



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

Pada sub bab kali ini peneliti akan menjelaskan secara singkat sejarah perusahaan, visi dan misi, profile perusahaan, serta nilai – nilai atau value yang ada pada PT. ABC. PT. ABC merupakan salah satu perusahaan yang bergerak dibidang *property* khususnya mengurus gedung – gedung hotel atau apartement yang di miliki oleh Paramount. Dalam tugas nya PT. ABC mempunyai tanggung jawab dalam mengelola dan memperbaiki kerusakan pada gedung apartement dan hotel.

3.1.1 Sejarah Perusahaan

PT. ABC sendiri berdiri atas dasar adanya lini bisnis dalam naungan Paramount. PT. ABC di di bentuk pada tahun 2012 dan baru disahkan menjadi PT sendiri pada tahun 2014 dibawah naungan brand resort dan hotel yang juga berada dalam *management* Paramount Enterprise. Dengan fokus bisnis yang terarah dalam bidang *property* khususnya dalam *management building*. Tugas dari PT. ABC adalah mengelola, mengatur, dan bertanggung jawab terhadap gedung – gedung milik Paramount itu sendiri. Adapun *brand* yang menjadi tanggung jawab PT. ABC untuk saat ini adalah Ara Hotel dan Apartement, Atria Hotel, Apartement Beverly, dan ruko Times Square yang berada di Gading Serpong.

3.1.2 Visi dan Misi Perusahaan

Berikut adalah visi dan misi dari PT. ABC:

Visi: *To be globally recognized as the most inspiring hospitality management in the region* (Dikenal sebagai salah satu manajemen perhotelan yang menginspirasi di Asia Pasifik).

Misi:

1. *Dedicated to promote genuine Asian hospitality and professionalism, providing best values to stakeholders* (Berdedikasi untuk mempromosikan keramahan Asia yang bersifat tulus dan profesional,serta memberi nilai yang baik untuk para stakeholder).
2. *Build and manage 99 hotels, resort, and residences, and provide employment wherever we are located* (Membangun dan mengelola 99 hotel, resort dan hunian serta menyediakan lapangan pekerjaan di mana pun kami berada).

3.1.3 Nilai – Nilai PT. ABC

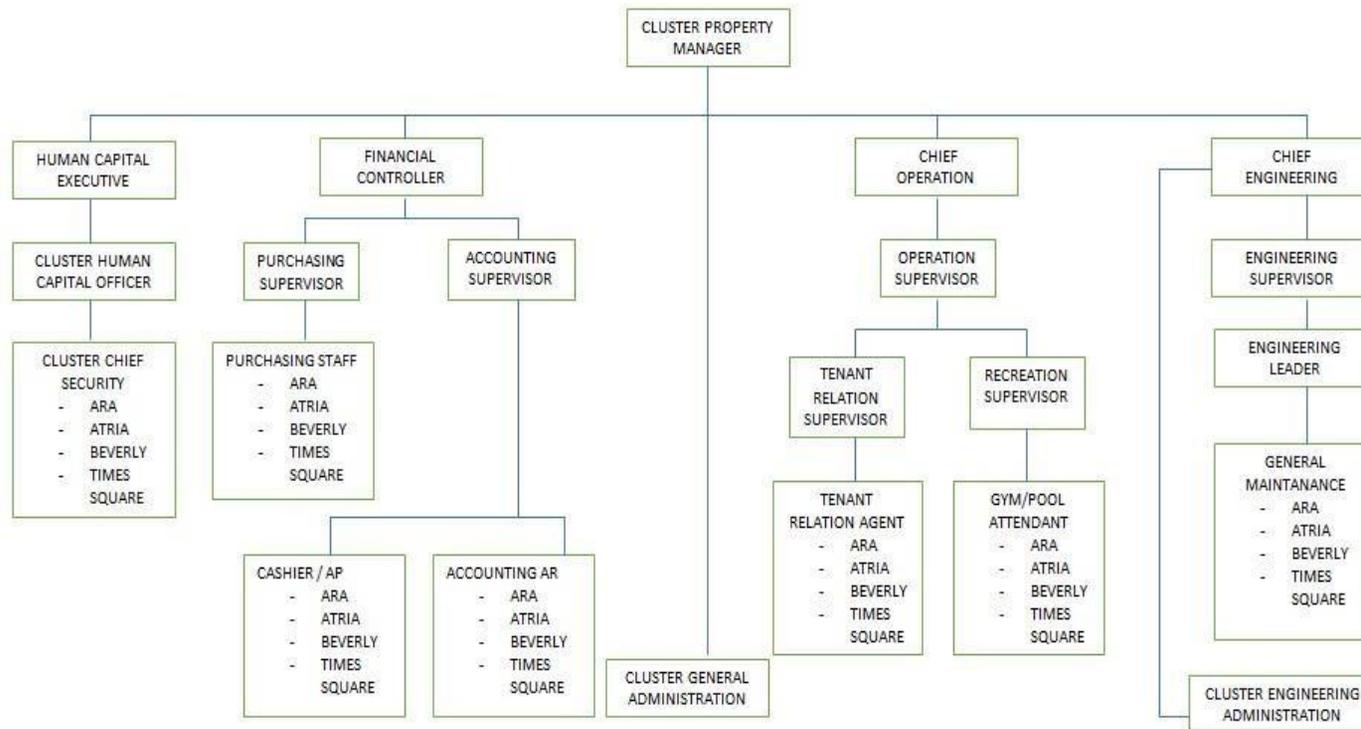
Berikut adalah nilai – nilai yang ada dalam lingkungan perusahaan di PT.ABC:

1. *Integrity* (Integritas)
 - a. *Harmony in words and actions* (Keselarasan kata dan karya).
 - b. *Open to feedbacks* (Keterbukaan terhadap masukan).
 - c. *Consistency in holding the principle* (Keteguhan dalam memegang prinsip).
2. *Stewardship* (Penata layanan)
 - a. *Understand the mandate* (Memahami amanat).
 - b. *Fulfill the commitment to the end* (Memenuhi komitmen hingga akhir).
 - c. *Always self improving* (Senantiasa memperbaiki diri).
 - d. *Responsible to the work result* (Bertanggung jawab atas hasil kerja).

3. *Respect* (Rasa hormat)

- a. *Treat others like I want to be treated* (Memperlakukan orang lain sebagaimana saya ingin diperlakukan)
- b. *Focus when listening to the message delivered to gain understanding* (Fokus ketika menyimak pesan yang disampaikan mitra bicara untuk memahaminya).
- c. *Understand the difference and try to find consensus that accommodate general importance* (Menghargai perbedaan dan mengusahakan mufakat yang mengakomodasi kepentingan bersama).

3.1.4 Struktur Organisasi



Sumber: Data Perusahaan (2014)

Gambar 3.1 Struktur Organisasi PT.ABC

3.2 Research Design

Research design adalah rencana dan struktur yang telah disusun untuk memperoleh jawaban dari pertanyaan penelitian. Rencana ini sendiri merupakan keseluruhan program atau skema yang ada di dalam suatu penelitian. Hal ini meliputi beberapa garis besar tentang apa yang diteliti oleh peneliti dari penulisan hipotesis penelitian serta implikasi operasional nya pada data analisis terakhir (Copper & Schilinder, 2011).

3.2.1 Metodologi Penelitian

Menurut Zikmund *et al.* (2013), suatu penelitian memiliki metode yang bisa dibagi menjadi 2 bagian, yaitu:

1. Qualitative Research

Penelitian ini dilakukan untuk menjelaskan serta membahas tujuan bisnis melalui teknik yang memungkinkan peneliti menyediakan interpretasi berbentuk fenomena yang ambigu dan bergantung pada pengukuran numerik. Pengumpulan data secara kualitatif biasanya menggunakan cara seperti *in dept interview* dan *focus group discussion*. Penelitian kualitatif dilakukan dengan tujuan untuk mendapatkan wawasan baru dan menyempurnakan penelitian berikutnya. Biasanya sample yang di butuhkan dalam penelitian ini bersifat cenderung lebih sedikit.

2. Quantitative Research

Penelitian ini dilakukan untuk membahas tujuan bisnis dari penelitian melalui penilaian yang bersifat empiris dan menggunakan pengukuran numerik serta analisis. *Quantitative research* melibatkan standar tindakan

manajerial ketika menetapkan tujuan bisnis. biasanya sampel yang di butuhkan dalam penelitian kuantitatif bersifat cenderung lebih besar.

Berdasarkan metode yang sudah dijelaskan diatas mengenai *qualitative research* dan *quantitative research*, pada penelitian kali ini, peneliti menggunakan metode *quantitative research* karena penelitian dilakukan berdasarkan penilaian empiris dan menggunakan pengukuran numerik serta analisis. Peneliti menggunakan *quantitative research* karena berdasarkan data yang dihasilkan setelah menyebarkan kuesioner penelitian, nanti nya akan di olah dan di analisa secara statistik dan dalam bentuk numerik.

3.2.2 Jenis – Jenis Penelitian

Menurut Zikmund *et al.* (2013), terdapat jenis penelitian yang bisa dikelompokkan menjadi tiga berdasarkan tujuannya yaitu:

1. Exploratory Research

Adalah penelitian yang berfungsi untuk mengklarifikasi situasi yang bersifat ambigu dan untuk menemukan ide baru yang bisa berpotensi menjadi peluang bisnis. *Exploratory research* dilakukan dengan harapan bahwa penelitian tambahan akan diperlukan untuk memberikan bukti yang lebih konklusif.

2. Descriptive Research

Adalah penelitian yang berfungsi untuk menjelaskan karakteristik dari objek, orang, *group*, serta organisasi maupun industri. *Descriptive research* biasanya menjelaskan dan menggambarkan situasi melalui pertanyaan siapa, apa, kapan, dimana dan bagaimana.

3. *Causal Research*

Merupakan penelitian yang mengidentifikasi adanya hubungan sebab akibat, jika sesuatu menimbulkan suatu efek maka hal itu akan membawa efek sebagai hasilnya.

Berdasarkan metode yang sudah dijelaskan di atas mengenai tujuan penelitian yaitu *exploratory research*, *descriptive research* dan *causal research*, peneliti menggunakan metode *descriptive research* karena melalui penyebaran kuesioner yang telah dilakukan, serta hasil *in dept interview* yang sudah dilakukan, penulis mendapatkan hasil yang menggambarkan karakteristik dari objek, organisasi dan industry melalui variabel yang terdapat dalam penelitian kali ini yaitu terkait dengan *transformational leadership*, *work engagement*, *organizational identification*, serta *organizational citizenship behavior*.

3.3. Ruang Lingkup Penelitian

3.3.1 Target Population

Menurut Zikmund *et al.* (2013), arti dari populasi sendiri ialah setiap entitas dari *group* yang mempunyai beberapa karakteristik yang cenderung sama. Biasanya dalam penelitian, *target population* harus di pertimbangkan dan di rumuskan secara detail karena hal tersebut berdampak pada hasil data yang akan didapatkan. Pada penelitian kali ini peneliti telah menentukan, yang menjadi *target population* adalah semua karyawan PT. ABC yang berasal dari berbagai divisi dan minimal lama bekerja adalah satu tahun.

3.3.2 Sampling Techniques

Menurut Zigmund *et al.*(2013), *sampling* dapat dibagi ke dalam 2 kategori utama yaitu *probability techniques* dan *nonprobability techniques*.

3.3.2.1 Probability Sampling

Probability sampling sendiri adalah tehnik pengambilan sampel dimana setiap elemen populasi sudah diketahui serta memiliki probabilitas atau peluang untuk terpilih menjadi subjek *sampling*. Biasanya suatu elemen populasi memiliki *true randomness* untuk proses seleksi nya (Zigmund *et al.*, 2013).

Berikut merupakan beberapa metode atau cara dalam teknik pengambilan data *probability sampling*:

1. Simple Random Sampling

Adalah tehnik *sampling* yang semua elemen dalam populasi nya akan dipertimbangkan sehingga mempunyai kesempatan sama untuk terpilih menjadi *sample*.

2. Systematic Sampling

Adalah tehnik *sampling* yang semua prosedur nya di pilih dengan proses acak dari setiap elemen nya kemudian sampel ke – n akan diambil dan di pilih dengan cara acak.

3. Stratified Random Sampling

Tehnik ini akan dilakukan dengan cara membagi segmen dari setiap sampel yang acak, lalu diambil berdasarkan lapisan populasi yang sudah terbentuk.

4. Cluster Sampling

Adalah tehnik *sampling* yang mengidentifikasi kelompok yang memiliki heterogenitas, lalu mengambil sampel dari kelompok yang sudah dipilih secara acak.

5. *Multistage Area Sampling*

Adalah tehnik *sampling* yang mengikut sertakan penggabungan antara 2 atau lebih tehnik *sampling* yang ada dalam *probability sampling*.

3.3.2.2 Nonprobability Sampling

Menurut Zigmund *et.al* (2013). *Nonprobability sampling* adalah tehnik *sampling* dimana setiap elemen atau unit sampel sudah di pilih berdasarkan dari penelitian pribadi. Di dalam *nonprobability sampling* terdapat beberapa tehnik yaitu sebagai berikut:

1. *Convenience Sampling*

Adalah tehnik *sampling* yang dilakukan dengan cara mendapatkan orang atau sampel atau responden yang paling mudah untuk di dapatkan.

2. *Judgement sampling*

Adalah tehnik *nonprobability sampling* dimana setiap sampel atau individu akan dipilih berdasarkan penilaian pribadi maupun berdasarkan karakteristik yang diperlukan dan di tentukan oleh peneliti.

3. *Quota Sampling*

Adalah tehnik *sampling* yang memastikan sampel yang berasal dari beberapa sub *group* dari suatu populasi dapat mempresentasikan karakteristik yang sesuai dengan apa yang diinginkan peneliti.

4. *Snowball Sampling*

Adalah tehnik sampling dimana semua responden yang berada di awal akan dipilih menggunakan metode probabilitas lalu, sampel akan ditentukan dari informasi yang didapat dari responden yang sudah ada.

Berdasarkan dari penjelasan diatas mengenai *probability sampling* dan *nonprobability sampling*, maka pada penelitian kali ini peneliti menggunakan teknik *nonprobability sampling* dan yang dipakai adalah metode *judgement sampling*. Karena peneliti mengambil dan memilih beberapa karakteristik khusus, yaitu peneliti memiliki kriteria untuk responden yang akan diteliti pada karyawan PT.ABC. peneliti menentukan beberapa kriteria sebagai berikut yaitu responden harus karyawan yang bekerja di PT.ABC dari beberapa divisi, lalu minimal waktu lama bekerja adalah karyawan yang sudah bekerja minimal satu tahun.

3.3.3 Sampling Size

Sampling size merupakan jumlah elemen yang nantinya akan peneliti masukan ke dalam penelitian, pada saat menentukan jumlah sampel yang akan di masukan akan ditentukan berdasarkan jumlah dari pertanyaan penelitian (Hair *et al.*, 2014). Penentuan ini menggunakan metode perhitungan $n \times 5$ obesrvasi sampai $n \times 10$ observasi. Pada penelitian kali ini peneliti menggunakan 18 *measurement* untuk mengukur empat variabel. Sehingga peneliti akan menggunakan obervasi $n \times 5$ diamana 17×5 adalah 85 responden, tetapi karena peneliti menggunakan software Amos maka minimal responden yang dibutuhkan adalah 100 responden.

3.4. Teknik Pengumpulan Data

3.4.1. Sumber dan Cara Pengumpulan Data

Menurut Malhotra (2013), data yang ada di dalam penelitian dapat di peroleh melalui 2 sumber yaitu:

1. *Primary Data*

Primary data adalah informasi yang di dapatkan peneliti tentang suatu variabel melalui data hasil survey.

2. *Secondary Data*

Secondary data adalah data yang di dapatkan untuk digunakan dengan tujuan tertentu atau selain dari masalah penelitian yang sedang di hadapi, *secondary data* bisa bersumber dari organisasi, dari pemerintah, maupun dari internet.

Berdasarkan penjelasan yang sudah di paparkan diatas mengenai metode *primary data* dan *secondary data*, pada penelitian kali ini peneliti menggunakan kedua metode tersebut yaitu *primary data* dan *secondary data*. Dimana data *primary* yang didapatkan peneliti berasal dari *in depth interview* yang sudah peneliti lakukan untuk memperoleh informasi tentang fenomena yang ada pada perusahaan tersebut serta penyebaran kuesioner guna mendapatkan data untuk penelitian. Sementara itu peneliti mendapatkan *secondary data* melalui penelitian terdahulu yang bersumber dari jurnal – jurnal, artikel, buku, serta internet.

3.4.2. Metode Pengumpulan Data

1. Dalam penelitian ini peneliti mengumpulkan informasi yang dibutuhkan dari artikel, buku, serta jurnal untuk mendukung data dan model penelitian dari penelitian ini.

2. Peneliti menyusun kerangka kuesioner dengan memasukan *measurement* dan profiling. Lalu tahap selanjut nya peneliti memilih kata – kata yang dianggap baik dan tetap agar pertanyaan lebih mudah dimengerti.
3. Peneliti kemudian melakukan *pre test* pada 30 karyawan lalu jika sudah terkumpul 30 responden maka peneliti akan mengolah data tersebut melalui SPSS untuk melakukan uji reliabilitas dan validitas, serta melakukan pengecekan kembali pada *measurement* kuesioner dan menyebarkan kuesioner lagi untuk mengumpulkan data *main test*.
4. Setelah peneliti melakukan *pre test*, maka akan dilanjutkan ke *maintest* dengan ketentuan responden $n \times 5$.
5. Data kuesioner yang telah di dapat kemudian diolah kembali menggunakan software Amos.

3.5. Periode Penelitian

Dalam penelitian kali ini, peneliti memulai penelitian yang dimulai dari bulan Februari 2020 – Mei 2020, dimana peneliti melakukan pencarian fenomena melalui *in depth interview* yang peneliti lakukan terhadap beberapa karyawan PT. ABC. Lalu setelah mendapatkan fenomena peneliti menyebarkan kuesioner pre – test yang memerlukan waktu kurang lebih dari 9 Maret – 16 Maret dan periode mengolah data dilakukan dari 17 Maret – 19 Maret, jumlah responden untuk pre – test adalah 30 responden. Lalu setelah dilakukan pre – test, peneliti kembali menyebarkan kuesioner untuk main – test yang di sebarkan membutuhkan periode waktu dari 27 Maret – 22 April, periode pengolahan data adalah dari 26 April – 16 Mei .

3.6 Skala Pengukuran

Pada penelitian kali ini skala pengukuran yang digunakan peneliti yaitu *likert scale* 5. Semua variabel yang ada di penelitian kali ini akan di ukur oleh *likert scale* 1- 5 yang penjelasannya adalah sebagai berikut:

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

Tabel 3.1 Tabel Skala Pengukuran *Likert*

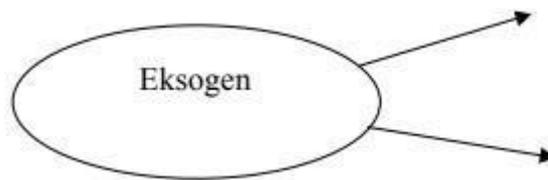
Sumber : Hasil Pengolahan Data primer

3.7. Identifikasi Variabel Penelitian

3.7.1. Variabel Eksogen

Menurut Hair *et al.* (2014), variabel eksogen merupakan variabel bebas pada penelitian, yang memiliki persamaan pada model penelitian. Variabel eksogen memiliki notasi matematik yang berasal dari huruf Yunani ζ ("ksi"). Variabel eksogen biasanya terlihat dari gambarnya yang dimana terdapat lingkaran dengan anak panah yang menuju ke variabel lain. Pada penelitian ini terdapat satu variabel eksogen yaitu *transformational leadership*. *Transformational leadership* sendiri mengacu pada hal terkait pendekatan di mana setiap *leader* atau *manager* harus bisa memotivasi para karyawan agar dapat mengidentifikasi *goals* atau tujuan

perusahaan, serta dapat meningkatkan kinerja mereka agar melebihi ekspektasi (Buil, 2018).



Gambar 3.2 Variabel Eksogen

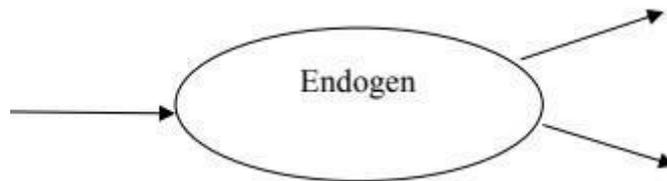
Sumber: Hair *et al.*, 2014

3.7.2 Variabel Endogen

Menurut Hair *et al.* (2014), variabel endogen adalah variabel yang terikat pada variabel lain dan paling sedikit terdapat hanya satu di dalam sebuah persamaan model. Variabel endogen memiliki notasi tematik yang berasal dari huruf Yunani η ("eta"). Biasanya variabel endogen akan digambarkan dengan lingkaran yang memiliki satu anak panah yang akan mengarah pada variabel tersebut. Pada penelitian kali ini terdapat tiga variabel endogen yaitu *work engagement*, *organizational identification* dan *organizational citizenship behavior*. *Work engagement* adalah keterikatan karyawan dengan pekerjaannya sehingga menghasilkan sebuah keadaan dimana seorang karyawan dapat berkomitmen kepada perusahaan tempat dia bekerja (Buil, 2018).

Lalu selanjutnya *Organizational identification* adalah rasa kesatuan dan rasa kepemilikan terhadap suatu perusahaan atau organisasi atau, sejauh mana seorang anggota mendefinisikan dirinya sendiri sesuai dengan atribut yang dimiliki oleh para karyawan yang ada di dalam organisasi atau perusahaan (Buil, 2018). Dan

yang terakhir adalah *organizational citizenship behavior* yang merupakan perilaku yang bersifat sukarela dari karyawan yang nantinya dapat membantu rekan kerja dan memberikan *benefit* bagi organisasi atau perusahaan (Saaks, 2006).



Gambar 3.3 Variabel Endogen

Sumber : Hair *et al.*, 2010

3.7.3. Variabel Teramati

Variabel teramati merupakan suatu variabel yang terukur dan bisa diukur dengan cara empiris, biasanya disebut juga sebagai suatu indikator atau *measurement*. Pada penelitian kali ini terdapat 17 *measurement* atau pertanyaan dalam kuesioner, sehingga dapat dikatakan total variabel teramati yang ada dalam penelitian kali ini adalah 17 *measurement*.

3.8. Teknik Pengolahan Analisis Data

3.8.1. Metode Analisis Data *Pre - test* Menggunakan *Factor Analysis*

Menurut Malhotra (2010), *factor analysis* merupakan suatu tehnik yang memungkinkan untuk mengurangi jumlah indikator dengan tujuan untuk membuat data agar menjadi lebih ringkas dan efisien. Lalu *factor analysis* dilakukan untuk mengetahui apakah ada atau tidak hubungan dari setiap *indicator* yang mewakili sebuah variabel laten. Selain itu *factor analysis* juga digunakan untuk melihat apakah suatu data atau indikator yang diolah sudah valid dan reliabel, selain itu *factor analysis* juga dapat mengidentifikasi apabila indikator atau *measurement* dari

setiap variabel merupakan suatu kesatuan atau malah mempunyai suatu persepsi yang berbeda (Malhotra, 2010).

3.8.1.1. Uji Validitas

Uji validitas adalah uji yang menunjukkan tolak ukur yang dilakukan secara akurat dimana nilai dari uji validitas akan menggambarkan objek secara benar dan nyata (Zikmund *et al.*, 2013). Suatu *measurement* dapat dikatakan valid jika pertmampu menjelaskan apa yang dapat diukur dari variabel yang sedang diteliti. Dalam penelitian kali ini uji validitas akan dilakukan dengan menggunakan metode faktor analisis.

(CFA) *Confirmatory factor analysis* merupakan tehnik menganalisis apakah suatu faktor konstruk mempunyai indicator – indikator (autonom 1 sampai dengan autonom 4), yang dapat dipakai sebagai konfirmasi dari sebuah *construct* (autonomi) atau bisa di sebut juga unidimensionalitas. Jika masing – masing indicator pengukur konstruk tersebut hasil nya adalah autonomi maka akan mempunyai nilai *factor loading* cenderung tinggi (Ghozali, 2016).

Menurut Hair *et al.*, (2014) suatu indikator atau alat ukur digolongkan valid jika syarat – syarat yang ada pada *factor analysis* terpenuhi, yaitu:

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

Adalah sebuah indeks yang dipakai untuk menguji kecocokan dari model analisis. Nilai $KMO \geq 0,5$ Menunjukkan bahwa analisa pada faktor sudah valid, sebaliknya jika nilai $KMO \leq 0,5$ menunjukkan faktor yang dianalisis tidak valid

2. Bartlett's Test of Sphericity

Adalah sebuah uji statistik dimana biasanya dipakai dan digunakan untuk menguji sebuah hipotesis. Biasanya, ditunjukkan dengan nilai ($r = 1$) yang memiliki arti bahwa variabel memiliki relasi, sebaliknya jika tidak menunjukkan relasi ($r = 0$). Jika hasil uji nilai $\leq 0,05$ maka hal tersebut menunjukkan adanya korelasi yang signifikan antar variabel.

3. *Anti Image Matrics*

Adalah tehnik yang digunakan untuk menguji atau mengukur suatu variabel apakah memiliki intrkorelasi atau tidak. Nilai MSA biasanya berkisar antara 0 sampai 1 yang dapat dijelaskan sebagai berikut:

- a. Nilai MSA =1, variabel tiak memiliki interkorelasi
- b. Nilai MSA $\geq 0,5$, variabel aman dan dapat dianalisa lebih lanjut
- c. Nilai MSA $\leq 0,5$, variabel harus di hilangkan atau dilakukan penghitungan ulang.

4. *Factor Loading of Component Matrix*

Adalah besarnya hubungan atau korelasi suatu *indicator* yang menentukan validitas setiap indikator dalam menghubungkan setiap variabel yang ada. Sebuah indicator bisa dikatakan valid jika memiliki nilai *factor loading* sebesar 0,5.

3.8.1.2 Uji Reliabilitas

Menurut Malhotra (2010), uji reliabilitas dilakukan dilakukan utnuk dapat mengetahui tingkat konsistensi setiap indikator dalam variabel tersebut. Dalam mengukur tingkat konsistensi reliabilitas dari sebuah penelitian, kita perlu menggunakan *Cronbach's alpha*. Lalu menggunakan *rule of thumb* yang dijadikan

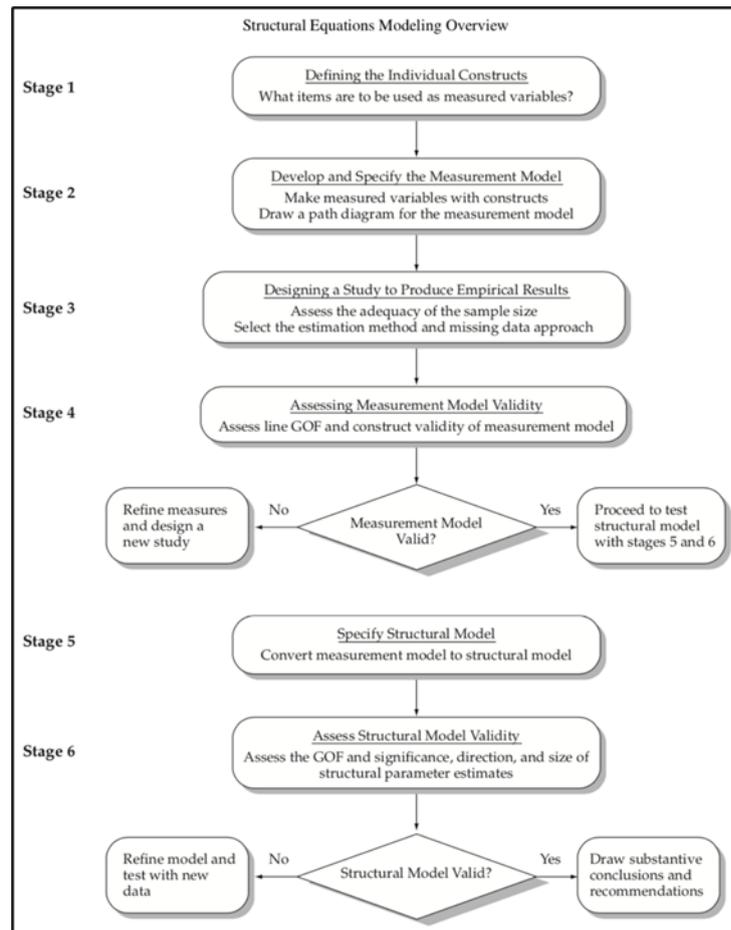
dasar dari pengukuran uji reliabilitas *Cronbach alpha* tidak diperkenankan memiliki nilai dibawah 0,5 dan tergolong cukup baik apabila *Cronbach alpha* mencapai angka 0,7 atau melebihi dari angka tersebut (Hair *et al.*, 2010).

3.8.2. Metode Analisis Data Menggunakan SEM

Menurut Hair *et al.* (2014), dalam penelitian data akan dianalisis menggunakan metode *structural equation model* (SEM) yang merupakan sebuah kombinasi dari faktor analisis dan *multiple regression* dari sebuah tehnik *multivariate* untuk menguji korelasi atau hubungan dependen yang saling berhubungan antara variabel yang terukur serta terkonstruksi secara laten. Analisa penelitian menggunakan *structural equation model* (SEM) memiliki lebih dari satu variabel endogen dan biasanya terdapat beberapa hubungan struktural secara bersamaan jika dibandingkan dengan menggunakan *double regression*. *Software* yang digunakan dalam menghitung SEM adalah *software* Amos 24 untuk melakukan uji validitas, realibilitas, serta uji hipotesis dalam penelitian.

3.8.2.1. Tahapan Prosedur *Structural Equation Model*

Menurut Hair *et al.* (2014), ada enam tahap prosedur *structural model equation* yaitu:



Sumber: Hair *et al.*, (2014)

Gambar 3.4 Tahapan Melakukan SEM

Berdasarkan gambar 3.4 terdapat 6 proses tahapan dalam melakukan uji SEM dengan prosedur sebagai berikut:

1. Mendefinisikan indikator yang digunakan untuk mengukur *construct*.
2. Membuat pengukuran diagram model atau *measurement model*.
3. Menentukan dan menilai jumlah sampel melalui *sample size*, lalu memilih pendekatan atau metode estimasi serta nya untuk menangani data yang hilang.

4. Mengukur kecocokan atau validitas *measurement model* , jika sudah cocok dapat melanjutkan ketahapan 5 dan 6.
5. Merubah *measurement model* menjadi *structural model* agar terfokus saat menentukan model yang diinginkan.
6. Menilai apakah *measurement model* sudah cocok dan valid. Jika sudah cocok dan valid maka selanjutnya dapat dilakukan penelitian untuk mengambil kesimpulan akhir.

3.8.2.2 Kecocokan model Pengukuran

Menurut Hair *et al.* (2014), kecocokan suatu model penelitian akan diuji pada tiap model pengukuran, yaitu melalui evaluasi terhadap validitas dan reliabilitas dari model pengukuran tersebut.

1. Evaluasi pada validitas suatu variabel dapat dikatakan apabila nilai t yang ada dalam *standardized loading factor* nya $\geq 0,50$.
2. Evaluasi pada reliabilitas adalah suatu pengukuran yang dapat menilai dari segi konsistensi. Ketika nilai reliabilitas tinggi bahwa hal tersebut secara langsung menunjukkan bahwa pada masing – masing *measurement* memiliki konsistensi yang cukup tinggi dalam pengukurannya. Suatu variabel dapat dikatakan *reliable* jika *construct reliability* (CR) $\geq 0,70$, serta nilai *variance extracted* (AVE) $\geq 0,5$. yang dapat dihitung dengan rumus:

$$\text{Construct Reliability} = \frac{(\epsilon \text{ std loading})^2}{(\epsilon \text{ std loading})^2 + \epsilon \epsilon j}$$

$$\text{Variance Extracted} = \frac{\epsilon \text{ std loading}^2}{\epsilon \text{ std loading}^2 + \epsilon \epsilon j}$$

Gambar 3.5 Rumus Evaluasi Reliabilitas

Sumber: Hair et al., (2014)

3.8.2.3. Kecocokan *Structural Model*

Menurut Hair *et al.* (2014), ukuran *goodness of fit* dapat dibagi menjadi 3 yaitu *absolut fit indices*, *incremental fit indices*, & *parsimonius fit indices*.

1. *Absolute fit indices* dipakai untuk menentukan prediksi dari model dan keseluruhan derajat pada matriks hubungan dan kovarian.
2. *Incremental fit indices* dipakai untuk membandingkan model yang digunakan pada independence model atau model dasar.
3. *Parsimonius fit indices* dipakai untuk mengukur suatu model yang memiliki *degree of fit* dengan tingkat yang paling tinggi pada setiap *degree of freedom*.

Menurut Hair *et al.* (2014), uji *structural model* dapat di lakukan dengan ketentuan pengukuran *goodness of fit* di bawah ini:

1. Nilai χ^2 dengan (DF) *degree of freedom*.
2. Satu kriteria dari *absolute fit indices* yang terdiri dari SRMR, RMSEA, GFI, dan *Normed Chi Square*.
3. Satu kriteria dari *incremental fit indices* (CFI, TLI, NFI, dan RNI).
4. Dan, satu kriteria dari *parsimony fit indices* (AGFI, PNFI) .

TABLE 4 Characteristics of Different Fit Indices Demonstrating Goodness-of-Fit Across Different Model Situations

No. of Stat. vars. (<i>m</i>)	<i>N</i> < 250			<i>N</i> > 250		
	<i>m</i> ≤ 12	12 < <i>m</i> < 30	<i>m</i> ≥ 30	<i>m</i> < 12	12 < <i>m</i> < 30	<i>m</i> ≥ 30
χ^2	Insignificant <i>p</i> -values expected	Significant <i>p</i> -values even with good fit	Significant <i>p</i> -values expected	Insignificant <i>p</i> -values even with good fit	Significant <i>p</i> -values expected	Significant <i>p</i> -values expected
CFI or TLI	.97 or better	.95 or better	Above .92	.95 or better	Above .92	Above .90
RNI	May not diagnose misspecification well	.95 or better	Above .92	.95 or better, not used with <i>N</i> > 1,000	Above .92, not used with <i>N</i> > 1,000	Above .90, not used with <i>N</i> > 1,000
SRMR	Biased upward, use other indices	.08 or less (with CFI of .95 or higher)	Less than .09 (with CFI above .92)	Biased upward; use other indices	.08 or less (with CFI above .92)	.08 or less (with CFI above .92)
RMSEA	Values < .08 with CFI = .97 or higher	Values < .08 with CFI of .95 or higher	Values < .08 with CFI above .92	Values < .07 with CFI of .97 or higher	Values < .07 with CFI of .92 or higher	Values < .07 with CFI of .90 or higher

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

Gambar 3.6 *Goodness of Fit Test*

Sumber: Hair *et al.*, (2014)

3.9 Tabel Operasional Penelitian

No	Variabel Penelitian	Definisi Variabel	Measurement	Skala Pengukuran	Jurnal Referensi
1.	<i>Organizational citizenship Behaviour</i>	<i>Organizational citizenship behaviour</i> adalah perilaku yang bersifat sukarela dari karyawan yang nantinya dapat membantu rekan kerja dan memberikan <i>benefit</i> bagi organisasi atau perusahaan.	<p>Saya mengerjakan pekerjaan di luar pekerjaan saya untuk membantu meningkatkan citra perusahaan</p> <p>Saya memberi ide untuk kemajuan perusahaan</p> <p>Saya mengambil tindakan untuk mencegah perusahaan dari masalah</p> <p>Saya mempertahankan perusahaan ketika karyawan lain memberi kritik</p>	<i>Likert scale</i> 1-5	Saaks, A.M. (2006). <i>Antecedents and consequences of employee engagement. Journal of Managerial Psychology</i>
2.	<i>Transformational Leadership</i>	<i>Transformational leadership</i> adalah pemimpin yang mampu memotivasi karyawan untuk mengidentifikasi goals dari perusahaan, serta dapat meningkatkan kinerja melebihi ekspektasi	<p>Atasan saya mengomunikasikan visi dengan jelas</p> <p>Atasan saya memberi dukungan untuk perkembangan saya</p> <p>Atasan saya memberikan pengakuan terhadap saya</p> <p>Atasan saya memberikan kepercayaan saat bekerja sama dengan rekan satu tim</p>	<i>Likert scale</i> 1-5	Buil Isabel, M. E. (2018). <i>Transformational leadership and employee performance: The role of identification, engagement and proactive personality .</i>

			Atasan saya menginspirasi saya untuk menjadi kompeten		<i>International Journal of Hospitality Management.</i>
3.	<i>Organizational Identification</i>	<i>Organizational identification</i> adalah rasa kesatuan dan rasa kepemilikan terhadap suatu perusahaan atau organisasi atau, sejauh mana seorang anggota mendefinisikan dirinya sendiri sesuai dengan atribut yang di miliki oleh para karyawan yang ada di dalam organisasi atau perusahaan.	<p>Saya memiliki ikatan yang kuat dengan perusahaan ini</p> <p>Saya mempunyai rasa memiliki yang besar terhadap perusahaan ini</p> <p>Saya merasa bangga bekerja di perusahaan ini</p> <p>Saya senang menjadi bagian dari perusahaan ini</p>	<i>Likert scale</i> 1-5	Buil Isabel, M. E. (2018). Transformational leadership and employee performance: The role of identification, engagement and proactive personality . <i>International Journal of Hospitality Management.</i>

4.	<i>Work Engagement</i>	<i>Work engagement</i> adalah keterikatan karyawan dengan pekerjaannya sehingga menghasilkan sebuah keadaan dimana seorang karyawan dapat berkomitmen kepada perusahaan tempat dia bekerja	<p>Saya merasa penuh semangat dalam mengerjakan pekerjaan saya</p> <p>Saya bangga dengan pekerjaan saya</p> <p>Saya merasa antusias dengan pekerjaan saya</p> <p>Pekerjaan saya memberikan inspirasi untuk saya</p>	<i>Likert scale</i> 1-5	<p>Buil Isabel, M. E. (2018). Transformational leadership and employee performance: The role of identification, engagement and proactive personality . <i>International Journal of Hospitality Management</i>.</p>
----	------------------------	--	---	----------------------------	--

Tabel 3.2 Tabel Operasional