

## **BAB III**

### **METODE PENELITIAN**

#### **3.1 Gambaran Umum Perusahaan**

Pada sub bab ini penulis akan menjelaskan secara singkat sejarah perusahaan, visi dan misi, profile perusahaan, dan nilai-nilai yang ada pada PT. XYZ. Perusahaan PT. XYZ sendiri merupakan perusahaan yang bergerak di bidang *trading* khusus nya mereka menjual alat-alat berat maupun *spare part* dari alat-alat berat yang mereka jual. PT. XYZ sendiri merupakan pemasok utama alat-alat berat seperti kompresor, hidrolik dan sebagai nya bagi perusahaan-perusahaan besar di Indonesia seperti PT. Holcim Indonesia TBK, PT. Semen Padang, dan PT. Indocement Tungal Prakarsa TBK.

##### **3.1.1 Sejarah Perusahaan**

PT. XYZ berdiri sejak 1988 merupakan perusahaan yang didirikan oleh 3 orang yang berlokasi di jalan Musi Jakarta. Berawal dari perusahaan kecil dan berkembang menjadi perusahaan yang cukup besar dengan total 125 karyawan. Pada awal berdirinya perusahaan karyawan PT. XYZ tidak sampai 20 orang, perubahan yang signifikan ini terjadi di awal tahun 2000, pada saat itu PT. XYZ dipercaya untuk menyuplai alat-alat berat untuk proyek jangka panjang. Dari proyek itu lah nama PT. XYZ mulai di kenal dan mendapatkan kepercayaan dari banyak perusahaan-perusahaan di Indonesia. Pada saat ini PT. XYZ sudah memiliki 7 kantor yang masing-masing berada di Jl.

Darmokali 73, Jl. Mangga raya, Jl. Jendral Sudirman, Jl. Hayam Wuruk, Cideng Barat,  
Jl. Jendral Sudirman kav 44-46.

### **3.2.1 Visi dan Misi Perusahaan**

Berikut adalah Visi dan Misi PT. XYZ:

Visi: “Menjadi perusahaan *trading* nomor satu di Indonesia dengan memberikan pelayanan terbaik untuk *customer*”

Misi:

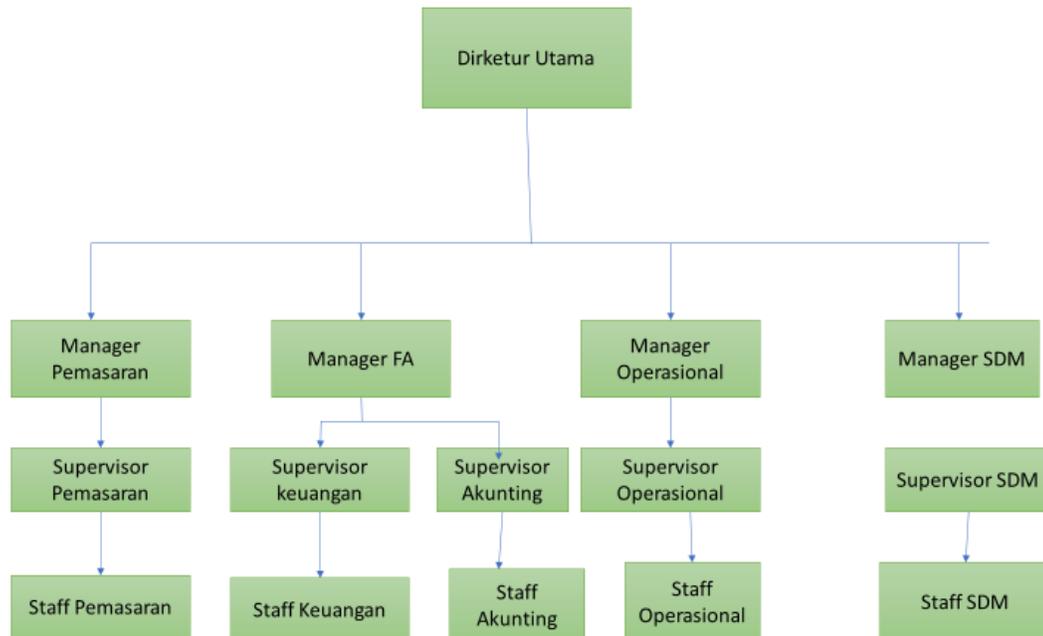
1. Menyediakan layanan terbaik untuk para pelanggan PT.XYZ.
2. Menjunjung tinggi loyalitas dan kepercayaan guna menciptakan hubungan kerja sama yang erat.

### **3.3.1 Nilai – Nilai PT. XYZ**

Berikut adalah nilai-nilai yang ada didalam lingkungan PT. XYZ:

1. *Trusted* (Terpercaya)
2. *Loyal* (setia)
3. Kekeluargaan

### 3.4.1 Struktur Organisasi



Sumber: Data pribadi (2020)

**Gambar 3.1 Struktur Organisasi PT. XYZ**

### 3.2 *Research Design*

#### 3.5.1 *Research Data*

Menurut Cooper, D.R. dan Schindler, P.S (2008) data yang digunakan terbagi menjadi dua seperti berikut:

1. *Primary Data* adalah karya penelitian yang belum di olah dan masih berupa bentuk pernyataan yang mewakili sebuah pendapat atau posisi resmi. Berikut yang termasuk kedalam *primary data*, diantaranya adalah memo; surat; wawancara atau pidato lengkap (dalam bentuk transkrip audio, video ataupun

tertulis); hukum; peraturan; keputusan pengadilan dan sebagian besar data pemerintah, termasuk data cencus, ekonomi, dan tenaga kerja.

2. *Secondary sources* adalah interpretasi dari *primary data*, seperti ensiklopedia, *textbooks*, *Data*, majalah, artikel surat kabar, dan sebagian besar berita-berita yang dianggap sebagai sumber informasi sekunder.

Dalam hal ini, peneliti menggunakan data sekunder berupa artikel-artikel, jurnal pendukung, jurnal teori, buku-buku teori dan data *online* berupa gambar. Selain itu peneliti juga menggunakan *primary data* yang didapat penulis dari hasil penyebaran kuesioner serta *in-dept interview* dengan karyawan di perusahaan PT. XYZ.

### **3.6.1 Metode Penelitian**

Menurut Zikmund *et al.*, (2013) metode penelitian terbagi menjadi dua bagian, berikut dua bagian metodolgi penelitian:

1. *Quality business research*: merupakan jenis penelitian dimana penulis memberikan dan menyediakan penafsiran akurat yang didasari fenomena yang tersedia tanpa menerapkan sistem pengukuran.
2. *Quantitative business research*: merupakan jenis penelitian yang mewajibkan penulis untuk meneliti sesuai dengan pengukuran yang telah ada serta penelitian yang menggunakan suatu pendekatan analisis.

Menurut Zikmund *et al.*, (2013) jenis penelitian terbagi menjadi tiga bagian sebagai berikut:

1. *Exploratory research*: merupakan penelitian yang digunakan untuk mengklarifikasi sebuah situasi ambigu atau menemukan ide-ide baru yang mungkin bisa dimanfaatkan sebagai potensi bisnis.
2. *Descriptive research*: merupakan penelitian yang berfokus untuk mendeskripsikan suatu karakteristik dari objek, individu group, organisasi, maupun lingkungan.
3. *Causal research*: merupakan penelitian yang memungkinkan peneliti agar dapat menemukan kesimpulan sebab akibat atau mendefinisikan hubungan sebab-akibat dari suatu permasalahan.

Dalam penelitian ini penulis menggunakan jenis penelitian kuantitatif dengan metode deskriptif.

### **3.3 Ruang Lingkup Penelitian**

#### **3.7.1 Target Populasi**

Populasi adalah sekelompok grup dari berbagai entitas yang ditunjukkan dengan memiliki kesamaan jenis serta karakteristik (Zikmund, 2013). Menurut Cooper (2008) populasi adalah elemen yang akan ditarik sebuah kesimpulan oleh peneliti.

Terdapat empat aspek yang digunakan untuk menjelaskan mengenai target populasi menurut Malhotra (2010), sebagai berikut:

1. *Element*: Objek yang memiliki suatu informasi yang akan diteliti oleh peneliti untuk bisa menarik kesimpulan dari informasi tersebut. *Element* dari penelitian ini adalah PT. XYZ.

2. *Sampling unit*: merupakan unit dasar yang terdiri dari berbagai macam elemen dari suatu populasi untuk digunakan sebagai sampel penelitian. *Sampling unit* dalam penelitian ini adalah karyawan PT. XYZ yang mengacu pada variabel *intention to stay* yang dirasakan oleh karyawan PT. XYZ.
3. *Extent*: merupakan elemen yang mengacu pada batasan-batasan geografis dalam sebuah penelitian. *Extent* dalam penelitian ini hanyalah karyawan PT. XYZ.
4. *Time Frame*: merupakan jangka waktu yang di pakai oleh peneliti dalam sebuah penelitian. *Time frame* dalam penelitian ini berlangsung sejak September 2020 sampai Desember 2020.

Dari penjelasan diatas, maka populasi yang digunakan dalam penelitian ini adalah seluruh karyawan PT. XYZ, yang memiliki masalah terkait dengan *intention to stay* dengan perusahaan PT. XYZ. Dengan menentukan populasi tersebut, maka akan memberikan kemudahan kepada peneliti untuk dapat menemukan sebuah titik terang dari temuan penelitian dengan memanfaatkan sampling yang telah ditentukan.

### **3.3.2. Sampling Technique**

Sampling merupakan aktivitas yang bertujuan untuk melibatkan berbagai macam prosedur untuk kemudian akan ditarik menjadi sebuah kesimpulan dengan melibatkan perwakilan dari sebuah populasi (Zikmund, 2013).

Teknik *sampling* terbagi menjadi dua bagian menurut Zikmund (2013), berikut kedua teknik tersebut:

1. *Probability Sampling*: merupakan teknik pengambilan sampel penelitian dari setiap anggota dari sebuah populasi dimana mereka memiliki kesempatan yang sama untuk dijadikan sampel penelitian.
2. *Nonprobability Sampling*: merupakan teknik sampling dimana semua unit dari setiap sampel yang telah dipilih berdasarkan dari sisi kemudahan atau keputusan penulis.

Menurut Zikmund (2013) teknik *probability sampling* dikategorikan menjadi tujuh jenis, yaitu:

1. *Simple random sampling*: merupakan sebuah teknik dari *probability sampling* yang memastikan bahwa setiap elemen dari sebuah populasi dapat dijadikan sampel dalam penelitian.
2. *Systematic sampling*: merupakan sebuah teknik *probability sampling* yang memastikan anggota dari populasi diberikan nomor urut dan kemudian dipilih berdasarkan urutan tertentu.
3. *Stratified sampling*: merupakan sebuah teknik *probability sampling* dimana elemen dari suatu populasi yang dipilih berdasarkan karakteristik yang diinginkan oleh penulis.
4. *Proportional sampling*: merupakan sebuah teknik dari *probability sampling* yang merupakan bagian dari *stratified sampling* dimana sampel yang dipilih berdasarkan kategori yang telah ditentukan oleh penulis.

5. *Disproportional sampling*: merupakan sebuah teknik *probability sampling* yang merupakan bagian dari *stratified sampling* dimana sampel ditentukan berdasarkan pertimbangan atau analisa selanjutnya.
6. *Cluster sampling*: merupakan teknik *probability sampling* yang memilih sampel bukan berdasarkan pada individu melainkan kelompok dalam skala besar.
7. *Multistage area sampling*: merupakan teknik *probability sampling* yang melibatkan dua atau lebih dari *probability sampling*.

Menurut Zikmund (2013) terdapat empat kategori *nonprobability sampling*, yaitu:

1. *Convenience sampling*: merupakan teknik *nonprobability sampling* untuk memperoleh orang-orang atau unit yang dirasa paling mudah untuk dilakukan penelitian.
2. *Judgment sampling*: merupakan teknik *nonprobability sampling* dimana sampel yang dipilih dari suatu populasi berdasarkan keputusan sendiri.
3. *Quota sampling*: merupakan teknik *nonprobability sampling* yang memastikan peneliti memilih sendiri sampel berdasarkan karakteristik tertentu hingga mencapai kouta yang diinginkan oleh peneliti.
4. *Snowball sampling*: merupakan teknik *nonprobability sampling* yang menentukan sampel berdasarkan dengan informasi tambahan dari individu yang telah dijadikan sampel yang telah ada.

Berdasarkan penjelasan diatas, peneliti menggunakan *nonprobability sampling* dalam pengambilan sampel yang telah diuraikan peneliti dengan teknik *judgment sampling* karena peneliti mengambil sampel yaitu, karyawan PT. XYZ. Adapun kriteria responden dalam penelitian ini adalah karyawan PT. XYZ yang memiliki pengalaman kerja selama tiga tahun karena dianggap sudah memiliki tingkat *intention to stay*.

### **3.8.1 Sampling Size**

Penentuan dari jumlah sampel sebagai responden disesuaikan dengan banyaknya jumlah pertanyaan yang terdapat didalam kuesioner. Perhitungan yang dilakukan dalam penelitian ini menggunakan perhitungan  $n \times 5$  observasi sampai  $n \times 10$  observasi (Hair *et al.*, 2019). Dalam penelitian ini terdapat 21 *measurment* yang digunakan untuk mengukur 3 variabel, sehingga minimum dari sebuah *sampling size* adalah 21 *measurment* dikalikan 5 yang memiliki hasil 125 responden, dalam uji *maintest* peneliti menggunakan *software* SPSS dengan minimal responden 100 maka total responden adalah 100.

## **3.4. Metode Pengumpulan Data**

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

Pada penelitian ini, peneliti menggunakan kedua metode pengumpulan data, pertama data primer dengan cara menyebarkan kuesioner serta melakukan *in depth interview* kepada karyawan PT. XYZ. Lalu kedua dengan data sekunder dengan

memperoleh informasi pendukung dari jurnal ilmiah, *website*, buku – buku terkait, dan *annual report*.

### 3.4 Periode Penelitian

Periode pengisian kuesioner untuk *pre-test* dilakukan pada 21 Desember 2020. *Pre-test* dilakukan untuk menguji validitas dan realibilitas dari masing-masing variabel yang akan digunakan penulis dalam penelitian ini. Jumlah responden dalam *pre-test* ini sebanyak 30 karyawan dan periode penyebaran serta pengumpulan kuesioner *main-test* dilakukan pada bulan yang sama yaitu bulan Desember 2020. Kuesioner yang disebar sebanyak 100 kuesioner tetapi, responden yang diterima oleh penulis hanya sebanyak 100 responden. Dengan demikian *response rate* dalam penelitian ini adalah 100%

### 3.5 Skala Pengukuran

Dalam kuesioner ini digunakan pengukuran skala yaitu pengukuran skala *likert*. Skala *likert* merupakan pengukuran yang mengijinkan responden untuk memberikan nilai bagi pendapatnya dari sangat tidak setuju hingga sangat setuju dengan mengikuti petunjuk yang diberikan (Ghozali, 2013).

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

Keterangan	Skala
Sangat Setuju	5
Setuju	4

Keterangan	Skala
Netral	3
Tidak Setuju	2
Sangat Tidak Setuju	1

Sumber: Hasil Pengolahan Data Primer, 2020.

### 3.6 Definisi Operasional Variabel

Variabel dalam penelitian ini terbagi menjadi dua bagian yaitu, variabel bebas (*dependent variabel*) dan variabel terkait (*independent variable*). Variabel bebas adalah variabel yang dipengaruhi oleh keberadaan variabel bebas. sedangkan variabel terkait merupakan variabel yang mempengaruhi atau sebab perubahan dari timbulnya variabel terkait.

#### 3.9.1 *Independent Variable*

*Independent variable* atau variabel bebas merupakan variabel yang diharapkan dapat mempengaruhi *dependent variable* dalam beberapa hal. Secara konvensional *independent variable* sering diwakili dengan huruf X (Zikmund, 2013).

Dalam penelitian ini, yang menjadi variabel bebas atau variabel eksogen dalam penelitian ini adalah *total reward* dan *engagement*

### **1.1.1.1 *Total reward***

Menurut poruska *et al.*, (2016) sistem *total reward* menawarkan proposisi nilai yang merangkul nilai-nilai orang tentang hubungan kerja. *Total reward* meningkatkan efektivitas program penghargaan dan pengakuan secara keseluruhan. *Total reward* memiliki pengaruh yang lebih signifikan pada individu karyawan dan organisasi dan lebih mudah untuk diaplikasikan karena memiliki fleksibilitas dalam memenuhi kebutuhan individu karyawan.

Adapun menurut Rai (2019) *total reward* yang menarik bertujuan untuk mendukung hal ini lebih jauh dalam memuaskan individu karyawan bahwa mereka diberi penghargaan melebihi kompetitor. Efek dari sistem *total reward* yang dijalankan dengan buruk pada akhirnya akan membuat karyawan menjadi tidak betah dan memilih untuk meninggalkan perusahaan, namun jika dilakukan dengan baik dan tepat sistem *total reward* bisa menjadi sumber positif yang mampu memenuhi kesejahteraan individu karyawan. Contoh pemberian *total reward* seperti, meningkatkan gaji, memberikan pelatihan, peluang pengembangan, bonus, serta akses ke layanan kesehatan swasta, pemberian iuran pensiun, serta memberikan asuransi kesehatan kepada anggota keluarga karyawan.

Variabel ini diukur dengan menggunakan skala *likert* dari 1 sampai 5. Skala 1 menunjukkan rendahnya *total reward* antara karyawan dengan perusahaan sedangkan skala 5 menunjukkan tingginya tingkat *total reward* antara karyawan dengan perusahaan.

### **1.1.1.2 Engagement**

Menurut Yalabik *et al.*, (2017) *Engagement* dianggap sebagai kehadiran psikologis karyawan ditempat kerja. Hal ini adalah keadaan psikologis yang berhubungan dengan pekerjaan yang positif yang ditandai dengan keaslian dan ketersediaan untuk memberikan kontribusi yang terbaik bagi keberhasilan organisasi atau perusahaan. *Engagement* menanamkan motivasi afektif yang gigih dan positif kepada karyawan yang ditandai dengan tingkat aktivasi dan kesenjangan yang tinggi.

Menurut Lam *et al.*, (2018) *Engagement* memiliki dampak dalam meningkatkan kesejahteraan karyawan, dan karyawan mengejar pencapaian mereka dengan keadaan yang optimis dan termotivasi dalam melaksanakan pekerjaan mereka. Dedikasi, semangat, dan penyerapan adalah karakteristik fundamental dari keterikatan karyawan dengan perusahaan. Dedikasi menunjukkan bahwa karyawan tersebut sepenuhnya terlibat dalam pekerjaan dan merasa bangga, terinspirasi, dan tertantang.

*Engagement* merupakan sebuah sikap yang diambil oleh perusahaan dalam melibatkan karyawan mereka dalam suatu proyek bisnis tertentu, yang dapat mempengaruhi psikologis karyawan, sehingga karyawan beranggapan bahwa mereka dihargai dan dipercaya bekerja diperusahaan sehingga menimbulkan rasa optimisme yang tinggi dalam menyelesaikan pekerjaan yang diberikan serta membua karyawan merasa senang dan puas terhadap perusahaan.

Variabel ini diukur dengan menggunakan skala *likert* dari 1 samapai 5. Skala 1 menunjukkan rendah nya tingkat *engagement* antara karyawan dengan perusahaan dan

skala 5 menunjukkan bahwa tinggi nya tingkat *engagement* antara karyawan dengan perusahaan.

### **3.6.2. *Dependent Variable***

*Dependent variable* atau variabel terukur merupakan hasil dari proses atau variabel yang diprediksi atau dijelaskan oleh variabel lain, secara konvensional variabel terukur sering diwakili dengan huruf Y dalam penelitian (Zikmund, 2013).

Dalam penelitian ini, yang menjadi variabel terkait atau variabel endogen adalah *intention to stay*.

#### **1.1.1.3 *Intention to Stay***

*Intention to stay* mengacu kepada kesediaan karyawan yang sadar dan disengaja untuk tetap bersama organisasi atau perusahaan dan karenanya kemungkinan mereka akan bertahan di pekerjaan mereka saat ini. Generasi milenial saat ini lebih sering berpindah tempat kerja karena itu perusahaan perlu melakukan beberapa upaya untuk dapat mempertahankan para pekerja milenial yang berkualitas, ada beberapa faktor yang dapat mempengaruhi *intention to stay* karyawan seperti, faktor individu berupa motivasi, keterlibatan, pemberdayaan psikologis, imbalan yang sesuai, dan keadilan didalam organisasi atau perusahaan, dan faktor dari pekerjaan seperti kesempatan belajar dan berkembang, dukungan dari perusahaan, budaya organisasi, dan keadilan organisasi mendorong individu untuk tetap bersama dengan organisasi atau perusahaan (Aboobaker. M, 2020).

Variabel ini diukur dengan menggunakan skala *likert* dari 1 samapai 5. Skala 1 menunjukkan rendah nya tingkat *intention to stay* antara karyawan dengan perusahaan dan skala 5 menunjukkan bahwa tinggi nya tingkat *intention to stay* antara karyawan dengan perusahaan.

### **3.7 Teknis Pengolahan Analisis Data**

#### **3.10.1 Uji Instrumen**

Menurut Ghozali (2018), suatu penelitian dalam bidang ilmu sosial seperti psikolog, manajemen, dan sosiologi tidak dapat diukur secara langsung. Dapat diukur dengan dimensi atau indikator yang tersedia dalam penelitian. Terdapat dua insturmen dalam penelitian yang dapat diuji, pertama adalah validitas dan kedua adalah reliabilitas. Kedua instrumen perlu diuji untuk mengetahui tingkat dari kelayakan suatu indikator yang digunakan didalam sebuah penelitian.

##### **1.1.1.4 Uji Validitas**

Uji validitas dilakukan untuk mengukur sejauh mana valid atau tidaknya suatu kuestioner. Sebuah kuestioner dapat dinyatakan *valid* apabila pertanyaan atau indikator pada kuestioner dapat menyatakan sesuatu yang dapat diukur oleh kuestioner tersebut (Ghozali, 2018).

Menurut Ghozali, (2018) uji *confirmantory factor analysis* (CFA) dapat dilakukan berdasarkan uji *barlett of sphercity* yang merupakan sebuah uji statistik untuk menentukan korelasi antar variabel. Alat uji yang dipakai untuk mengukur

tingkat interkorelasi antar variabel serta dapat atau tidaknya dilakukan analisis faktor, antara lain:

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

Sebuah indeks yang dipakai untuk menguji kecocokan dari model analisis.

Nilai  $KMO \geq 0.5$  menunjukkan bahwa analisis dari faktor dinyatakan valid, sedangkan jika nilai  $KMO \leq 0.5$  mengidentifikasi bahwa analisis faktor dinyatakan tidak valid.

2. ***Bartlett's Test of Sphericity***

Merupakan sebuah jenis uji statistik yang biasanya digunakan untuk menguji sebuah hipotesis. Biasanya ditunjukkan dengan  $(r = 1)$  yang menyatakan bahwa variabel memiliki relasi atau tidak. Jika hasil dari uji signifikan menunjukkan  $\leq 0.5$  maka hasil ini menunjukkan hubungan yang signifikan antara variabel hal ini menunjukkan bahwa nilai tersebut bisa dikatakan valid.

3. ***Anti Image Matrics***

Merupakan sebuah jenis uji statistik untuk memprediksi suatu hubungan antara variabel memiliki kesalahan atau tidak. Nilai dari *measure sampling adequacy* (MSA) pada diagonal *anti image correlation* diperlihatkan dalam uji ini. Nilai MSA berkisar antara 0 sampai dengan 1 dengan ketentuan sebagai berikut:

1. Nilai  $MSA = 1$ , maka prediksi antar variabel tidak memiliki kesalahan.
2. Nilai  $MSA \geq 0.5$ , menunjukkan variabel harus dianalisa lebih lanjut.

3. Nilai  $MSA \leq 0.5$  menunjukkan bahwa variabel tidak dapat dianalisa lebih lanjut dan harus dilakukan perhitungan analisis faktor ulang.

#### 4. *Faktor Loading of Component Matrix*

Menunjukkan besarnya suatu korelasi dari indikator tertentu dengan tujuan menentukan validitas dari setiap indikator saat menggabungkan setiap variabel. Sebuah indikator dapat dikatakan valid jika hasil *factor loading* sebesar 0.5.

##### 1.1.1.5 Uji Reliabilitas

Menurut Ghozali (2018) uji validitas dibutuhkan untuk mengukur kuesioner yang digunakan sebagai indikator dalam suatu penelitian. Kuesioner dapat dikatakan reliabel atau handal apabila jawaban dari responden terhadap pertanyaan konsisten atau stabil dari waktu ke waktu.

Menurut Ghozali (2018) kuesioner dapat dikatakan reliabel jika jawaban seseorang terhadap pernyataan adalah konsisten. Suatu variabel dapat dikatakan reliabel jika nilai *Cronbach Alpha*  $> 0.70$ .

### 3.8 Uji Asumsi Klasik

#### 3.11.1 Uji Multikoleniaritas

Uji multikoleniaritas adalah suatu uji untuk menguji apakah model regresi memiliki korelasi antar *independent variable*. Suatu model regresi yang tidak terdapat korelasi antar *independent variable* dapat dikatakan baik, apabila model regresi terdapat korelasi maka variabel – variabel tersebut tidak ortogonal. Variabel ortogonal sendiri merupakan *independent variable* dengan nilai korelasi antar variabelnya sama

dengan nol. Dalam mengukur uji multikoleniaritas dapat melihat nilai dari *tolerance* dan *inflation factor* (VIF). Apabila nilai dari *tolerance*  $\geq 0,10$  dan nilai VIF  $\leq 10$  dapat dinyatakan terdapat korelasi antar *independent variable* atau terjadi gejala multikoleniaritas di dalam penelitian (Ghozali, 2018).

### 3.12.1 Uji Normalitas

Uji normalitas merupakan uji yang digunakan untuk melihat apakah pada model regresi suatu variabel yang dianggap mengganggu atau variabel residual memiliki distribusi normal. Dalam melakukan suatu uji t dan F, dapat diasumsikan nilai residual mengikuti distribusi normal. Apabila asumsi tersebut dilanggar akan mengakibatkan uji statistika menjadi tidak valid. Uji normalitas dapat dilakukan dengan menganalisa grafik *histogram* dan *normal probability plot* (Ghozali, 2018) Berikut merupakan dasar pengambilan keputusan dalam uji normalitas menurut Ghozali, (2018):

1. Jika data menyebar disekitar garis diagonal dan mengikuti arah garis diagonal pada *normal probability plot* atau grafik histogramnya menunjukkan pola distribusi normal yang artinya tidak melenceng ke kiri maupun ke kanan. Hal tersebut menyimpulkan bahwa model regresi telah memenuhi syarat asumsi normalitas.
2. Apabila data menyebar jauh dari diagonal atau tidak mengikuti arah garis diagonal pada *normal probability plot* atau grafik histogramnya tidak

menunjukkan pola distribusi normal. Maka model regresi tidak memenuhi asumsi normalitas.

### **3.13.1 Uji Heteroskedastisitas**

Uji heteroskedastisitas merupakan pengujian model regresi untuk melihat apakah terjadi ketidaksamaan nilai *variance* dari residual satu pengamat ke pengamat yang lainnya. Apabila *variance* dari residual suatu pengamat ke pengamat lainnya bernilai tetap, maka disebut sebagai homokedastisitas, jika berbeda maka disebut sebagai heterkedastisitas. Suatu model regresi yang baik adalah model yang memiliki nilai tetap yaitu homoskedastisitas (Ghozali, 2018). Menurut Ghozali, (2018) untuk mengukur apakah terdapat heterkedastisitas atau tidak dalam suatu model regresi dapat dilakukan dengan melihat grafik *scatterplot* dengan pengertian sebagai berikut:

1. Jika titik – titik pada grafik membentuk suatu pola secara teratur maka hal tersebut membuktikan terjadinya heteroskedastisitas.
2. Apabila titik pada grafik menyebar secara acak dari atas sampai bawah angka nol pada sumbu Y, maka hal tersebut membuktikan tidak terjadi heteroskedastisitas pada model regresi.

Model regresi dikatakan baik apabila grafi *scatterplot* memiliki titik – titik yang menyebar secara acak dari atas sampai bawah angka nol pada sumbu Y. Hal tersebut berarti tidak terjadi heteroskedastisitas pada model regresi penelitian.

#### 1.1.1.6 Uji Glejser

Uji *glejser* dilakukan untuk memperkuat pernyataan bahwa tidak adanya heteroskedastisitas. (Gujarti, 2003) dalam (Ghozali, 2018) menyatakan uji *glejser* mengusulkan untuk meregresi nilai absolut residual terhadap variabel independent dengan persamaan regresi. Tolak ukur yang dapat dipakai dalam melakukan uji *glejser* adalah dengan melihat nilai signifikansi absolut residual, jika nilai signifikansi absolut residua  $> 0,05$  maka tidak terjadi heteroskedastisitas pada model regresi.

### 3.9 Koefisien Determinasi

Koefisien determinasi ( $R^2$ ) merupakan teknik pengukuran untuk mengetahui besaran kemampuan model dalam menjelaskan variasi *dependen variable* dengan melihat nilai  $R^2$  berkisar dari nol sampai dengan satu. Apabila pada nilai dari  $R^2$  yang dihasilkan lebih kecil atau jauh dari angka satu, maka menunjukkan adanya keterbatasan kemampuan *independent variable* dalam menjelaskan *dependent variable*. Apabila nilai dari  $R^2$  yang dihasilkan lebih besar atau mendekati angka satu, maka menunjukkan adanya kemampuan *independent variable* dalam menjelaskan *dependent variable* (Ghozali, 2018).

Menurut Ghozali, (2018) terdapat kelemahan dalam melakukan uji koefisien determinasi yaitu bias terhadap jumlah *independent variable* yang di ikut sertakan dalam model penelitian. Untuk mengantisipasi bias tersebut, disarankan agar menggunakan nilai *adjusted R square* dalam menevaluasi model regresi.

### **3.10 Uji Hipotesis**

#### **3.14.1 Uji Analisis Regresi Linear Berganda**

Uji analisis regresi linear berganda merupakan teknik analisis data dalam suatu penelitian untuk mengukur besaran pengaruh serta hubungan antara *independent variable* dengan *dependent variable* (Ghozali, 2018). Metode regresi linear berganda digunakan karena ada lebih dari satu variabel dalam *independent variable*. Berikut persamaan regresi linear berganda dalam penelitian:

$$Y = \alpha + \beta_1 X_1 + \beta_2 X_2$$

Keterangan:

*Y*: *Intention to Stay*

$\alpha$ : Konstanta

$\beta$ : Koefisien regresi linear

*X*<sub>1</sub>: *Total Reward*

*X*<sub>2</sub>: *Engagement*

*e*: Residual (*error*)

#### **3.15.1 Uji Signifikansi Parameter Individual (Uji t)**

Uji parameter individual merupakan teknik analisis data guna mengetahui besaran pengaruh satu variabel independen dalam menjelaskan variasi pada variabel dependen (Ghozali, 2018). Dengan melihat hipotesis nol yang ingin diuji oleh sebuah parameter (*b*) sama dengan nol, dengan pengertian  $H_0: B_0 = 0$  yang berarti suatu variabel independen bukan merupakan penjelasan signifikan terhadap variabel

dependen. Perlu di ketahui terdapat hipotesis alternative yang dapat digunakan yaitu  $H_a: b_1 \neq 0$  yang berarti suatu variabel independen merupakan penjelasan signifikan terhadap variabel dependen. Uji t dapat disimpulkan dengan cara melakukan perbandingan terhadap nilai mutlak, apabila  $t_{hitung} > t_{tabel}$ , maka hal tersebut menyatakan  $H_0$  ditolak sementara  $H_1$  diterima yang berarti suatu variabel independen secara individual berpengaruh terhadap variabel dependen (Ghozali, 2018).

### 3.11 Tabel Operasional

**Tabel 3.2 Operasional Variabel**

No	Variabel Penelitian	Indikator	Skala Pengukuran	Referensi
1	<i>Total reward (X)</i> diberikan berdasarkan kepribadian atau disesuaikan dengan individu karyawan (seperti gaji, perencanaan dan pembangunan).	1. Secara keseluruhan hadiah (gaji, insentif, bonus, pujian) yang saya terima di sini adil 2. Saya puas dengan gaji yang saya terima. 3. Saya merasa memiliki peluang untuk berkembang ditempat kerja saya. 4. Semua hasil pekerjaan saya dihargai di tempat saya bekerja.	<i>Likert Scale</i> 1-5	Alka Rai, Piyali Ghosh, Tanusree Dutta (2018). "Total reward to enhance employee's intention to stay: does perception of justice play any role?"

No	Variabel Penelitian	Indikator	Skala Pengukuran	Referensi
		<p>5. Gaji yang saya terima cukup untuk memenuhi kebutuhan bulanan saya.</p> <p>6. Saya senang diberikan pujian ketika berhasil menyelesaikan pekerjaan tepat waktu.</p> <p>7. Saya bertahan ditempat saya bekerja karena <i>reward</i> yang diberikan.</p>		
2	<p><i>Engagement</i> (X) merupakan sebuah sikap yang diambil oleh perusahaan dalam melibatkan karyawan mereka dalam suatu proyek bisnis tertentu, yang dapat mempengaruhi psikologis karyawan, sehingga karyawan beranggapan bahwa mereka dihargai dan</p>	<p>1. Ditempat kerja, saya merasa penuh energi.</p> <p>2. Saya bangga dengan pekerjaan yang saya lakukan.</p> <p>3. Saya merasa tidak sanggup dengan pekerjaan saya.</p> <p>4. Saya senang dilibatkan kedalam suatu proyek.</p> <p>5. Saya punya peran penting di perusahaan</p>	<p><i>Likert Scale</i> 1-5</p>	<p>Alka Rai, Piyali Ghosh, Tanusree Dutta (2018). "Total reward to enhance employee's intention to stay: does perception of justice play any role?"</p>

No	Variabel Penelitian	Indikator	Skala Pengukuran	Referensi
	dipercaya bekerja diperusahaan.			
3	<p data-bbox="383 527 630 674"><i>Intention to stay</i> (Y) mengacu pada kesediaan karyawan yang disengaja dan yang tidak disengaja untuk tetap bersama organisasi atau perusahaan.</p>	<p data-bbox="662 527 987 674">1 Saya berniat untuk bekerja di perusahaan untuk waktu yang lama</p> <p data-bbox="662 695 987 1062">2. Saya merasa keputusan saya tepat untuk bekerja di perusahaan yang memiliki tempat kerja yang dirancang dengan baik.</p> <p data-bbox="662 1083 987 1178">3. Saya bangga dikaitkan dengan perusahaan</p> <p data-bbox="662 1199 987 1524">4. Saya berminat bertahan di perusahaan karena saya merasa perusahaan dapat mengembangkan karir saya.</p> <p data-bbox="662 1545 987 1734">5. Saya berencana untuk bekerja di perusahaan ini selama 5 tahun dari sekarang.</p>	<p data-bbox="1019 1083 1182 1115"><i>Likert Scale</i></p> <p data-bbox="1076 1136 1125 1167">1-5</p>	<p data-bbox="1214 810 1425 1440">Alka Rai, Piyali Ghosh, Tanusree Dutta (2018). "Total reward to enhance employee's intention to stay: does perception of justice play any role?"</p>

