



### **Hak cipta dan penggunaan kembali:**

Lisensi ini mengizinkan setiap orang untuk mengubah, memperbaiki, dan membuat ciptaan turunan bukan untuk kepentingan komersial, selama anda mencantumkan nama penulis dan melisensikan ciptaan turunan dengan syarat yang serupa dengan ciptaan asli.

### **Copyright and reuse:**

This license lets you remix, tweak, and build upon work non-commercially, as long as you credit the origin creator and license it on your new creations under the identical terms.

## BAB III

### METODOLOGI PENELITIAN

#### 3.1. Gambaran Umum Objek Penelitian

##### 3.1.1. Sejarah Singkat Perusahaan

PT Mitra Konsultansi Indonesia atau biasa di sebut MITKOINDO adalah salah satu anggota EJV Group yang menyediakan layanan konsultasi dan perangkat lunak terkemuka untuk industri spesifik energi dan konstruksi di Asia Tenggara. MITKOINDO beroperasi secara internasional melalui kantor cabang yang tersebar di Jakarta (Indonesia), Singapura, Kuala Lumpur (Malaysia), Seoul (Korea Selatan) dan Manila (Filipina). MITKOINDO di resmikan pada tanggal 22 Mei 2013.



Sumber : Data Perusahaan, 2019.

**Gambar 3.1. Logo Perusahaan.**

PT Mitra Konsultansi Indonesia merancang, mengembangkan, mendukung, dan mempromosikan aplikasi perangkat lunak menggunakan teknologi canggih yang terintegrasi dengan upaya sadar menuju konsep inovatif dan kreatif. MITKOINDO telah mengembangkan layanan yang unik dengan menggabungkan dan memanfaatkan pengalaman – pengalaman untuk

didedikasikan secara luas dan terbaik untuk layanan pelanggan. Bisnis kerja dalam PT Mitra Konsultansi Indonesia, meliputi : *Consultancy Services, Applications and Software Development, Applications Solutions for EPCI Contractors, Outsourcing – Managed Services* dan *Research and Development*. PT Mitra Konsultansi Indonesia mempekerjakan lebih dari 150 karyawan yang memiliki kemampuan multibahasa dan multinasional dengan memiliki pengalaman mendalam dalam pengiriman layanan di seluruh dunia. Karyawan MITKOINDO diminta untuk mempertahankan *standard* integritas yang paling menonjol. Setiap karyawan bertindak dengan cara menjaga dan melindungi reputasi EJJV.

### 3.1.2. Filosofi Perusahaan

PT Mitra Konsultansi Indonesia mempunyai 3 pilar “*Corporate Philosophy*” yang dapat dijelaskan sebagai berikut:



Sumber : Data Perusahaan, 2019.

**Gambar 3.2. Filosofi Perusahaan.**

Berdasarkan Gambar 3.2. Filosofi Perusahaan, PT Mitra Konsultansi Indonesia memiliki tiga filosofi yang dapat dijabarkan sebagai berikut :

### 1. *Corporate Mission*

Merupakan identitas inti perusahaan, nilai – nilai dan tujuan visioner perusahaan. Untuk menjadi pengembang perangkat lunak dan konsultasi teknik kelas dunia untuk spektrum luas klien industri di seluruh dunia.

### 2. *Quality Policy*

Merupakan panduan prinsip manajemen untuk mencapai visi perusahaan.

Berkomitmen untuk menyediakan produk dan layanan dengan standar setinggi mungkin untuk memuaskan melampaui harapan pelanggan kami akan kualitas, keandalan, dan layanan.

### 3. *Corporation Values*

Merupakan pedoman yang harus diikuti setiap individu untuk mewujudkan misi perusahaan.

#### **3.1.3. Visi Perusahaan**

Untuk menjadi pengembang dan konsultasi perangkat lunak yang berkelas dunia untuk spektrum luas klien industri di seluruh dunia. Dengan cara kreatif untuk menerapkan teknologi yang tersedia untuk bisnis klien dengan cara memaksimalkan keuntungan dan efisiensi dengan tim professional yang sangat terampil untuk bekerja bersama dengan menggabungkan pengalaman dan dedikasi yang luas untuk layanan pelanggan dengan peningkatan terus menerus.

#### **3.1.4. Core Value Perusahaan**

PT Mitra Konsultansi Indonesia mempunyai *corporate value* dengan singkatan “BEYOND”, yaitu :

a. *Best Services Given*

Selalu berusaha memberikan yang terbaik untuk perusahaan, pelanggan, dan rekan kerja.

b. *Equal Opportunities*

Perusahaan memberikan kesempatan yang sama kepada setiap karyawan untuk maju.

c. *Yelling Respect To Each Other*

Berseru untuk saling menghargai, mengormati dan terbuka terhadap perbedaan serta memberi dan menerima pendapat secara positif dan membangun

d. *Offering Effective Communication*

Mengkoordinasikan pekerjaan dengan tepat dan akurat akan menghasilkan komunikasi yang terjalin dengan efektif. Dapat memanfaatkan semua kanal dan teknologi komunikasi, baik untuk komunikasi verbal maupun tertulis.

e. *Non – stop Improvement*

Selangkah kemajuan lebih baik dibandingkan diam di tempat atau mundur ke belakang.

f. *Development Teamwork*

Menjaga kebersamaan adalah sebuah awal dari kemajuan.

### 3.1.5. Customers PT Mitra Konsultansi Indonesia



Sumber : PT Mitra Konsultansi Indonesia, 2019.

**Gambar 3.3. Indicative Customers.**

Berdasarkan Gambar 3.3. *Indicative Customers*, dapat dijabarkan bahwa beberapa konsumen PT Mitra Konsultansi Indonesia adalah conocco Phillips, Petronas Cangali, ExxonMobil Cepu *Limited*, ReKayasa *Industry*, Samsung *Engineering Company Limited*, Technip Geoproduction, Sarawak Shel, ExxonMobil *Exploration & Production*, Chevron Indonesia, Dodsai *Engineering & Construction*, Malaysia Marine & *Heavy Engineering*, Saipem Asia dan Ramunia *Fabricators* (Website perusahaan, 2019).

### 3.1.6. Sturktur Organisasi Perusahaan

Berdasarkan data yang diperoleh dari perusahaan, PT Mitra Konsultansi Indonesia memiliki struktur organisasi yang dapat menjelaskan urutan divisi, sehingga dapat dijelaskan sebagai berikut :

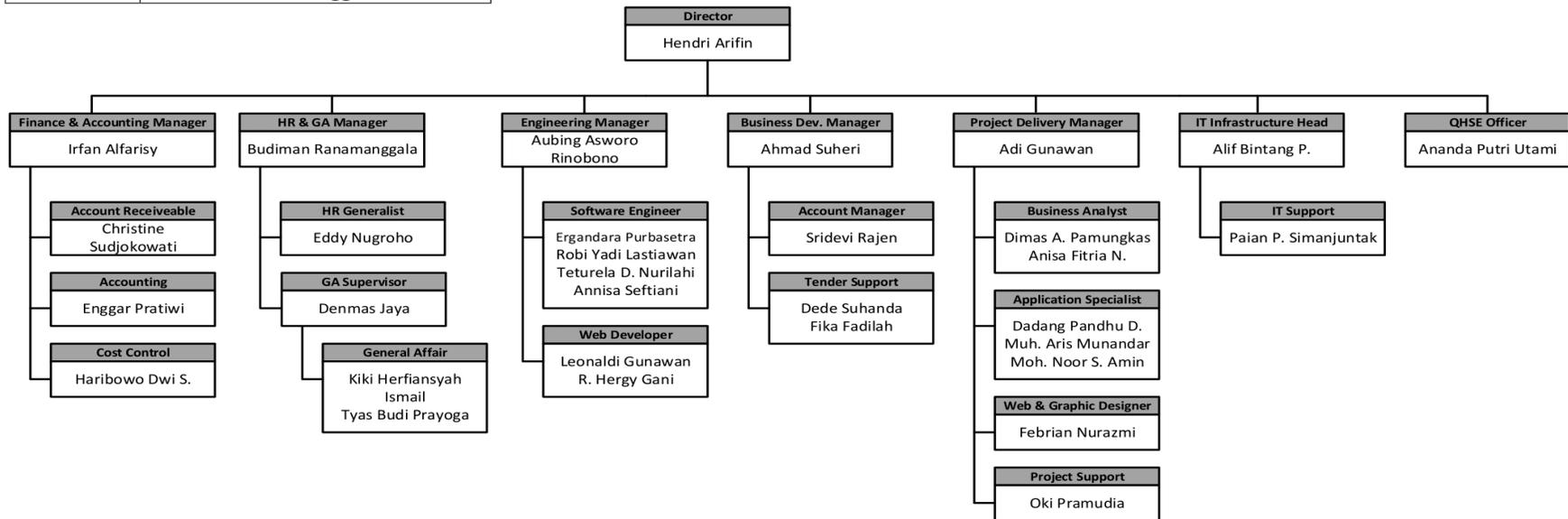


# PT MITRA KONSULTANSI INDONESIA

Associate Tower 15<sup>th</sup> fl. – Intermark Indonesia  
 Jl. Lingkar Timur No. 9, Rawamekar Jaya,  
 Serpong, Tangerang Selatan – 15310  
 Telp : 021-29666417  
 Fax : 021-29666415

## COMPANY ORGANIZATION CHART

Revision	0.6
Date	12 November 2019
Created	Budiman Ranamanggala



<b>Acknowledged</b>	<b>Stamp</b>
Signature:	
Name: <b>Hendri Arifin</b>	
Designation: <b>Director</b>	

Gambar 3.4. Struktur Organisasi Perusahaan

Berdasarkan Gambar 3.4. struktur organisasi perusahaan dipimpin langsung oleh *director* yang langsung membawahi beberapa departemen seperti *finance&accounting, human resource & general affair, engineering, business development, project delivery, IT infrastructure* dan *quality health safety environment (QHSE)*. Masing masing departemen membagi divisi yang berperan penting bagi perusahaan (Data perusahaan 2019).

### **3.2. Desain Penelitian**

#### **3.2.1. Metode Penelitian**

Terdapat dua jenis metode penelitian, yaitu *qualitative research* dan *quantitative research*. . Berikut penjelasan dari Cooper dan Schindler (2014), yaitu :

1. *Qualitative research*, merupakan metode penelitian dengan cara menerjemahkan, menggambarkan dan memberikan kode suatu kegiatan atau fenomena untuk menghasilkan makna yang sesungguhnya, bukan frekuensi dari kegiatan atau fenomena tersebut. Serta dapat menambah wawasan baru.
2. *Quantitative research*, merupakan metode penelitian dengan cara mengukur pengetahuan, perilaku, dan pendapat dengan tepat. Hal ini terkait dengan jawaban atas pertanyaan-pertanyaan, seperti: seberapa sering dan seberapa banyak.

Dalam buku *Business Research Methods*, menurut Cooper dan Schindler (2014) terdapat tiga jenis penelitian, yaitu: *exploratory research, descriptive research* dan *causal research* yang dapat dijabarkan sebagai berikut :

1. *Exploratory research*, merupakan penelitian untuk menjelaskan sebuah kejadian atau fenomena dalam suatu kelompok dengan menggunakan *e-mail*, *websites*, *blogs* atau *chat room* dalam melakukan penelitian.
2. *Descriptive research*, merupakan penelitian untuk mendeskripsikan suatu fenomena atau karakteristik suatu subjek dengan membuat populasi, sebagai berikut: siapa, apa, kapan dan bagaimana suatu topik. Penelitian ini membahas pertanyaan dari hipotesis yang ada dengan mengandung unsur pertanyaan mengenai bentuk, ukuran, distribusi dan keberadaan suatu *variable*.
3. *Causal research*, merupakan penelitian dengan tujuan untuk menemukan pengaruh yang dimiliki suatu *variable* terhadap *variable* lainnya, serta menemukan alasan mengapa hasil tertentu suatu *variable* didapatkan. *Causal research* biasanya hubungan *variable* dikunci dan tidak dapat dipengaruhi faktor eksternal.

Dalam penelitian ini, peneliti menggunakan metode *quantitative research*. Peneliti memperoleh data dengan cara menyusun pertanyaan yang berbentuk kuesioner dan dikelola kuesioner tersebut dengan cara mengukur secara numerik untuk memperoleh data berupa analisis statistik dari angka tersebut. Kemudian, peneliti menggunakan metode penelitian *descriptive research* karena peneliti mendeskripsikan karakteristik karyawan PT Mitra Konsultansi Indonesia, identitas dan menjelaskan hasil pengisian kuesioner mengenai *variable employee creativity*, *perceived organizational support*, *proactive personality* dan *meaning of work*

### 3.3. Ruang Lingkup Penelitian

#### 3.3.1. Target Populasi

Dalam buku *Business Research Methods*, Cooper dan Schindler (2014) memaparkan definisi bahwa populasi adalah sekumpulan subjek atau objek yang menjadi karakteristik dan kuantitas tertentu yang telah ditentukan oleh peneliti. Dalam penelitian ini, peneliti menentukan bahwa populasi yang digunakan adalah seluruh karyawan tetap (*full-time employee*) pada perusahaan PT Mitra Konsultansi Indonesia.

#### 3.3.2. *Sampling Techniques*

Dalam buku *Business Research Methods*, menurut Cooper dan Schindler (2014) terdapat beberapa elemen dalam populasi, dan diperlukan *sample* untuk menarik kesimpulan dalam elemen-elemen populasi tersebut. Terdapat dua *sampling techniques* yang dapat digunakan untuk pengambilan *sample*, yaitu: *probability sampling* dan *non-probability sampling* yang dapat dijabarkan sebagai berikut, yaitu :

1. *Probability sampling*, merupakan konsep pemilihan acak dengan prosedur yang terkendali guna memastikan bahwa setiap elemen populasi diberikan kesempatan yang sama yaitu nol-nol dan diketahui dalam pemilihan. Terdapat tujuh teknik dalam *probability sampling*, yaitu :
  - a. *Simple random sampling*, yaitu teknik *probability sampling* yang memastikan setiap elemen populasi memiliki peluang seleksi yang diketahui dan setara untuk dapat dijadikan suatu *sample*.

- b. *Systematic sampling*, yaitu teknik *probability sampling* yang sistematis, dimana anggota dari elemen populasi diberikan nomor secara urut dan dipilih sesuai dengan urutan yang ditentukan.
  - c. *Stratified sampling*, yaitu teknik *probability sampling* dimana sebagian besar populasi dipilih berdasarkan dengan karakteristik atau strata yang ditentukan oleh peneliti.
  - d. *Proportional sampling*, yaitu teknik *probability sampling* dari salah satu bagian *stratified sampling* dimana *sample* dipilih berdasarkan pada kategori yang ditentukan oleh peneliti.
  - e. *Disproportional sampling*, yaitu teknik *probability sampling* dari salah satu bagian *stratified sampling* dimana *sample* yang telah ditentukan berdasarkan pada analisa dan pertimbangan selanjutnya oleh adanya strata yang tidak proporsional.
  - f. *Cluster sampling*, yaitu teknik *probability sampling* dimana pemilihan *sample* didasarkan pada kelompok dalam skala yang besar dan bukan berdasarkan pada individu.
  - g. *Double sampling*, yaitu teknik *probability sampling* dengan cara mengumpulkan beberapa informasi sebagai dasar pemilihan *sample* untuk dilakukan uji lebih lanjut.
2. *Non-probability sampling*, merupakan *sampling techniques* yang bersifat subjektif dan arbitrer, karena setiap populasi tidak memiliki kesempatan untuk dilibatkan. Terdapat empat teknik dalam *non-probability sampling*, yaitu sebagai berikut :

- a. *Convenience sampling*, yaitu teknik *non-probability sampling* yang bertujuan untuk memperoleh *sample* sesuai dengan kebutuhan yang ditentukan peneliti dan juga dapat dilihat dari sisi kemudahan peneliti.
- b. *Judgement sampling*, yaitu teknik *non-probability sampling* terjadi ketika peneliti memilih anggota *sample* secara sengaja untuk memenuhi beberapa kriteria yang ditentukan.
- c. *Quota sampling*, yaitu teknik *non-probability sampling* dimana peneliti memilih *sample* yang didasarkan pada karakteristik yang ditentukan sampai mencapai kuota yang diinginkan peneliti.
- d. *Snowball sampling*, yaitu teknik *non-probability sampling* yang merujuk pada informasi tambahan dari partisipan yang mungkin memiliki karakteristik yang serupa.

Dalam penelitian ini, peneliti menggunakan *sampling techniques* metode *non-probability sampling* yang termasuk dalam kategori *judgement sampling*. Karena, *sample* ini diambil secara acak terlebih dahulu kemudian data yang dipilih secara sengaja sesuai dengan keputusan peneliti. Dalam penelitian ini, alasan peneliti menggunakan *judgement sampling* karena penelitian ini memiliki beberapa ketentuan kriteria yang dibutuhkan dalam memilih responden. Kriteria tersebut, diantaranya: karyawan yang sudah bekerja minimal satu tahun dan merupakan karyawan tetap. Selain itu, penelitian ini juga menggunakan *snowball sampling*, karena kuesioner disebar kembali oleh atasan peneliti untuk menambah partisipasi yang memiliki karakteristik yang serupa.

### 3.3.3. *Sampling Size*

Dalam buku *Business Research Methods* Cooper dan Schindler (2014) memaparkan definisi bahwa *sample* merupakan kumpulan kejadian, partisipan, kasus atau catatan yang terdiri dari bagian populasi target dan dipilih secara hati-hati dalam menunjukkan populasi. Menurut Hair, William, Barry & Rolph (2010) penentuan *sample* sesuai dengan banyaknya jumlah indikator yang digunakan dalam kuesioner. Rumus yang diasumsikan yaitu  $n \times 5$  observasi sampai  $n \times 10$  observasi. Pada penelitian ini, peneliti menggunakan  $n \times 5$  observasi dengan jumlah indikator 15 buah. Maka, peneliti dapat menentukan bahwa jumlah *sample minimum* yang akan diambil pada penelitian ini adalah sebanyak  $15 \times 5 = 75$ . Jadi, dalam penelitian ini diperlukan 75 responden.

## 3.4. Teknik Pengumpulan Data

### 3.4.1. Metode Pengumpulan Data

Terdapat dua metode yang digunakan dalam pengumpulan data, yaitu: *survey research* dan *observation research*. Zikmund et al., (2013) menjabarkannya sebagai berikut :

1. *Survey research*, yaitu metode pengumpulan data melalui pengamatan dalam beberapa cara seperti: mencari sampel dengan melakukan wawancara untuk memperoleh informasi secara spesifik dari individu.
2. *Observation research*, yaitu metode pengumpulan data dengan cara mencatat peristiwa dan pola perilaku individu secara sistematis guna mendapatkan informasi tentang fenomena atau kejadian yang menarik.

Dalam penelitian ini, peneliti menggunakan metode pengumpulan data *survey research*. Hal ini dilakukan dengan cara *in-depth interview* kepada

duabelas karyawan serta melakukan penyebaran kuesioner kepada responden yaitu karyawan tetap PT Mitra Konsultansi Indonesia yang sudah pernah bekerja minimal satu tahun.

### **3.4.2. Sumber dan Cara Pengumpulan Data**

Metode pengumpulan data terbagi menjadi dua, yaitu: *primary data* dan *secondary data*. Berikut penjelasan dari Cooper dan Schindler (2014), yaitu :

1. *Primary data*, merupakan data asli yang dikumpulkan oleh peneliti sebagai interpretasi dan pernyataan yang mewakili opini secara nyata. *Primary data* dapat diperoleh dari hasil kerja penelitian seseorang ataupun peneliti seperti: hasil *interview* yang dilakukan, hasil penyebaran kuesioner dan juga hasil diskusi dengan para narasumber.
2. *Secondary data*, merupakan hasil dari interpretasi data *primary data* yang dilakukan oleh orang lain dan untuk tujuan yang berbeda. *Secondary data* dapat diperoleh dari artikel, majalah, buku dan surat kabar.

Dalam penelitian ini, peneliti menggunakan kedua metode pengumpulan data tersebut. *Primary data* diperoleh dengan cara *in-depth interview* dengan duabelas karyawan dan menyebarkan kuesioner kepada karyawan tetap yang disesuaikan dengan populasi dan kriteria yang sudah ditentukan. Selain itu, *secondary data* diperoleh dari berita terkini, referensi buku, referensi *e-book* dan juga *journal review* sebagai acuan dari peneliti dalam melakukan penelitian ini.

### **3.5. Periode Penelitian**

Periode penyebaran kuesioner *pre-test* dilakukan pada bulan Maret 2020. Tujuan dalam melakukan penyebaran kuesioner *pre-test* adalah untuk menguji

validitas dan reliabilitas terhadap *variable* yang digunakan dalam penelitian ini. Peneliti memberikan dan menyebarkan kuesioner pre-test kepada 30 karyawan tetap PT Mitra Konsultansi Indonesia. Sedangkan, penyebaran kuesioner *main-test* dilakukan pada bulan Maret – April 2020 dengan cara menyebarkan kuesioner kepada minimal 75 orang responden. Kegiatan *pre-test* dan *main-test* melewati tahap *screening* oleh peneliti sesuai kriteria khusus yaitu karyawan tetap dengan minimal 1 tahun bekerja di PT Mitra Konsultansi Indonesia.

### 3.6. Skala Pengukuran

Dalam penelitian ini, kuesioner menggunakan skala pengukuran *likert*. Menurut Cooper dan Schindler (2014) skala *likert* adalah data ordinal dan nominal yang merupakan kekuatan data dengan cara menggabungkan konsep kesetaraan *interval*.

**Tabel 3.1. Tabel Skala Pengukuran *Likert***

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

Sumber : Hasil Pengolahan Data Primer, 2020

### 3.7. Definisi Operasional Variabel

Menurut Cooper dan Schindler (2014) *variable* penelitian adalah atribut, sifat dan karakteristik yang diukur atau diberikan simbol yang diberi nilai.

*Variable* dalam penelitian ini terbagi menjadi dua, yaitu: *variable* eksogen merupakan *independent variable* dan *variable* endogen merupakan *dependent variable*. Peneliti menggunakan kedua jenis *variable* tersebut, dikarenakan dalam penelitian ini memiliki lebih dari satu *variable* terikat.

### **3.7.1. Variabel Endogen**

Menurut Hair, et al. (2014) variabel endogen adalah variabel terikat didalam model penelitian dan digambarkan dengan memiliki satu anak panah yang mengarah pada variabel itu sendiri. Selain itu, variabel ini merupakan variabel yang dipengaruhi oleh variabel lain. Dalam penelitian ini, *employee creativity* adalah variabel endogen yang dapat dijelaskan sebagai berikut :

#### **3.7.1.1. *Employee creativity***

*Employee creativity* yaitu melibatkan dan menghasilkan ide-ide baru yang berguna. *Creativity* juga terkait dengan kepuasan kerja, semakin banyak pekerja kreatif cenderung lebih puas dengan pekerjaan mereka (Joo et al., 2014 dalam Akgunduz et al., 2018). Variabel *employee creativity* diukur menggunakan skala *likert* dengan *interval* skala 1 sampai dengan skala 5. Skala 1 menunjukkan rendahnya *employee creativity* dan skala 5 menunjukkan tingginya tingkat *employee creativity* di perusahaan.

### **3.7.2. Variabel Eksogen**

Menurut Zikmund, et al. (2013) variabel eksogen adalah variabel bebas yang diharapkan dapat mempengaruhi variabel endogen dalam beberapa cara. Menurut Hair, et al. (2014) variabel eksogen digambarkan memiliki anak panah yang mengarah keluar. Dalam penelitian ini, *perceived organizational support*,

*proactive personality* dan *meaning of work* adalah variabel eksogen yang dapat dijelaskan sebagai berikut :

### **3.7.2.1. *Perceived Organizational Support***

*Perceived organizational support* dapat didefinisikan ketika perusahaan mampu memuaskan kebutuhan karyawan, menghargai kontribusi mereka dan memperhatikan kepentingan mereka. Maka, karyawan akan mengalami kepuasan kerja yang dapat menguntungkan organisasi dan meningkatkan persepsi dukungan organisasi (Akgunduz et al., 2018). Variabel *perceived organizational support* diukur menggunakan skala *likert* dengan *interval* skala 1 sampai dengan skala 5. Skala 1 menunjukkan rendahnya *perceived organizational support* yang dimiliki karyawan dan skala 5 menunjukkan tingginya tingkat *perceived organizational support* yang dimiliki karyawan di perusahaan.

### **3.7.2.2. *Proactive Personality***

*Proactive personality* merupakan ciri khas orang yang tidak dibatasi oleh kekuatan situasional, yang berarti memulai melakukan perubahan pada lingkungan mereka dan menunjukkan inisiatif (Bateman & Crant, 1993 dalam Akgunduz et al., 2018). Variabel *proactive personality* diukur menggunakan skala *likert* dengan *interval* skala 1 sampai dengan skala 5. Skala 1 menunjukkan rendahnya *proactive personality* yang dimiliki karyawan dan skala 5 menunjukkan tingginya tingkat *proactive personality* yang dimiliki karyawan di perusahaan.

### **3.7.2.3. Meaning of Work**

*Meaning of work* didefinisikan ketika orang ingin pekerjaan mereka lebih dari sekedar menghabiskan waktu dan menghasilkan uang serta ingin mengetahui persis apa itu *meaning of work* bagi mereka ketika mereka menghabiskan waktu di tempat kerja (Steger et al., 2012 dalam Akgunduz et al., 2018). Variabel *meaning of work* diukur menggunakan skala *likert* dengan *interval* skala 1 sampai dengan skala 5. Skala 1 menunjukkan rendahnya *meaning of work* karyawan dan skala 5 menunjukkan tingginya tingkat *meaning of work* karyawan di perusahaan.

## **3.8. Teknik Pengolahan Analisis Data**

### **3.8.1. Uji Instrumen**

Dalam melakukan *pre-test*, peneliti menggunakan program IBM SPSS (*Statistical Package for the Social Sciences*) versi 23. Menurut Ghazali (2016) IBM SPSS yaitu *software* yang berfungsi untuk melakukan perhitungan statistik parametrik ataupun non-parametrik dan untuk menganalisis data menggunakan basis *window*. IBM SPSS versi 23 yang digunakan peneliti untuk mengukur uji validitas dan reliabilitas pada saat *pre-test*. sedangkan saat *main-test* peneliti menggunakan program Smart PLS versi 3.0.

### **3.8.2. Uji Validitas**

Uji validitas digunakan peneliti dalam melakukan *pre-test* dengan tujuan untuk mengukur *valid* atau sah tidaknya suatu kuesioner. Menurut Ghazali (2016) Kuesioner dikatakan *valid* jika pertanyaan pada kuesioner dapat mengungkapkan sesuatu ukuran yang dapat diukur oleh indikator tersebut. Dalam uji validitas terdapat uji *Confirmatory Factor Analysis* (CFA) yaitu uji

yang digunakan untuk melihat suatu konstruk yang mempunyai indikator-indikator dan unidimensionalitas yang digunakan untuk mengkonfirmasi sebuah konstruk (Ghozali, 2016). Alat uji yang digunakan untuk mengukur validitas atau mengukur tingkat interkorelasi antar variabel dan dapat tidaknya untuk dilakukan analisis faktor yang dapat dijelaskan sebagai berikut :

1. *Kaiser-Meyer-Olkin* (KMO). Dapat didefinisikan sebagai nilai KMO yang memiliki variasi dari 0 hingga 1 dan dengan nilai yang diharuskan untuk mencapai  $>0.50$  agar dapat dilakukan analisis faktor (Ghozali, 2016).
2.  $\text{Sig} < 0.05$ . Dapat didefinisikan sebagai nilai *significant* yang diharuskan memiliki kurang dari 0.05 yang dapat menunjukkan bahwa terdapat korelasi yang cukup antar variabel (Hair et al., 2014).
3. Nilai *Measurement of Sampling Adequacy* (MSA)  $>0.5$ . Menurut Hair, et al. (2014) *measurement* variabel yang memiliki nilai MSA  $>0.5$  harus dihilangkan dari perhitungan *factor analysis* satu per satu dan dimulai dari variabel dengan nilai terendah.
4. Menurut Hair, et al. (2014) *Factor Loading* atau hasil dari *component matrix* harus mencapai nilai lebih dari  $>0.5$ .

### **3.8.3. Uji Reliabilitas**

Menurut Ghozali (2016) uji reliabilitas adalah alat untuk mengukur suatu kuesioner yang merupakan indikator dari suatu variabel. Kuesioner dapat dikatakan reliabel atau handal jika jawaban responden konsisten dan stabil terhadap suatu pernyataan dari waktu ke waktu. Menurut Hair, et al. (2014) untuk mengukur suatu reliabilitas, digunakan Uji *Statistic Cronbach's Alpha*.

Dimana terdapat syarat nilai untuk mengetahui reliabilitas variabel yaitu lebih dari >0.70.

### **3.9. Metode Analisis Data Dengan *Structural Equation Model* (SEM)**

Dalam penelitian ini, peneliti akan menganalisis data menggunakan metode *structural equation modeling* yaitu sebuah teknik *statistic multivariate* yang dapat menggabungkan beberapa aspek dalam regresi yang bertujuan untuk menguji hubungan positif atau negatif dependen dan untuk analisis faktor yang dapat menyajikan konsep faktor yaitu serangkaian hubungan dependen yang saling mempengaruhi secara bersamaan (Hair et al., 2014).

Menurut Hair, et al. (2010) metode SEM memiliki beberapa peran jika dilihat dari sudut pandang metodologi, yaitu sebagai sistem analisis kausal linear, analisis lintasan (*path analysis*), persamaan simultan, *analysis of covariance structure* dan model persamaan struktural. Analisis hasil penelitian menggunakan metode SEM (*Structural Equation Modeling*) karena, model penelitian ini memiliki *mediating*. Untuk melakukan uji validitas, reliabilitas, hingga uji hipotesis penelitian menggunakan *software* Smart PLS versi 3.0.

#### **3.9.1. Variabel-Variabel dalam SEM**

Terdapat dua jenis variabel dalam *structural equation modelling*, yaitu variabel laten (*latent variable*) dan variabel terukur (*measured variables*) yang biasa disebut variabel teramati (*observed variables*). *Latent variable* dapat didefinisikan sebagai konsep secara abstrak yang dapat menjadi perhatian utama dan khusus pada SEM. *Latent variable* terbagi menjadi dua, yaitu variabel endogen dan variabel eksogen. Variabel endogen yaitu variabel terikat yang ada

pada paling sedikit satu persamaan dalam model penelitian. Sedangkan variabel eksogen yaitu variabel yang muncul merupakan variabel bebas dalam model penelitian. Variabel yang terukur merupakan variabel yang dapat diamati secara empiris dan dapat diukur, hal ini biasa disebut dengan indikator (Hair et al., 2014).

### 3.9.2. Tahapan Prosedur SEM

Dalam buku Hair et al., (2014) terdapat tujuh tahap dalam analisis dan pembentukan SEM, yang dapat dijabarkan sebagai berikut :

1. Pembentukan model teori dengan teoritis yang kuat adalah dasar model yang akan di input dalam *structural equation modelling*.
2. Membuat *path diagram* yang bertujuan untuk memudahkan peneliti melihat hubungan-hubungan antar variabel yang akan diuji. *Path diagram* dibuat dari hubungan setiap variabel berdasarkan dasar teori.
3. Path diagram terdiri dari satu set *measurement model* (model pengukuran) dan *structural model* (model struktural).
4. Dalam *structural equation modelling* (SEM) hanya menggunakan matrik varian atau kovarian dan matrik korelasi yang dijadikan sebagai data untuk di *input* dengan keseluruhan estimasi yang dilakukan dan untuk mengestimasi model yang diajukan.
5. Menentukan dan melakukan identifikasi dari *structural model*. Tahap ini diperlukan untuk menentukan model yang ingin diamati dan bukan merupakan model yang tidak bisa terdeteksi. Masalah yang terjadi biasanya, muncul dengan gejala seperti berikut :
  - a. Terjadi *standard error* dari koefisien

- b. Terjadi kemunculan angka yang eror dan tidak *relevant*. Hal ini, contohnya terdapat varian yang eror dengan menunjukkan angka negatif.
  - c. Terjadi korelasi yang sangat tinggi didapat dari korelasi estimasi. Hal ini, misalnya lebih  $>0.9$ .
  - d. Mampu menghasilkan matrik informasi yang dapat disajikan seharusnya.
6. Melakukan evaluasi kriteria dari *goodness of fit* atau uji kecocokan. Dalam tahap ini, model penelitian yang dapat digunakan dengan kesesuaiannya akan dievaluasi dengan berbagai kriteria *goodness of fit* yang dapat dijabarkan sebagai berikut :
- a. Ukuran sampel minimal 100-150 dan untuk setiap estimasi pengukuran terdapat perbandingan lima observasi.
  - b. Terdapat linearitas dan normalitas.
  - c. Terdapat *outliers*
  - d. Terdapat *singularity* dan *multicollinearity*.
7. Dapat menginterpretasikan hasil analisis. Jika belum menemukan kecocokan, hal ini dapat dilakukan dengan cara mengubah model jika dibutuhkan.

### **3.9.3. Outer Model**

Menurut Hair, et al. (2014) model jalur pada pendekatan PLS-SEM pada umumnya terbagi menjadi dua elemen, yaitu *outer model* yang dikenal sebagai model pengukuran (*measurement*). *Outer model* menggambarkan hubungan yang

dimiliki oleh setiap konstruk atau variabel laten dengan masing-masing indikatornya. Menurut Ghazali (2015) terdapat ketentuan pengukuran *outer model* yang dapat peneliti jabarkan sebagai berikut:

**Tabel 3.2. Ringkasan *Rule of Thumb* Evaluasi *Outer Model* Indikator Reflektif**

<b>Kriteria</b>	<b>Parameter</b>	<b><i>Rule of Thumb</i></b>
Validitas Konvergen	<i>Factor Loading</i>	>0.70 untuk <i>confirmatory research</i>
		>0.60 untuk <i>exploratory research</i>
	<i>Average Variance Extracted (AVE)</i>	>0.50 untuk <i>confirmatory &amp; exploratory research</i>
	<i>Communality</i>	>0.50 untuk <i>confirmatory &amp; exploratory research</i>
Validitas Diskriminan	<i>Cross Loading</i>	>0.70 untuk setiap variabel
	Akar kuadrat AVE dan korelasi antar konstruk laten	Akar kuadrat AVE > Korelasi antar konstruk laten
Reliabilitas	<i>Cronbach's Alpha</i>	>0.70 untuk <i>confirmatory research</i>
		>0.60 masih dapat diterima untuk <i>exploratory research</i>
	<i>Composite Reliability</i>	>0.70 untuk <i>confirmatory research</i>
		0.60 – 0.70 masih dapat diterima untuk <i>exploratory research</i>

Sumber: Ghazali dan Latan, 2015

**Tabel 3.3. Ringkasan *Rule of Thumb* Evaluasi *Outer Model* Indikator**

**Formatif**

<b>Parameter</b>	<b><i>Rule of Thumb</i></b>
Signifikansi <i>Weight</i>	>1.65 ( <i>significance level</i> = 10%)
	>1.96 ( <i>significance level</i> = 5%)
	>2.58 ( <i>significance level</i> = 1%)
<i>Multicollinearity</i>	VIF <10 atau <5
	<i>Tolerance</i> >0.10 atau >0.20

Sumber: Ghozali dan Latan, 2015

**3.9.4. *Inner Model***

Sebagai pelengkap dari *outer model*, PLS-SEM memiliki model jalur kedua yaitu *inner model* yang dikenal sebagai model struktural. *Inner model* dapat digambarkan dengan mendeskripsikan hubungan atau keterikatan antara satu variabel laten dengan variabel laten lainnya. Menurut Ghozali (2015) terdapat ketentuan uji yang dapat dilakukan untuk menilai *inner model* yang dapat dijabarkan sebagai berikut:

**Tabel 3.4. Ringkasan *Rule of Thumb* Evaluasi Inner Model**

<b>Kriteria</b>	<b><i>Rule of Thumb</i></b>
<i>R - Square</i>	0.67 (kuat), 0.33 (moderate), 0.19 (lemah) (Chin,1998)
	0.75 (besar), 0.50 (moderate), 0.25 (lemah) (Hair et al., 2011)
<i>Effect Size f2</i>	0.35 (besar), 0.15 (menengah), 0.02 (kecil)
<i>Q2 Predictive Relevance</i>	Apabila nilai $Q2 > 0$ , maka model memiliki <i>predictive relevance</i> , namun apabila nilai $Q2 < 0$ , maka model kurang memiliki <i>predictive relevance</i>
<i>q2 Predictive Relevance</i>	0.35 (kuat), 0.15 (moderate), 0.02 (lemah)
Signifikansi ( <i>two-tailed</i> )	t-value 1.65 ( <i>significance level = 10%</i> )
	t-value 1.96 ( <i>significance level = 5%</i> )
	t-value 2.58 ( <i>significance level = 1%</i> )

Sumber: Ghozali dan Latan, 2015

### 3.10. Tabel Operasional Variabel

**Tabel 3.5. Tabel Operasional Variabel**

No	Variable Penelitian	Indikator	Skala Pengukuran	Referensi
1.	<p><i>Employee Creativity (Y<sub>1</sub>)</i> kreativitas yaitu melibatkan dan menghasilkan ide-ide baru yang berguna. Kreativitas juga terkait dengan kepuasan kerja, semakin banyak pekerja kreatif cenderung lebih puas dengan pekerjaan mereka. (Akgunduz Y Alkan C dan Gök, Ö A., 2018).</p>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Saya dapat melihat peluang untuk mengidentifikasi cara baru dalam menyelesaikan pekerjaan.</li> <li>2. Saya dapat mencari ide baru untuk menyelesaikan masalah.</li> <li>3. Saya dapat menciptakan pemahaman baru dalam pekerjaan yang dapat dijalankan.</li> <li>4. Saya dapat menunjukkan keaslian hasil pekerjaan saya.</li> </ol>	<p><i>Likert Scale</i> 1-5</p>	<p>Akgunduz, Y., Alkan, C., &amp; Gök, Ö. A. (2018). Perceived organizational support, employee creativity and proactive personality: The mediating effect of meaning of work. <i>Journal of Hospitality and Tourism Management</i>, 34, 105–114. doi:10.1016/j.jhtm.2018.01.004. Doi: <a href="https://doi.org/10.1016/j.jhtm.2018.01.004">https://doi.org/10.1016/j.jhtm.2018.01.004</a>.</p>

No	Variable Penelitian	Indikator	Skala Pengukuran	Referensi
2.	<p><i>Perceived Organizational Support</i> (<math>X_x</math>) didefinisikan ketika perusahaan memuaskan kebutuhan karyawan, menghargai kontribusi mereka dan memperhatikan kepentingan mereka. Maka, karyawan akan mengalami kepuasan kerja yang dapat menguntungkan organisasi dan meningkatkan persepsi dukungan organisasi (Akgunduz Y Alkan C dan Gök, Ö A., 2018).</p>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Perusahaan gagal menghargai upaya ekstra yang saya lakukan dalam bekerja ®.</li> <li>2. Perusahaan mengabaikan keluhan apapun dari saya ®.</li> <li>3. Perusahaan menunjukkan hanya sedikit kepedulian terhadap saya ®.</li> </ol>	<p><i>Likert Scale</i> 1-5</p>	<p>Akgunduz, Y., Alkan, C., &amp; Gök, Ö. A. (2018). Perceived organizational support, employee creativity and proactive personality: The mediating effect of meaning of work. <i>Journal of Hospitality and Tourism Management</i>, 34, 105–114. doi:10.1016/j.jhtm.2018.01.004. Doi: <a href="https://doi.org/10.1016/j.jhtm.2018.01.004">https://doi.org/10.1016/j.jhtm.2018.01.004</a>.</p>

No	Variable Penelitian	Indikator	Skala Pengukuran	Referensi
3.	<p><i>Proactive Personality (X<sub>2</sub>)</i> adalah ciri khas orang yang tidak dibatasi oleh kekuatan situasional, yang berarti memulai melakukan perubahan pada lingkungan mereka dan menunjukkan inisiatif (Akgunduz Y Alkan C dan Gök, Ö A., 2018).</p>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Saya terus mencari cara baru untuk meningkatkan kehidupan saya.</li> <li>2. Dimanapun saya berada, saya sudah siap menghadapi perubahan.</li> <li>3. Saya senang jika ide-ide saya dapat direalisasikan menjadi kenyataan.</li> <li>4. Jika melihat sesuatu yang tidak saya sukai, saya akan memperbaikinya.</li> <li>5. Saya selalu mencari cara yang lebih baik untuk melakukan sesuatu.</li> </ol>	<p><i>Likert Scale</i> 1-5</p>	<p>Akgunduz, Y., Alkan, C., &amp; Gök, Ö. A. (2018). Perceived organizational support, employee creativity and proactive personality: The mediating effect of meaning of work. <i>Journal of Hospitality and Tourism Management</i>, 34, 105–114. doi:10.1016/j.jhtm.2018.01.004. Doi: <a href="https://doi.org/10.1016/j.jhtm.2018.01.004">https://doi.org/10.1016/j.jhtm.2018.01.004</a>.</p>

No	Variable Penelitian	Indikator	Skala Pengukuran	Referensi
4.	<p><i>Meaning of Work (X<sub>3</sub>)</i> didefinisikan ketika orang ingin pekerjaan mereka lebih dari sekedar menghabiskan waktu yaitu dengan cara menghasilkan uang dan mengetahui persis apa pentingnya pekerjaan bagi mereka (Akgunduz Y Alkan C dan Gök, Ö A., 2018).</p>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Pekerjaan yang saya lakukan sangat penting bagi saya.</li> <li>2. Aktivitas pekerjaan yang saya lakukan, secara pribadi sangat bermakna.</li> <li>3. Saya merasa bahwa pekerjaan yang saya lakukan sangat bermakna bagi saya</li> </ol>	<p><i>Likert Scale</i> 1-5</p>	<p>Akgunduz, Y., Alkan, C., &amp; Gök, Ö. A. (2018). Perceived organizational support, employee creativity and proactive personality: The mediating effect of meaning of work. <i>Journal of Hospitality and Tourism Management</i>, 34, 105–114. doi:10.1016/j.jhtm.2018.01.004. Doi: <a href="https://doi.org/10.1016/j.jhtm.2018.01.004">https://doi.org/10.1016/j.jhtm.2018.01.004</a>.</p>