



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. Akasa Boga Kreasindo merupakan anak perusahaan dari *JHL Group* yang mulai berdiri sejak tahun 2017 oleh Venny Hermawan Lo. Perusahaan ini terletak di *JHL Solitaire Hotel* Gading Serpong. Perusahaan ini bergerak di bidang *food and beverage* yang menyediakan tempat bagi semua orang untuk menikmati pilihan makanan dan minuman dengan kualitas terbaik dengan suasana yang saling membangun. Berikut merupakan logo dari perusahaan yaitu sebagai berikut:



Sumber: Data Perusahaan, 2017

Gambar 3. 1 Logo Perusahaan

PT Akasa Boga Kreasindo memiliki tiga unit bisnis restoran yaitu URO, *Royal Eight* dan *Empress China Bar*. Adapun fasilitas yang disediakan seperti layanan *banquet* dan fasilitas *event*. Ketiga restoran ini memiliki tiga konsep yang saling berbeda antara satu *outlet* dengan *outlet* lainnya. Berikut merupakan logo dari URO yaitu sebagai berikut:



Sumber: Data Perusahaan, 2017

Gambar 3. 2 Logo URO

Uro merupakan *outlet* restoran pertama yang menghadirkan konsep *Japanese Casual Dining* dan *Sake Bar* yang terletak di lantai dasar *JHL Solitaire Hotel* Gading Serpong. URO sendiri memiliki arti yaitu embun hujan dalam bahasa Jepang. Restoran ini mengangkat konsep Jepang *kontemporer modern* dan suasana khas Jepang yang didukung dengan beberapa karya seni serta desain wallpaper yang mewakili nuansa Negeri Sakura. Makanan yang tersediapun beragam mulai dari *Yakitori*, *Sushi*, *Sashimi*, *Udon*, *Teppayaki* dan lain – lainnya. Selain itu, terdapat minuman khas Jepang seperti *sake* hingga *infused sake* yang jarang ditemukan di daerah Tangerang.



Sumber: Data Perusahaan, 2017

Gambar 3. 3 Logo Royal Eight

Outlet selanjutnya yang juga merupakan bagian dari PT Akasa Boga Kreasindo adalah *Royal Eight* yang terletak di lantai 5 *JHL Solitaire Hotel* Gading Serpong. *Royal Eight* menghadirkan konsep *semi fine dining family restaurant*. Restoran ini di desain dengan karya seni Tiongkok untuk memunculkan suasana khas China. Restoran ini menyediakan berbagai pilihan *Chinese food* hingga dimsum yang cocok dinikmati bersama keluarga.



Sumber: Data Perusahaan, 2017

Gambar 3. 4 Logo Empress Bar

Outlet terakhir yang berada pada PT Akasa Boga Kreasindo yaitu *Empress China Bar* yang terletak di lantai 5 *JHL Solitaire Hotel* Gading Serpong. *Outlet* ini menghadirkan konsep “*China Bar*” serta konsep *live music* dengan mendatangkan band akustik serta DJ. Biasanya *Empress Bar* cocok dijadikan sebagai tempat untuk mengadakan pesta ulang tahun, *after party* sampai dengan tempat berkumpul dengan teman – teman.

3.1.1. Visi dan Misi Perusahaan

1. Visi

Menjadi *trendsetter* dalam bidang makanan dan minuman, khususnya di daerah Tangerang dengan menyediakan konsep berbeda, unik dan bertema, bersamaan dengan layanan dan suasana yang mengesankan.

2. Misi

- a. Menghadirkan atmosfer dan layanan terbaik yang memberikan pengalaman yang berkesan bagi *customer*
- b. Menjadi perusahaan terbaik bagi karyawan dengan selalu menyediakan tantangan dan kesempatan untuk terus belajar dan berkembang.
- c. Menciptakan proses kerja yang dinamis untuk menghasilkan produk yang berkualitas secara efektif dan efisien.
- d. Meningkatkan *shareholders* value dalam jangka panjang.

3.1.2. Budaya Karyawan PT Akasa Boga Kreasindo

1. *Integrity*

- a. Merupakan nilai dasar yang menjadi dasar utama dalam bertindak, baik dalam konteks orang per orang, maupun perusahaan sebagai sebuah institusi.
- b. Bertindak secara konsisten sesuai dengan nilai – nilai dasar seperti kebenaran, kejujuran, etika dan tanggung jawab.

2. *Learning and Teaching*

- a. Proses belajar dua arah
- b. Kemauan untuk terus belajar terhadap hal – hal yang kurang
- c. Kesiapan untuk sharing kelebihan masing – masing kepada anggota *team* yang lain.
- d. Karakter manajemen kombinasi antara atasan – bawahan dan bawahan dengan atasan komunikasi

3. *Respect dan caring*

Dasar utama dalam membangun *teamwork*, sinergi mental untuk selalu berpikir *win – win* solusi.

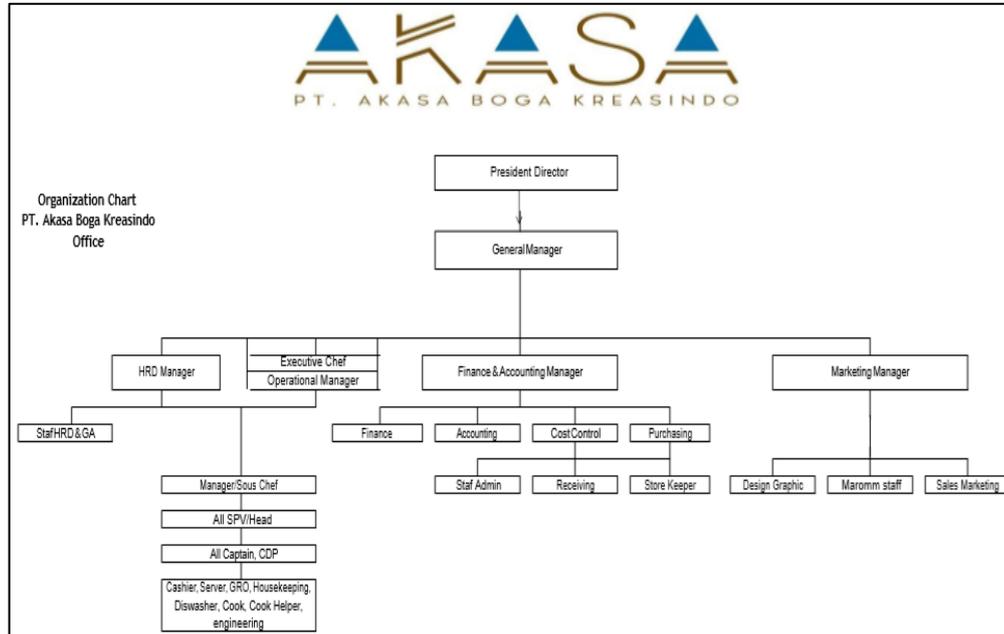
4. *Teamwork*

- a. Kunci keberhasilan dan kesuksesan perusahaan adalah dengan pelatihan yang tepat dan kerjasama antara manajemen dan seluruh karyawan.
- b. Kunci keberhasilan kerjasama adalah komunikasi dalam bentuk *job description, staff marketing, on the job training*, masukan dari karyawan dan buku pedoman karyawan.

5. *Strive for Excellence*

Nilai dasar karyawan dalam pemikiran untuk menghasilkan dan memberikan yang terbaik bagi pelanggan dan pihak – pihak lain yang berkaitan dengan bisnis perusahaan, contoh : *supplier*, dan sebagainya

1.1.3. Struktur Organisasi PT. Akasa Boga Kreasindo



Sumber: Data Perusahaan, 2017

Gambar 3. 5 Struktur Organisasi pada PT Akasa Boga Kreasindo

1.2. Desain Penelitian

Menurut Zikmund et al. (2013) desain penelitian merupakan sebuah *master plan* yang mampu menguraikan metode serta prosedur untuk mengumpulkan dan menganalisis informasi yang dibutuhkan. Dalam hal ini desain penelitian juga menawarkan kerangka atau perencanaan untuk penelitian.

1.2.1. *Research Data*

Menurut Malhotra (2012) terdapat dua jenis *research data* diantaranya yaitu sebagai berikut:

1. *Primary Data*

Primary data adalah data yang dikumpulkan sendiri oleh peneliti yang dilakukan secara langsung terhadap objek yang sedang diteliti untuk mengetahui masalah yang terjadi.

2. *Secondary Data*

Secondary data adalah data yang dikumpulkan sebelumnya oleh orang lain atau data yang didapatkan secara tidak langsung seperti data perusahaan.

Sumber data yang dilakukan untuk penelitian ini adalah *primary data* dan *secondary data*. Untuk *primary data* peneliti melakukan dengan *in depth interview* dan menyebarkan kuesioner kepada karyawan di perusahaan PT. XYZ. Sementara untuk *secondary data* peneliti memperoleh dari data - data perusahaan.

1.2.2. Jenis Penelitian

Menurut Zikmud et al. (2013) terdapat 2 jenis penelitian diantaranya yaitu sebagai berikut:

1. *Qualitative Research*

Penelitian kualitatif merupakan penelitian dengan memungkinkan menggunakan teknik untuk memberikan interpretasi yang spesifik mengenai fenomena dan tidak bergantung pada pengukuran numerik tapi berfokus pada berbagai penemuan yang sebenarnya.

2. *Quantitative Research*

Penelitian kuantitatif merupakan penelitian yang berfokus membahas tujuan penelitian dengan menggunakan penilaian empiris yang melibatkan pengukuran numberik dan analisis.

Selain itu, menurut Zikmund et al. (2013) jenis penelitian dapat dibagi menjadi 3 macam bagian yaitu sebagai berikut:

1. *Exploratory Research*

Penelitian eksploratori merupakan penelitian untuk menyelesaikan suatu situasi yang belum jelas dan menemukan ide – ide yang berpeluang sebagai potensi bisnis.

2. *Descriptive Research*

Penelitian deskriptif merupakan penelitian yang mencoba menggambarkan atau mendeskripsikan suatu karakteristik dari berbagai sumber seperti objek, individu, grup maupun lingkungan.

3. *Casual Research*

Penelitian kasual merupakan penelitian yang memungkinkan peneliti untuk mengidentifikasi sebab akibat suatu masalah atau menarik kesimpulan sebab akibat.

Berdasarkan penjelasan diatas, peneliti menggunakan metode penelitian penelitian kuantitatif dengan menggunakan pengukuran melalui hasil pengamatan atau pengalaman sendiri. Selain itu, dalam penelitian ini juga menggunakan jenis

penelitian *descriptive research* dan *causal research*. Peneliti menggunakan *descriptive research* karena menggambarkan karakteristik pada objek, orang, kelompok maupun lingkungan sedangkan *causal reserch* untuk mengetahui hubungan antar variabel terhadap masalah yang terdapat di dalam penelitian ini.

3.3. Ruang Lingkup Penelitian

3.3.1. Target Populasi

Menurut Zikmund et al. (2013) menyatakan bahwa populasi merupakan suatu kelompok yang memiliki berbagai karakteristik yang sama. Sehingga dalam penelitian ini, yang menjadi populasi penelitian adalah seluruh karyawan PT. XYZ dengan status karyawan tetap dan sudah bekerja minima 1 tahun.

3.3.2. *Sampling Technique*

Menurut Zikmund et.al (2013) *Sampling* merupakan suatu aktivitas yang melibatkan beberapa prosedur untuk kemudian ditarik sebagai kesimpulan dengan melibatkan perwakilan dari populasi. Terdapat 2 jenis teknik sampling yaitu sebagai berikut:

1. *Probability Sampling*

Probability Sampling adalah teknik *sampling* dengan setiap anggota dari populasi sudah diketahui sebelumnya dan tidak *non zero probability*. Lalu *probalility sample* ini memiliki elemen secara *random* pada saat proses seleksi. Terdapat beberapa jenis dalam teknik *Probability sampling* yaitu sebagai berikut:

a. *Simple Random Sampling*

Merupakan teknik *probability sampling* yang memastikan setiap elemen dari populasi dapat dijadikan sampel.

b. *Systematic Sampling*

Pengambilan secara sistematis dengan interval atau jarak tertentu antar sampel yang terpilih.

c. *Stratified Sampling*

Membagi populasi ke dalam kelompok – kelompok yang memiliki karakteristik sama (homogen) dan diambil secara acak.

d. *Cluster Sampling*

Pengambilan sampel dilakukan terhadap sampling unit, dimana sampling unit tersebut terdiri dari satu kelompok.

e. *Proportional Stratified Sample*

Merupakan bentuk sampel bertingkat yang dimana jumlah unit sampling tersebut diambil dari setiap tingkat sebanding dengan ukuran populasi tingkat itu.

f. *Disproportional Stratified Sample*

Merupakan sebuah sampel bertingkat dimana ukuran sampel untuk setiap strata dialokasikan sesuai dengan pertimbangan analitis.

g. *Multistage Area Sampling*

Pengambilan sampel yang dimana proses pengambilannya dilakukan dengan dua tahap atau lebih dan juga proses pengambilan dilakukan dengan bertingkat.

2. *Non Probability Sampling*

Non Probability Sampling merupakan teknik *sampling* yang tidak menggunakan prosedur kesempatan atau peluang melainkan berdasarkan pada penilaian pribadi atau tidak semua mempunyai kesempatan yang sama untuk menjadi sampel. Terdapat beberapa jenis dalam teknik *Non Probability sampling* yaitu sebagai berikut:

a. *Convenience Sampling*

Teknik *non probability sampling* yang pengambilan sampel berdasarkan kenyamanan peneliti dalam mencari sampel untuk penelitiannya. Biasanya memilih elemen yang sudah siap, dekat maupun bersedia untuk berpartisipasi.

b. *Judgement Sampling*

Teknik *non probability sampling* yang dimana elemen dari suatu populasi dipilih secara sengaja berdasarkan pertimbangan dari peneliti.

c. *Snowball Sampling*

Teknik *non probability sampling* yang dimana sampel ditentukan berdasarkan informasi tambahan dari individu yang dijadikan sampel tersebut.

d. *Quota Sampling*

Teknik *non probability sampling* yang dimana terdapat jumlah dan ketentuan untuk sampel dari kelompok atau target populasi yang dibutuhkan oleh peneliti.

Berdasarkan pada penjelasan di atas, peneliti menggunakan *non probability sampling* dengan teknik yaitu *judgment sampling* dan *snowball sampling*. Dalam penelitian ini, peneliti menggunakan *judgment sampling* karena membutuhkan responden sesuai dengan kriteria seperti karyawan PT. XYZ dengan status karyawan tetap dan telah bekerja minimal 1 tahun. Selanjutnya, peneliti juga menggunakan *snowball sampling* karena mendapatkan peserta sampel dari karyawan yang telah menjadi sampel sebelumnya.

3.3.3. Sampling size

Menurut Malhotra (2012) *sampling size* merupakan sejumlah elemen – elemen yang akan diikutsertakan dalam sebuah penelitian. Sebaiknya ukuran sampel harus mencapai 100 atau lebih besar. Minimum memiliki setidaknya lima kali lebih banyak dari pengamatan sebagai jumlah variabel yang akan dianalisis dan untuk ukuran sampel yang dapat diterima ialah memiliki rasio 10:1 (Hair et.al,2013)

Pada penelitian ini, peneliti mengasumsikan dengan $n \times 5$ observasi. Terdapat 4 variabel dan 23 indikator. Oleh karena itu dapat ditentukan bahwa jumlah sampel minimum yang akan diambil pada penelitian ini adalah 23×5 yaitu 115 responden. Namun penelitian ini menggunakan sampel atau responden sebanyak 130 responden untuk melakukan pengujian.

3.4. Teknik Pengumpulan Data

Dalam penelitian ini, peneliti menggunakan dua metode pengumpulan data yaitu *primary data* dan *secondary data*.

3.4.1. Sumber dan Cara Pengumpulan Data

Dalam penelitian ini peneliti menggunakan dua metode pengumpulan data Diantaranya yaitu sebagai berikut:

1. *Primary Data*

Primary Data merupakan suatu karya asli penelitian atau data mentah tanpa interpretasi ataupun pernyataan yang mewakili pendapat. Data primer juga bisa dikatakan sebagai yang paling otoritatif karena informasinya masih murni (Cooper dan Schindler, 2014). Sedangkan menurut Malhotra (2012) menyatakan bahwa *primary data* adalah data yang dikumpulkan sendiri oleh peneliti secara langsung terhadap objek yang sedang diteliti untuk mengetahui masalah yang terjadi. Peneliti memperoleh data primer dengan melakukan *in depth interview* ke beberapa karyawan dan melakukan penyebaran kuesioner kepada karyawan perusahaan PT. XYZ.

2. *Secondary Data*

Secondary Data merupakan interpretasi data primer. Data sekunder bisa didapatkan dari buku, artikel, surat kabar, jurnal dan sebagian lainnya (Cooper dan Schindler, 2014). Sedangkan menurut Zikmund et al. (2013) data sekunder merupakan data yang sebelumnya sudah dikumpulkan oleh orang lain atau tidak langsung. Data sekunder dalam penelitian ini diperoleh dari data – data perusahaan.

3.4.2. Metode Pengumpulan Data

Menurut Zikmund et al. (2013) terdapat beberapa metode yang digunakan

dalam pengumpulan data yaitu sebagai berikut:

1. *Observation Research*

Observation Research merupakan suatu proses sistematis dalam merekam pola perilaku orang – orang, objek dan kejadian yang terjadi.

2. *Survey Research*

Survey Research merupakan metode pengumpulan data primer dengan cara melakukan komunikasi langsung dengan responden baik dengan *face to face*, telepon sampai dengan kuesioner.

Dalam penelitian ini, metode yang digunakan adalah *survey research* karena peneliti melakukan pengumpulan data *primer* dengan melakukan *in depth interview* dan menyebarkan kuesioner terhadap karyawan PT. XYZ yang memiliki status tetap bekerja dan memiliki minimal bekerja satu tahun.

3.5. Periode Penelitian

Periode penyebaran kuesioner *pre-test* dilakukan pada tanggal 15 April sampai dengan 24 April 2020 kepada 30 karyawan PT. XYZ. Penyebaran kuesioner ini memiliki tujuan untuk menguji validitas dan reliabilitas dari variabel yang akan digunakan untuk penelitian ini. Sementara itu, periode penyebaran *main-test* dilakukan pada tanggal 4 Mei sampai dengan 20 Mei 2020 dengan menyebarkan kuesioner penelitian sebanyak 130 karyawan. Adapun kriteria dari responden tersebut adalah karyawan dengan status tetap di PT.XYZ dan sudah bekerja minimal 1 tahun di perusahaan.

3.6. Skala Pengukuran

Dalam melakukan kuesioner ini, peneliti menggunakan skala pengukuran *likert*. *Skala likert* merupakan pengukuran sikap yang mengizinkan responden untuk memberikan nilai menurut pendapatnya dari sangat tidak setuju sampai dengan sangat setuju dengan mengikuti petunjuk yang diberikan (Zikmund et al.,2013).

Tabel 3.1 Tabel Skala Pengukuran *Likert*

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

Sumber: Hasil Pengolahan Data Primer, 2020

3.7. Definisi Operasional Variabel

Menurut Zikmund (2013) menyatakan bahwa variabel merupakan segala sesuatu yang bervariasi atau suatu perubahan dari contoh ke contoh lain yang dapat menunjukkan perbedaan – perbedaan dalam nilai, biasanya dalam besaran atau kekuatan. Setiap variabel yang disajikan dalam model akan menjadi sebuah faktor penting untuk memecahkan masalah dalam penelitian.

3.7.1. Variabel Endogen

Menurut Hair et al (2013) variabel endogen digambarkan sebagai satu anak panah yang mengarah kepada variabel itu sendiri. Sementara menurut Haryono (2016) variabel endogen merupakan variabel yang memiliki nilai yang dipengaruhi oleh variabel lain. Dalam penelitian ini yang merupakan variabel

endogen adalah *Job Satisfaction*, *Organizational Commitment* dan *Employee Performance* yaitu sebagai berikut:

1. *Job Satisfaction*

Menurut Bacotic dan Batic (2013) menyatakan bahwa *Job Satisfaction* merupakan elemen penting yang bisa datang dari pengalaman kerja karyawan dengan mencakup beberapa faktor seperti pekerjaan itu sendiri, gaji atau kompensasi, tingkat stress, lingkungan kerja, anggota kelompok, atasan sampai dengan beban pekerjaan karyawan. Variabel ini diukur dengan menggunakan skala likert 1 sampai dengan 5. Dalam hal ini, skala 1 menunjukkan rendahnya *job satisfaction* karyawan terhadap perusahaan sementara skala 5 menunjukkan tingginya *job satisfaction* terhadap perusahaan.

2. *Organizational Commitment*

Menurut Schultz dan Schultz (2015) menyatakan bahwa *Organizational Commitment* sering disebut sebagai bentuk sikap loyalitas karyawan terhadap organisasi. Sehingga organisasi mengharapkan setiap karyawannya mengalami perasaan dalam tiga cara yaitu *affective commitment*, *continuance commitment* dan *normative commitment* yang mencerminkan ikatan emosional dari karyawan, pencapaian target dan kewajiban yang dirasakan oleh setiap karyawan dan kesetiaan terhadap organisasi. Dalam hal ini, skala 1 menunjukkan rendahnya *organizational commitment* karyawan terhadap perusahaan sementara skala 5 menunjukkan tingginya *organizational commitment* terhadap perusahaan.

3. *Employee Performance*

Menurut Mathis dan Jackson (2002) dalam menyatakan bahwa *Employee Performance* dapat dilihat dari kontribusi karyawan terhadap organisasi, seperti standar karyawan dapat dilihat dari kuantitas dan kualitas output, periode waktu dalam mengerjakan output, kehadiran karyawan di tempat kerja serta sikap karyawan selama bekerja. Dalam hal ini, skala 1 menunjukkan rendahnya *employee performance* karyawan terhadap perusahaan sementara skala 5 menunjukkan tingginya *employee Performance* terhadap perusahaan.

3.7.2. Variabel Eksogen

Variabel eksogen merupakan variabel yang mempengaruhi variabel endogen atau dependen (Haryono, 2016). Variabel eksogen digambarkan memiliki anak panah yang mengarah keluar (Hair et al., 2013). Dalam penelitian ini yang merupakan variabel eksogen adalah *Organizational Learning* yaitu sebagai berikut:

1. *Organizational Learning*

Menurut Bate Khasawneh (2005) dalam Jalal Hanaysha (2016) *organizational learning* dapat mendukung memperoleh informasi, berbagi informasi sehingga dapat mendukung pembelajaran berkelanjutan untuk meningkatkan organisasi. Dalam hal ini, skala 1 menunjukkan rendahnya *organizational learning* karyawan terhadap perusahaan sementara skala 5 menunjukkan tingginya *organizational learning* terhadap perusahaan.

3.8. Teknik Pengolahan Analisis Data

3.8.1. Uji Instrumen

Menurut Haryono (2016) uji instrumen dilakukan terhadap 30 responden untuk mengetahui uji validitas dan reliabilitas. Untuk instrumen yang tidak valid dan reliabel akan dikeluarkan dari instrumen sehingga tidak dapat digunakan untuk penelitian yang menggunakan data sampel penelitian sesungguhnya.

Dalam melakukan *pre-test* penelitian ini peneliti menggunakan program IBM SPSS *Statistics* versi 25. IBM SPSS memiliki fungsi untuk menganalisis data, melakukan perhitungan statistik baik untuk statistik parametrik dan non parametrik dengan basis *windows* (Ghozali, 2011). Sementara untuk *main test*, peneliti menggunakan AMOS (*Analysis of Moment Structure*) versi 23.

3.8.2 Uji Validitas

Menurut Ghozali (2011) uji validitas digunakan untuk mengukur valid tidaknya suatu kuesioner. Suatu kuesioner dapat dikatakan valid apabila pertanyaan pada kuesioner mampu mengungkapkan sesuatu yang akan diukur oleh kuesioner. Untuk mengetahui valid tidaknya kuesioner dalam penelitian dapat dilakukan dengan cara seperti uji *Confirmatory Factor Analysis* (CFA). Dimana CFA digunakan untuk menguji apakah suatu konstruk memiliki indikator – indikator yang dapat digunakan untuk mengonfirmasi sebuah variabel. Selanjutnya, uji validitas juga dilakukan untuk mengetahui kemampuan instrumen penelitian yang seharusnya diukur (Cooper dan Schindler, 2006) dalam Haryono

(2016). Terdapat ketentuan – ketentuan dalam melakukan analisis uji validitas diantaranya yaitu sebagai berikut:

1. Nilai *Kaiser-Meyer-Olkin* (KMO)

Nilai $KMO \geq 0.50$ menunjukkan bahwa data yang tersebut valid, sementara apabila nilai $KMO \leq 0.50$ menunjukkan tidak valid (Ghozali, 2011).

2. Uji statistik signifikan *Bartlett's test of sphericity* (Sig. < 0.05) menunjukkan bahwa korelasi yang cukup antar variabel sehingga dapat diproses lebih lanjut atau uji statistik untuk signifikansi keseluruhan semua korelasi dalam korelasi matriks. Sementara nilai yang dikehendaki adalah lebih kecil atau sama dengan 0.05 (Hair et al, 2013).

3. Nilai *Measure of Sampling Adequacy* (MSA) dapat dinyatakan valid apabila memiliki nilai ≥ 0.50 . Jika terdapat nilai $MSA \leq 0.50$ maka harus dihilangkan satu per satu mula dari nilai indikator terkecil atau terendah. Adapun kriteria MSA (Hair et al, 2013) yaitu sebagai berikut :

- a. Nilai $MSA = 1$, menunjukkan variabel masih dapat diprediksi oleh variabel lain.
- b. Nilai $MSA \geq 0.50$, menunjukkan variabel masih dapat dianalisis atau diproses lebih lanjut.
- c. Nilai $MSA \leq 0.50$, menunjukkan variabel tidak dapat dianalisis atau diproses lebih lanjut.

4. *Factor Loadings* memiliki tujuan untuk menentukan validitas setiap indikator dalam menyusun tiap variabel. Suatu indikator dapat dikatakan valid apabila

factor loadings memiliki nilai ≥ 0.50 atau baiknya adalah ≥ 0.70 (Hair et al, 2013).

3.8.3. Uji Reliabilitas

Menurut Ghozali (2011) uji reliabilitas adalah suatu alat untuk mengukur suatu kuesioner yang merupakan indikator dari sebuah variabel. Kuesioner dapat dinyatakan reliabel apabila jawaban responden terhadap suatu pernyataan konsisten dari waktu ke waktu. Sementara tingkat reliabilitas yang dapat diterima atau nilai *Cronbach's Alpha* adalah ≥ 0.70 (Hair et al.,2013).

3.9. Structural Equation Model (SEM)

Structural Equation Model (SEM) merupakan teknik analisis *multivariat* yang memungkinkan peneliti untuk menguji hubungan antar variabel yang kompleks untuk memperoleh gambaran yang lengkap atau luas mengenai keseluruhan model (Ghozali, 2008) dalam Haryono (2016). Terdapat 2 macam model untuk menguji SEM yaitu sebagai berikut:

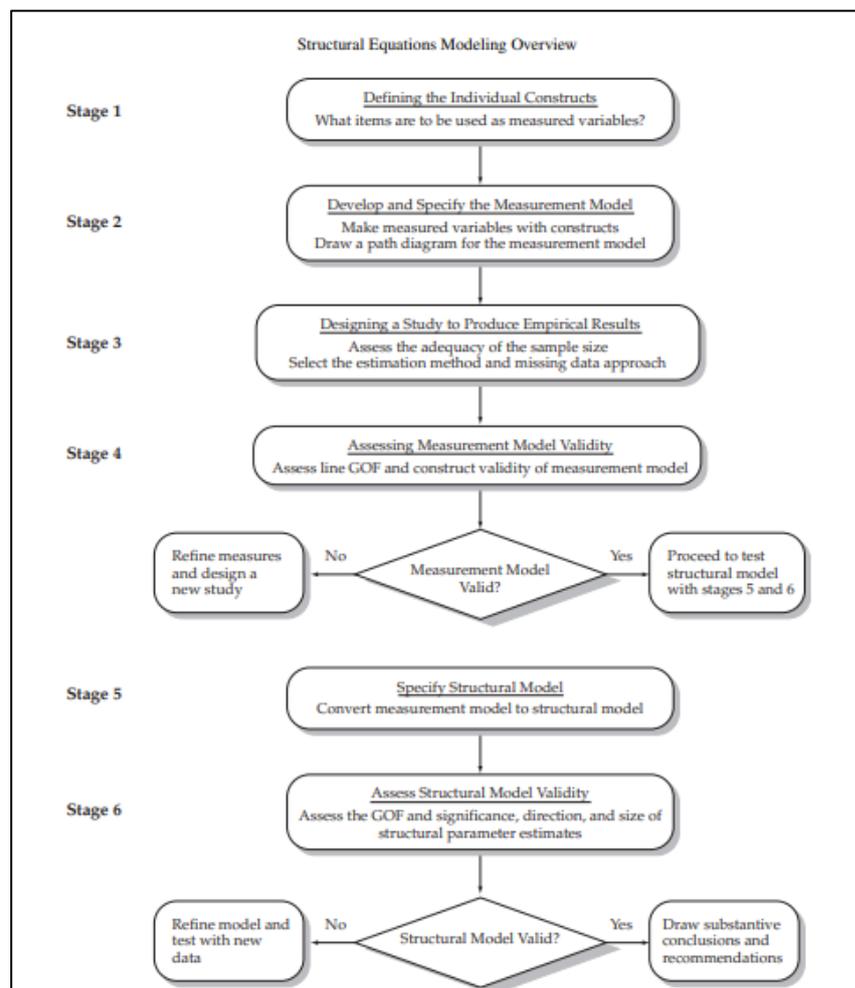
1. Model *Structural*

Model *Structural* untuk menguji hubungan antara variabel independent dengan variabel dependen.

2. Model *Measurement*

Model *Measurement* untuk menguji hubungan nilai loading antara indikator dengan konstruk (laten).

Sementara menurut Hair et al. (2013) *Structural Equation Model* (SEM) adalah sebuah teknik yang menggabungkan aspek – aspek dari regresi berganda yang bertujuan untuk menguji hubungan dependen dan analisis faktor tidak terukur dengan variabel multi yang digunakan untuk memperkirakan serangkaian hubungan dependen yang saling mempengaruhi secara bersamaan. Adapun 6 tahapan dalam teknik analisis SEM yaitu sebagai berikut:



Sumber: Hair et al., 2013

Gambar 3. 6 Tahapan *Structural Equation Model* (SEM)

1. Menentukan konstruksi individu

Tahap ini mendefinisikan masing – masing *construct* atau indikator untuk mengukurnya. Teori pengukuran yang baik adalah kondisi yang diperlukan untuk mendapatkan hasil yang bermanfaat dari SEM. Peneliti disarankan untuk memiliki waktu luang dan upaya yang signifikan di awal proses untuk memastikan kualitas pengukuran yang akan memungkinkan penarikan kesimpulan yang valid.

2. Mengembangkan dan menentukan model pengukuran

Selanjutnya dengan skala yang sudah ditentukan maka peneliti sekarang harus menentukan model pengukuran. Tahap ini setiap konstruk laten dimasukkan ke dalam model yang sudah didefinisikan dan variabel indikator yang diukur.

3. Membuat Rancangan Studi untuk menghasilkan Hasil Empiris

Melalui model dasar yang sudah ditentukan dalam konstruksi dan variabel serta indikator yang diukur maka peneliti harus memperhatikan masalah – masalah yang berkaitan dengan desain dan estimasi penelitian.

4. Menilai Validitas Model Pengukuran

Dengan model pengukuran yang sudah ditentukan, data yang sudah dikumpulkan serta keputusan seperti estimasi teknik yang sudah dibuat maka selanjutnya peneliti akan melakukan pengujian SEM untuk mengetahui valid atau tidaknya suatu model tersebut. Validitas model pengukuran tergantung pada 2 bagian yaitu menetapkan tingkat *goodness*

of fit yang dapat diterima model pengukuran dan menentukan bukti spesifik mengenai validitas konstruk lainnya.

5. Menentukan Model Struktural

Pada tahap ini melibatkan penentuan model struktural dengan menetapkan hubungan dari satu konstruk dengan konstruk lainnya melalui teori yang diajukan oleh model. Spesifikasi model structural ini berfokus pada penggunaan panah satu arah untuk menunjukkan hubungan ketergantungan yang mewakili hipotesis struktural dari model peneliti.

6. Menilai Model Validitas Struktural

Tahap terakhir ini melibatkan upaya untuk menguji validitas model structural teoritis yang telah diusulkan serta memeriksa hubungan teoritis yang berada di dalam teori tersebut. Apabila model pengukuran tidak lolos uji validitas dan uji reliabilitas di tahap 4, tahap 5 dan tahap 6 maka tidak disarankan untuk melanjutkan.

3.10. Kecocokan Model Pengukuran

Uji kecocokan model pengukuran dapat dilakukan pada setiap model pengukuran dengan cara terpisah melalui evaluasi terhadap validitas dan reliabilitas dari model pengukuran (Hair et al.,2013)

1. Evaluasi terhadap validitas model pengukuran

Merupakan suatu variabel yang memiliki nilai validitas yang baik terhadap *constructs* jika muatan faktor standarnya adalah *standard loading factor* ≥ 0.50 (Hair et.al., 2013).

2. Evaluasi terhadap reliabilitas model pengukuran

Reliabilitas adalah konsistensi dari alat ukur. Reliabilitas yang tinggi akan menunjukkan bahwa indikatornya memiliki konsistensi yang tinggi dalam mengukur *constructs* latennya. Suatu variabel dapat dikatakan baik apabila memiliki reliabilitas yang baik yaitu jika nilai *construct reliability* (CR) ≥ 0.70 dan nilai *variance extracted* AVE ≥ 0.50 (Hair et. al., 2013)

3.11. Kecocokan Model Keseluruhan

Menurut Hair et al. (2013) dalam menilai *Goodness of fit* (GOF) dalam suatu SEM secara keseluruhan, tidak dapat dilakukan secara langsung dengan menggunakan teknik *multivariate* yang lain. SEM tidak memiliki suatu uji statistik yang dapat menjelaskan definisi tingkat prediksi model.

Sedangkan menurut Ghozali (2011) *Goodness of fit* (GOF) mengukur kesesuaian input observasi (matrik kovarian atau korelasi) dengan prediksi dari model yang diajukan. Sehingga *Goodness of fit* (GOF) atau ukuran GOF dibagi menjadi 3 bagian yaitu sebagai berikut:

1. *Absolute Fit Measures*

Absolute Fit Measures digunakan mengukur model fit secara keseluruhan baik model *structural* maupun model pengukuran secara bersamaan (Ghozali, 2011). Ukuran – ukuran *Goodness of fit* (GOF) yaitu sebagai berikut:

a. *Chi-square* (X^2)

Nilai *Chi-square* (X^2) yang tinggi relatif terhadap *degree of freedom* menyatakan bahwa matrik kovarian atau korelasi yang diobservasi dengan

yang diprediksi berbeda secara nyata dan menghasilkan probabilitas (p) yang lebih kecil dari tingkat signifikansi. Sedangkan, nilai *Chi-square* (X^2) yang kecil akan menghasilkan nilai probabilitas (p) yang besar dari tingkat signifikansi dan menyatakan bahwa input matrik kovarian antara prediksi dengan observasi sesungguhnya tidak berbeda secara signifikan (Ghozali, 2011). Dalam penelitian ini, nilai *Chi-square* (X^2) yang rendah akan menghasilkan significance level ≥ 0.05 atau ($p \geq 0.05$) yang menandakan hipotesis nol diterima. Sementara apabila *Chi-square* (X^2) besar dan significance level ≤ 0.05 atau ($p \leq 0.05$) maka hipotesis nol ditolak (Hair et al.,2013).

b. *Goodness of fit idices* (GFI)

Nilai GFI yang berkisar antara 0 (*poor fit*) sampai dengan 1 (*perfect fit*) dan nilai $GFI \geq 0.90$ merupakan *good fit*

c. *Root mean square error of approximation* (RMSEA)

Nilai RMSEA antara $0.05 \leq RMSEA < 0.08$ berarti *good fit*.

2. *Incremental Fit Measures*

Incremental Fit Measures berbeda dengan *absolute fit indices* karena digunakan untuk menilai seberapa baik model yang diperkirakan relatif sesuai terhadap beberapa model *baseline alternative* (Hair et al.,2013). Selain itu, digunakan untuk membandingkan model yang diusulkan dengan model dasar yang sering disebut *null model* (Ghozali, 2011). Ukuran – ukuran yang digunakan dalam melakukan evaluasi terhadap SEM adalah sebagai berikut:

a. *Normed Fit Index* (NFI)

Normed Fit Index (NFI) memiliki nilai yang berkisar dari 0 sampai dengan 1.

Nilai $NFI \geq 0.90$ berarti *good fit*.

b. *Tucker-Lewis Index* (TLI)

Nilai TLI berkisar dari 0 sampai dengan 1.0. Nilai $TLI \geq 0.90$ berarti *good fit*.

3. *Parsimonius Fit Measures*

Parsimonius Fit Measures melakukan adjustment terhadap pengukuran fit untuk mendapatkan perbandingan antar model dengan jumlah koefisien yang berbeda (Ghozali, 2011). Sementara *Parsimonius Fit Measures* juga merupakan model dengan parameter yang relatif sedikit dan *degree of freedom relative* banyak yang sering disebut sebagai model yang mempunyai parsimony atau kehematan tinggi. (Hair et al., 2013). Ukuran – ukuran yang digunakan dalam melakukan evaluasi terhadap SEM adalah sebagai berikut :

a. *Parsimonius Normed Fit Index* (PNFI)

Parsimonius Normed Fit Index (PNFI) digunakan untuk menghitung banyaknya *degree of freedom* untuk mencapai suatu tingkat kecocokan.

Dalam penelitian nilai PNFI yang lebih tinggi maka disebut baik.

b. *Parsimonius Goodness of Fit Index* (PGFI)

Nilai PGFI berkisar antara 0 sampai 0.1 dengan nilai semakin tinggi menunjukkan model lebih *parsimony*.

Tabel 3.2 *Characteristic of Different Fit Indices Demonstrating Goodness of Fit Across Different Model Situations*

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
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 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)
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 ≤ NFI ≤ 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
3	CFI	CFI ≥ 0.97	CFI ≥ 0.95	CFI > 0.92	CFI ≥ 0.95	CFI > 0.92
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
Parsimony Fit Indices						
1	AGFI	No statistical test is associated with AGFI, only guidelines to fit				
2	PNFI	0 ≤ PNFI ≤ 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 suggests a fairly common set of indices perform adequately across a wide range of situations and the researcher need not report all GOF indices because they are often redundant. Multiple fit indices should be used to assess a model's goodness-of-fit and should include:						
1. The χ^2 value and associated DF						
2. One absolute fit index (i.e., GFI, RMSEA, SRMR, Normed Chi-Square)						
3. One incremental fit index (i.e., CFI or TLI)						
4. One goodness-of-fit index (i.e., GFI, CFI, TLI, etc.)						
One badness-of-fit index (RMSEA, SRMR, etc.)						

Sumber: Hair et al., 2013

3.12. Tabel Operasional Variabel

Tabel 3.3 Tabel Operasionalisasi Variabel

No.	Variabel Penelitian	Definisi	Measurement	Skala Pengukuran	Jurnal Referensi
1.	<i>Organizational Learning</i>	<i>Organizational Learning</i> merupakan suatu proses pembelajaran yang dilakukan oleh perusahaan untuk mengembangkan	Saya selalu mendapat informasi yang berkaitan dengan pekerjaan. Saya selalu mendapat informasi yang berkaitan dengan perusahaan. Dalam upaya meningkatkan perusahaan, saya bersedia	<i>Likert Scale</i> 1-5	Muhammad Irfani Hendri (2019)

		<p>karyawan dalam organisasi (Arthur dan Aiman Smith, 2001 dalam Pradhan et al.,2017).</p>	<p>untuk menerima tantangan yang diberikan oleh perusahaan.</p> <p>Praktik pembelajaran di tempat saya bekerja, mendorong saya untuk selalu berpartisipasi aktif dalam meningkatkan perusahaan.</p> <p>Selama bekerja di perusahaan ini, saya selalu didorong oleh perusahaan untuk mencapai target.</p>		
2.	<i>Job Satisfaction</i>	<p><i>Job Satisfaction</i> merupakan bentuk perasaan puas yang diperoleh karyawan dari pekerjaan yang sudah mereka lakukan dan memandang pekerjaan tersebut memiliki makna (Griffin dan Moorhead, 2013).</p>	<p>Saya memiliki tanggung jawab untuk menyelesaikan pekerjaan yang diberikan oleh team.</p> <p>Selama saya bekerja di perusahaan ini, gaji yang diberikan oleh perusahaan sudah sesuai dengan yang saya harapkan.</p> <p>Selama saya bekerja di perusahaan ini, <i>reward</i> yang diberikan oleh perusahaan sudah sesuai dengan yang saya harapkan.</p> <p>Saya merasa di perusahaan ini, setiap karyawan memiliki kesempatan</p>	<i>Likert Scale 1-5</i>	Muhammad Irfani Hendri (2019)

			<p>dipromosikan oleh perusahaan.</p> <p>Saya merasa selama ini, hubungan yang terjalin dalam satu team sudah sesuai dengan nilai – nilai yang diterapkan oleh perusahaan.</p> <p>Saya merasa selama ini, hubungan yang terjalin dengan divisi lain sudah sesuai dengan nilai – nilai yang diterapkan oleh perusahaan.</p> <p>Selama bekerja di perusahaan ini, saya merasa manajer saya selalu mengawasi setiap pekerjaan yang saya lakukan.</p>		
3.	<i>Organizational Commitment</i>	<i>Organizational Commitment</i> merupakan bentuk sikap loyalitas karyawan terhadap organisasi. Sehingga organisasi mengharapkan setiap	<p>Saya merasa percaya untuk menerima setiap tujuan yang berasal dari perusahaan.</p> <p>Saya selalu menerima nilai – nilai yang diadopsi oleh perusahaan.</p> <p>Saya selalu bekerja keras untuk menyelesaikannya yang diberikan oleh perusahaan.</p>	<i>Likert Scale 1-5</i>	Muhammad Irfani Hendri (2019)

		<p>karyawannya mengalami perasaan dalam tiga cara yaitu <i>affective commitment</i>, <i>continuance commitment</i> dan <i>normative commitment</i> yang mencerminkan ikatan emosional dari karyawan, pencapaian target dan kewajiban yang dirasakan oleh setiap karyawan dan kesetiaan terhadap organisasi (Schultz dan Schultz, 2015).</p>	<p>Saya bersedia untuk tetap bekerja di perusahaan ini untuk waktu yang lama.</p>		
4.	<i>Employee Performance</i>	<p><i>Employee Performance</i> merupakan hasil dari keseluruhan atau keberhasilan seseorang selama</p>	<p>Saya merasa kerjasama yang terjalin dalam team sudah baik</p> <hr/> <p>Saya merasa kerjasama yang terjalin dengan divisi lain sudah baik.</p> <hr/> <p>Saya memiliki otoritas untuk mengambil keputusan sendiri.</p>	<i>Likert Scale 1-5</i>	<p>Muhammad Irfani Hendri (2019)</p>

		mengerjakan tugas tertentu dibandingkan dengan standar pekerjaan, target dan kriteria yang telah ditentukan atau disepakati Rivai(2004) dalam Pawirosumarto (2017)	<p>Saya selalu menyelesaikan pekerjaan sesuai dengan target yang telah ditentukan.</p> <p>Saya memiliki hubungan komunikasi yang baik dengan team.</p> <p>Saya memiliki hubungan komunikasi yang baik dengan divisi lain.</p> <p>Saya merasa di perusahaan ini, terdapat peluang untuk mengembangkan potensi.</p>		
--	--	--	---	--	--