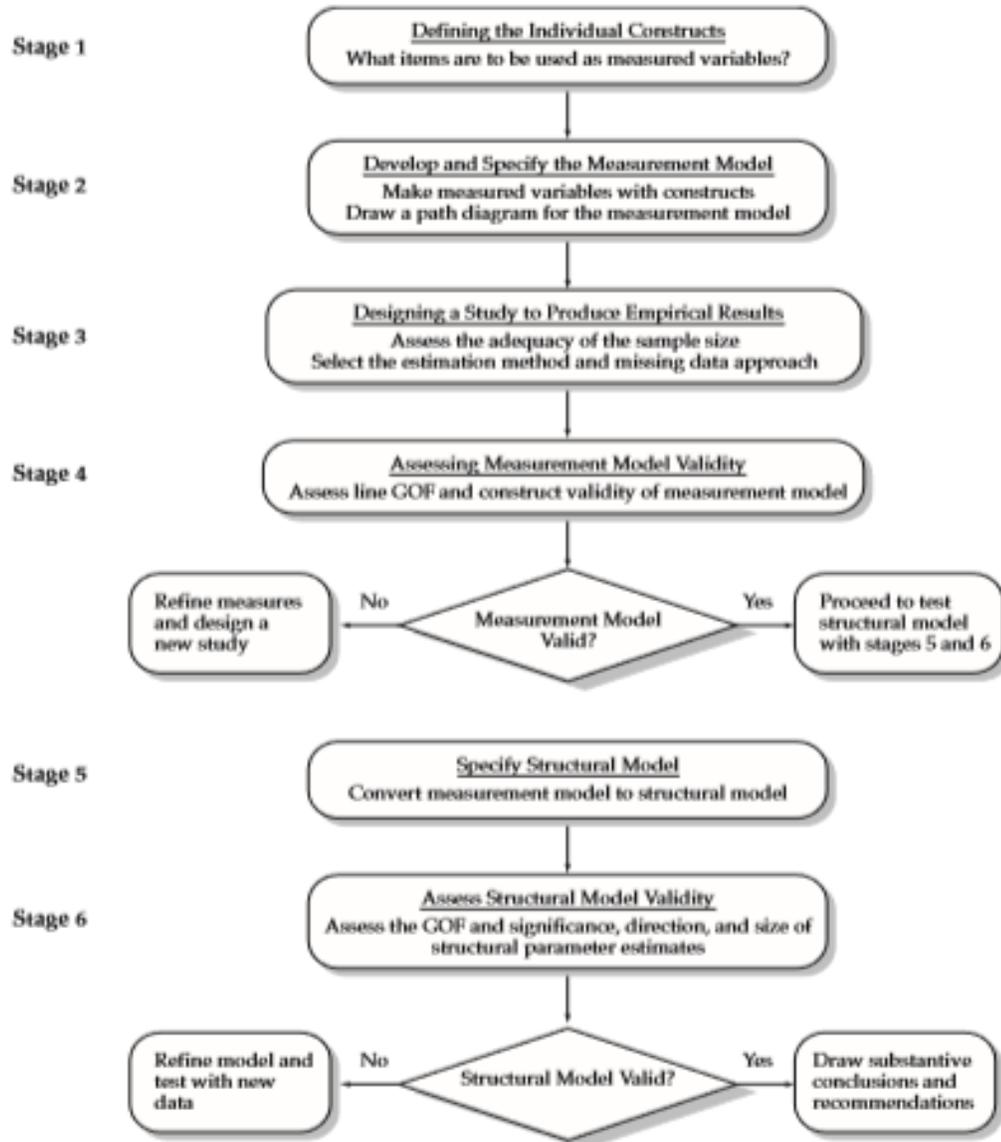
Dalam penelitian ini, data akan dianalisis menggunakan *structural equation modeling* (SEM). SEM adalah sebuah teknik *multivariate* yang mengombinasikan beberapa aspek dalam faktor analisis dan regresi berganda yang memungkinkan peneliti untuk menguji serangkaian hubungan yang saling terkait antar variabel yang diukur dan konstruk laten (Hair, 2014). *Software* yang digunakan penulis adalah IBM AMOS versi 20 untuk melakukan uji validitas, reliabilitas, dan uji hipotesis penelitian. Hasil uji dibedakan menjadi 2 jenis yaitu analisis model pengukuran dan analisis model struktural.

3.9.2.1 Variabel dalam SEM

Dalam *Structural Equation Modeling* terdapat 2 jenis variabel, yaitu variabel laten (*latent variable*) dan variabel terukur (*measured variable*) atau variabel teramati (*observed variable*). Variabel laten adalah konsep yang dihipotesiskan dan tidak teramati yang diwakilkan dengan variabel terukur atau teramati (Hair, 2014). Variabel laten terbagi menjadi variabel eksogen yang merupakan variabel bebas dan variabel endogen yang merupakan variabel terikat. Sedangkan, variabel terukur biasa disebut sebagai indikator yang pengukurannya didapatkan dari berbagai metode pengumpulan data.

3.9.2.2 Tahapan Prosedur SEM

Menurut Hair (2014), terdapat enam tahapan dan pembentukan SEM, yaitu:



Gambar 3. 1 Tahapan dan Pembentukan SEM

Sumber: Hair, 2014

Tahap pertama dalam pembentukan SEM adalah menentukan konstruk individual. Sebelum melakukan pengolahan data penelitian, peneliti perlu menentukan *items* yang digunakan untuk mengukur variabel. Peneliti perlu memastikan *measurement* yang akan digunakan akan menghasilkan kesimpulan yang valid. Setiap *item* pengukuran akan menjadi fondasi dalam analisis SEM sehingga peneliti perlu memastikan kualitas *measurement* yang akan digunakan.

Selanjutnya di tahap kedua, peneliti menentukan dan menspesifikasikan *measurement model*. Pada tahap ini, peneliti perlu menspesifikasikan *measurement model*. Setiap variabel laten yang terdapat dalam model penelitian diidentifikasi dan indikator variabel yang terukur dianggap sebagai konstruk variabel laten.

Pada tahapan yang ketiga, peneliti membuat penelitian yang bertujuan untuk menciptakan hasil yang empiris. Peneliti menentukan estimasi dan *research design* dalam penelitian. Dalam *research design*, peneliti menentukan tipe data yang akan digunakan, pengaruh dari *missing data*, serta pengaruh dari ukuran *sample*. Setelah itu, peneliti menentukan metode estimasi, algoritma matematika yang akan digunakan untuk mengidentifikasi setiap parameter bebas.

Pada tahap keempat, peneliti perlu melakukan pengujian validitas *measurement model*. Setelah menspesifikasikan *measurement model*, mengumpulkan jumlah data yang cukup, dan membuat keputusan seperti teknik estimasi, peneliti kemudian menguji validitas *measurement model* yang sedang diteliti. Validitas *measurement model* bergantung pada tingkat *goodness-of-fit* dari *measurement model* dan bergantung pada bukti spesifik dari validitas variabel.

Selanjutnya, peneliti menguraikan *structural model* secara spesifik. Pada tahap ini peneliti menentukan hubungan satu variabel dengan variabel lain sesuai dengan model penelitian yang akan diuji sehingga di tahap ini perlu ditentukan hipotesis penelitian yang akan menunjukkan hubungan yang akan diuji.

Kemudian, penulis menentukan validitas *structural model*. Tahap ini merupakan tahap akhir di mana peneliti menguji validitas *structural model* dan melakukan uji hipotesis. Jika *measurement model* belum lolos uji validitas dan reliabilitas di tahap 4, maka tahap 5 dan tahap 6 tidak dapat dilakukan.

3.9.2.3 Kecocokan Model Pengukuran (Measurement Model Fit)

Kecocokan model pengukuran akan diuji pada setiap model pengukuran melalui uji validitas dan uji reliabilitas. Menurut Hair (2014), validitas menentukan seberapa akurat suatu penelitian. Konstruk validitas adalah sejauh mana serangkaian *item* yang diukur dapat mencerminkan variabel laten. Dengan demikian validitas sangat berkaitan dengan keakuratan pengukuran. Sedangkan, uji reliabilitas menentukan seberapa konsisten dan stabil sebuah indikator dalam penelitian (Sekaran dan Bougie, 2016). Konsistensi mengindikasikan seberapa baik indikator dapat mengukur sebuah konsep secara keseluruhan.

1. Evaluasi terhadap validitas data

Suatu variabel dapat dikatakan valid jika:

- a. *Standardized factor loading* ≥ 0.50 .
- b. Nilai *t* dalam *loading factors* lebih besar dari nilai kritis (≥ 1.96).

2. Evaluasi terhadap reliabilitas data

Suatu variabel dapat dikatakan reliabel jika:

- a. *Average Variance Extracted* (AVE) bernilai ≥ 0.50 .
- b. Nilai *construct reliability* (CR) ≥ 0.70 .

3.9.2.4 Kecocokan Model Struktural

Goodness of Fit (GOF) atau uji kecocokan model menunjukkan seberapa baik model menghasilkan matriks kovarian diantara item indikator (Hair, 2014). Ukuran *Goodness of Fit* (GOF) dibedakan menjadi 3 bagian, yaitu *absolute measures*, *incremental measures*, dan *parsimony measures*.

1. *Absolute fit measures*: pengukuran yang dilakukan untuk mengukur keseluruhan *goodness of fit measurement model* dan *structural model*. Pengukuran ini tidak membuat perbandingan terhadap *incremental fit measure* atau menyesuaikan jumlah parameter dalam model estimasi (*parsimony fit measure*).
2. *Incremental fit measures*: pengukuran yang bertujuan untuk menilai seberapa cocok model yang diusulkan jika dibandingkan dengan model dasar. Model dasar adalah model yang terdiri dari beberapa variabel terukur yang tidak terkait satu sama lain.
3. *Parsimony fit measures*: pengukuran yang digunakan untuk mengukur keseluruhan *goodness of fit* yang mewakili tingkat kecocokan model per koefisien estimasi. Ukuran ini bertujuan untuk mengevaluasi penghematan model dibandingkan dengan *goodness of fit*.

Dalam uji *structural model* yang menggunakan teknik *goodness of fit*, ada beberapa ketentuan yang harus diperhatikan, diantaranya:

1. Nilai *Chi-Square* atau χ^2
2. *Degrees of Freedom* (DF)
3. *Absolute Fit Indices* (GFI, RMSEA, SRMR, *Normed Chi-Square*)
4. *Incremental Fit Indices* (NFI, TLI, RNI)
5. *Parsimony Fit Indices* (AGFI, PNFI)

Tabel 3. 5 Characteristics of Different Fit Indices Demonstrating GOF

FIT INDICES		CUTOFF VALUES FOR GOF INDICES					
		N < 250			N > 250		
		m ≤ 12	12 < m < 30	M ≥ 30	m < 12	12 < m < 30	M ≥ 30
Absolute Fit Indices							
1	Chi-Square (χ^2)	Insignificant p-values expected	Significant p-values even with good fit	Significant p-values expected	Insignificant p-values even with good fit	Significant p-values expected	Significant p-values expected
2	GFI	GFI > 0.90					
3	RMSEA	RMSEA < 0.08 with CFI ≥ 0.97	RMSEA < 0.08 with CFI ≥ 0.95	RMSEA < 0.08 with CFI ≥ 0.92	RMSEA < 0.07 with CFI ≥ 0.97	RMSEA < 0.07 with CFI ≥ 0.92	RMSEA < 0.07 with RMSEA ≥ 0.90
4	SRMR	Biased upward, use other indices	SRMR ≤ 0.08 (with CFI ≥ 0.95)	SRMR < 0.09 (with CFI > 0.92)	Biased upward, use other indices	SRMR ≤ 0.08 (with CFI > 0.92)	SRMR ≤ 0.08 (with CFI > 0.92)
5	Normed Chi-Square (χ^2/DF)	$(\chi^2/DF) < 3$ is very good or $2 \leq (\chi^2/DF) \leq 5$ is acceptable					
Incremental Fit Indices:							
1	NFI	$0 \leq NFI \leq 1$, model with perfect fit would produce an NFI of 1					
2	TLI	TLI ≥ 0.97	TLI ≥ 0.95	TLI > 0.92	TLI ≥ 0.95	TLI > 0.92	TLI > 0.90
3	CFI	CFI ≥ 0.97	CFI ≥ 0.95	CFI > 0.92	CFI ≥ 0.95	CFI > 0.92	CFI > 0.90
4	RNI	May not diagnose misspecification well	RNI ≥ 0.95	RNI > 0.92	RNI ≥ 0.95, not used with N > 1,000	RNI > 0.92, not used with N > 1,000	RNI > 0.90, not used with N > 1,000
Parsimony Fit Indices:							
1	AGFI	No statistical test is associated with AGFI, only guidelines to fit					
2	PNFI	$0 \leq NFI \leq 1$, relatively high values represent relatively better fit					
Note: m=number of observed variables; N applies to number of observations per group when applying CFA to multiple groups at the same time							
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:							
<ol style="list-style-type: none"> 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.)							

Sumber: Hair, et al. (2010)

3.9.3 Testing Structural Relationship

Menurut Hair (2014), model *fit* saja tidak cukup untuk mendukung teori struktural yang diusulkan. Sehingga penulis harus memastikan beberapa hal yaitu:

1. Jika standar koefisien bernilai ≥ 0 maka menunjukkan bahwa setiap variabel memiliki hubungan yang positif. Sedangkan, jika standar koefisien bernilai < 0 , maka setiap variabel memiliki hubungan negatif.
2. Jika nilai *p-value* sebesar ≤ 0.05 , maka hipotesis penelitian tidak ditolak atau terdapat pengaruh yang signifikan antar variabel karena tingkat *error* bernilai dibawah 0.05. Namun, jika hasil *p-value* bernilai > 0.05 , maka hipotesis penelitian ditolak atau tidak memiliki pengaruh yang signifikan antar variabel karena tingkat *error* melebihi 0.05.