

BAB III

METODOLOGI PENELITIAN

3.1 Gambaran Umum Objek Penelitian

Objek penelitian pada studi ini yaitu karyawan generasi Y pada *banking industry* yang telah bekerja minimal 1 tahun. Sasaran bank pada penelitian ini adalah bank yang termasuk *top 4 bank* di Indonesia yaitu Bank BRI, Bank Mandiri, Bank BCA dan Bank BNI yang berdasarkan hasil riset TrenAsia terhadap laporan keuangan bank pertriwulan I tahun 2020. Jika dibagi berdasarkan jenis kepemilikannya, terdapat 2 (dua) jenis bank, yaitu Bank BUMN (BRI, Mandiri dan BNI) dan Bank Swasta Nasional (BCA). Bank swasta nasional merupakan bank yang sebagian besar atau seluruh modal dan akte pendiriannya dimiliki oleh swasta nasional sehingga sebagian atau seluruh profit atau labanya akan menjadi milik swasta nasional, sedangkan Bank BUMN merupakan bank yang seluruh atau sebagian sahamnya milik pemerintah Indonesia.

Menurut Anantatmula (2012), hal yang kontras terjadi dalam bidang *Human Capital* adalah ketika keberadaan Gen Y sebagai sebuah angkatan kerja, khususnya dalam industri Perbankan di Indonesia belum mendapat perhatian khusus. Dampaknya ialah berpengaruh pada minimnya kontribusi generasi dalam lingkungan kerja sehingga untuk meminimalisir hal tersebut diperlukan strategi yang sesuai dengan nilai, perilaku, dan etika kerja Gen Y. Penulis melihat pentingnya isu ini dari sisi *generation gap* yang terjadi

karena kurangnya pemahaman akan keberadaan Generasi Y, hal tersebut membuat penulis tertarik menjadikan industri bank sebagai objek penelitian dalam studi ini. Berikut akan penulis paparkan secara singkat mengenai 4 (empat) bank tersebut:

1. Bank BRI

Bank BRI adalah salah satu bank milik pemerintah yang terbesar di Indonesia. Pada awalnya Bank BRI didirikan di Purwokerto, Jawa Tengah oleh Raden Bei Aria Wirjaatmadja dengan nama *De Poerwokertosche Hulp en Spaarbank der Inlandsche Hoofden* yang artinya "Bank Bantuan dan Simpanan Milik Kaum Priyayi Purwokerto" yang merupakan lembaga keuangan untuk melayani orang-orang berkebangsaan Indonesia (pribumi). Lembaga tersebut berdiri tanggal 16 Desember 1895, yang kemudian dijadikan sebagai hari kelahiran Bank BRI.

PT. Bank BRI (Persero) Tbk yang didirikan sejak tahun 1895 didasarkan pelayanan pada masyarakat kecil tetap konsisten sampai sekarang, yaitu dengan fokus pembiayaan kepada Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM). Hal ini tercermin dari penyaluran KUK (Kredit Usaha Kecil) sebesar Rp. 6.419,8 milyar. Atas keberhasilannya sebagai bank pertama yang dapat menyalurkan kredit mikro (KUR) kepada masyarakat dalam jumlah yang besar, kinerja PT. Bank BRI (Persero) Tbk mendapat pujian dari Presiden RI saat itu, Susilo Bambang Yudhoyono pada *AFI Global Policy Forum* di Bali pada 27 September 2010.

Dalam pelaksanaannya sebagai lembaga *financial intermediary*, adapun visi dan misi PT. Bank BRI (Persero) Tbk sebagai berikut:

1. Visi

Menjadi *The Most Valuable Bank* di Asia Tenggara dan *Home to the Best Talent*.

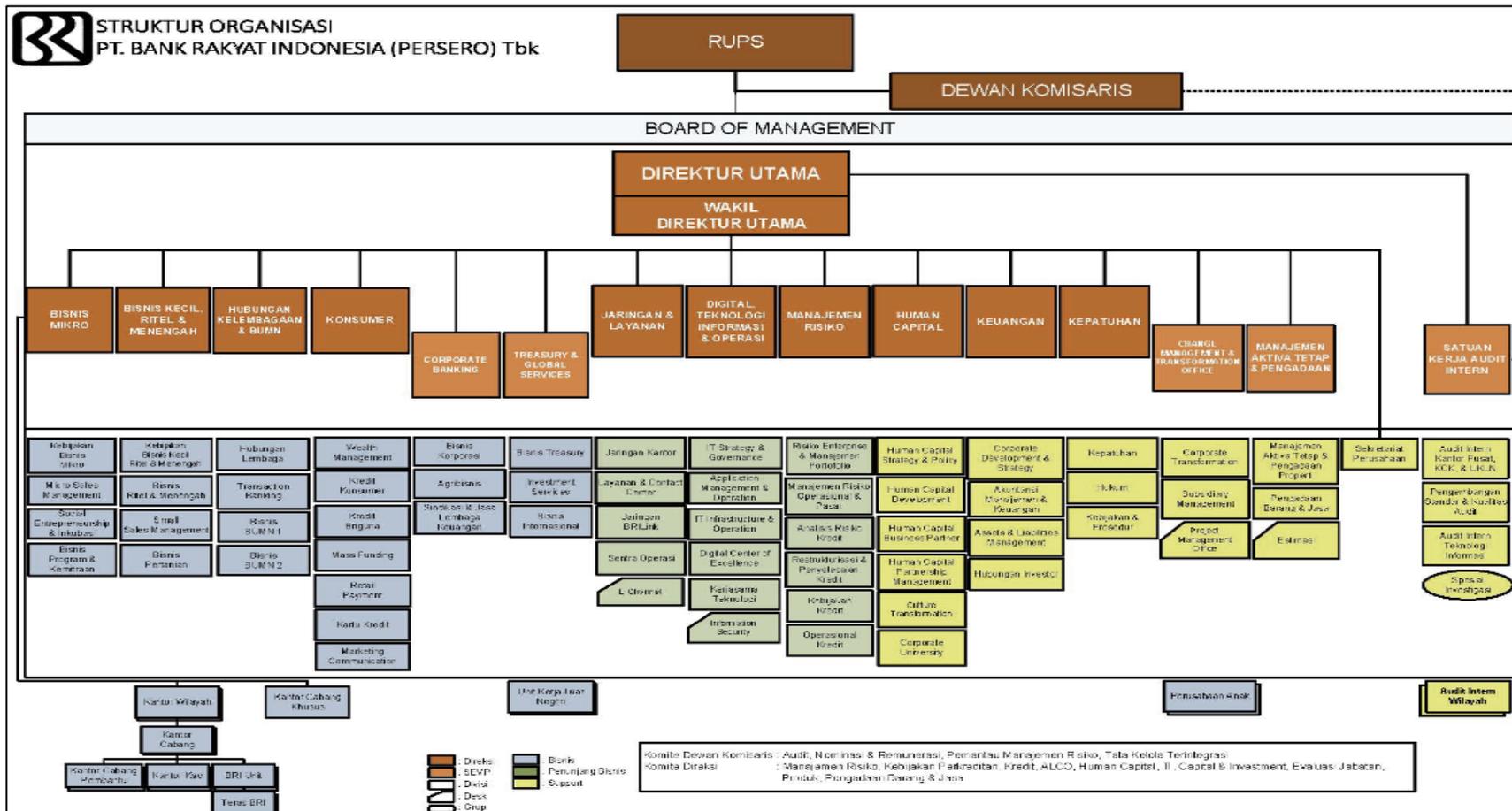
2. Misi

- Memberikan Yang Terbaik.
- Menyediakan Pelayanan Yang Prima.
- Bekerja Dengan Optimal Dan Baik.

Nilai utama yang dianut oleh Bank BRI yaitu:

1. *Integrity*: senantiasa berpikir, berkata, dan berperilaku terpuji, menjaga kehormatan, serta taat aturan. Perilaku yang menunjukkan nilai integrity adalah terbuka, jujur, dan tulus serta patuh terhadap peraturan.
2. *Professionalism*: senantiasa berkomitmen bekerja tuntas dan akurat dengan kemampuan terbaik dan penuh tanggung jawab. Perilaku yang menunjukkan nilai *professionalism* adalah *continuous learner* dan *fairness*.
3. *Trust*: senantiasa membangun keyakinan & saling percaya di antara para pemangku kepentingan demi kemajuan Perseroan. Perilaku yang menunjukkan nilai trust adalah saling menghargai & mengutamakan kepentingan Perseroan dan Negeri.

4. *Innovation*: senantiasa mendayagunakan kemampuan dan keahlian untuk menemukan solusi dan gagasan baru untuk menghasilkan produk/ kebijakan dalam menjawab tantangan permasalahan Perseroan. Perilaku yang menunjukkan nilai *innovation* adalah visioner dan pionir perubahan.
5. *Customer Centric*: senantiasa menjadikan pelanggan sebagai mitra utama yang saling menguntungkan untuk tumbuh secara berkesinambungan.



Gambar 3. 1 Struktur Organisasi Bank BRI

Sumber: BRI, 2020

2. Bank Mandiri

PT. Bank Mandiri Tbk dibentuk pada tanggal 2 Oktober 1998 sekaligus merupakan hasil dari restrukturisasi yang dilakukan pemerintah Indonesia saat krisis moneter tahun 1998. Bank Mandiri merupakan bank milik pemerintah Republik Indonesia yang telah bergabung dalam BUMN (Badan Usaha Milik Negara) yang dimana 60% sahamnya dimiliki oleh bank pemerintah Republik Indonesia dan 40% sisanya dimiliki publik.

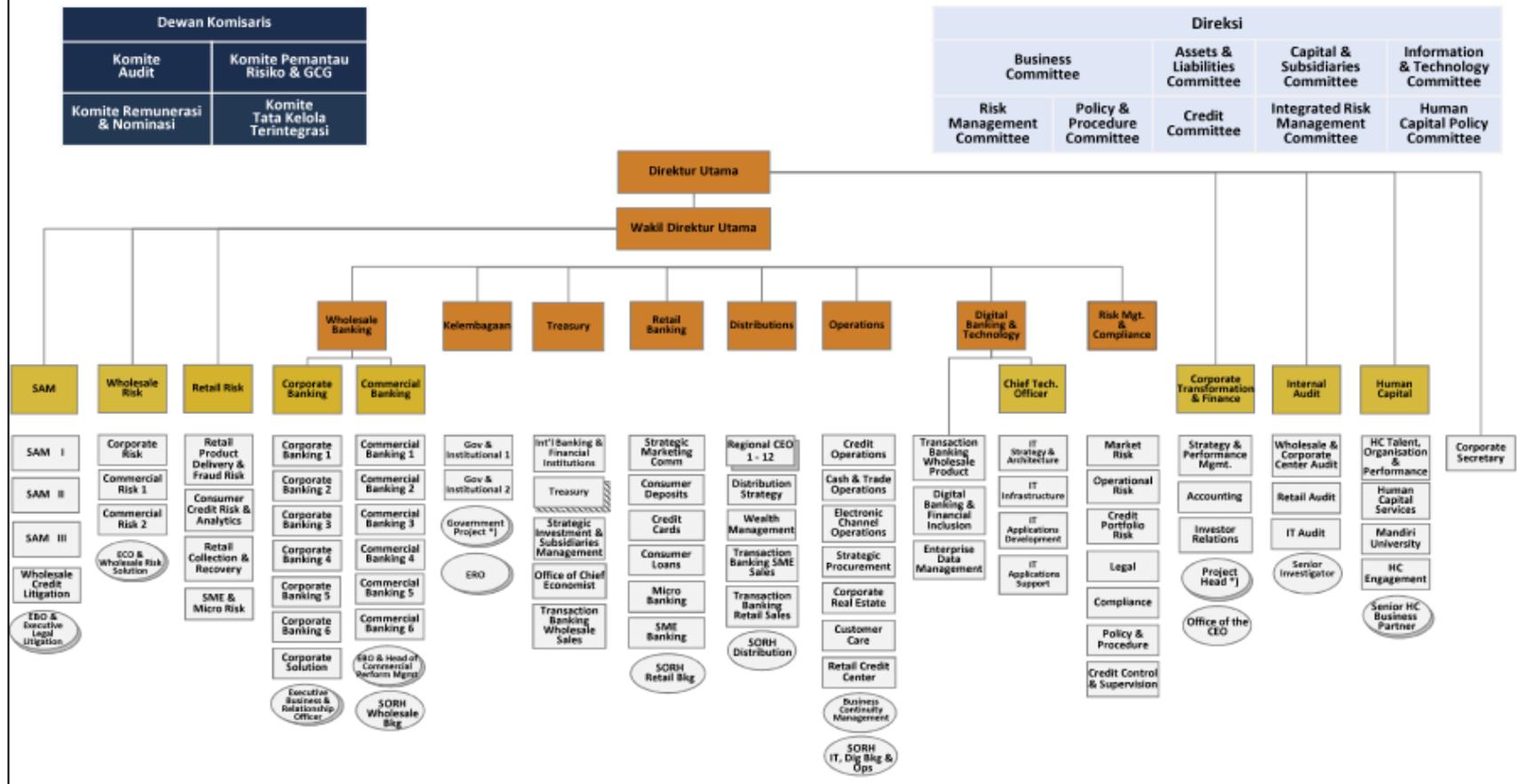
Tepat memasuki tahun 2008, Bank Mandiri tampil dengan semangat baru dan juga wajah baru sebagai bagian dari kesiapan untuk meraih masa depan gemilang. Bank Mandiri membuat *tagline* dan logo baru yaitu; Terdepan, Terpercaya dan Tumbuh bersama Anda, yang merupakan satu kesatuan bagian dari proses *brand transformation* Bank Mandiri.

Adapun visi dan misi yang terdapat pada Bank Mandiri. Visi Bank Mandiri adalah “Menjadi partner finansial pilihan utama Anda” dan kemudian diikuti oleh misinya yaitu, menyediakan solusi perbankan digital yang handal dan *simple* yang menjadi bagian hidup nasabah. Bank Mandiri juga berpegang teguh terhadap nilai – nilai utama yang telah mereka buat, yaitu:

1. Amanah: Memegang teguh kepercayaan yang diberikan.
2. Kompeten: Terus belajar dan mengembangkan kapabilitas.
3. Harmonis: Saling peduli dan menghargai perbedaan.
4. *Loyal*: Berdedikasi dan mengutamakan kepentingan bangsa dan negara.

5. Adaptif: Terus berinovasi dan antusias dalam menggerakkan ataupun menghadapi perubahan.
6. Kolaboratif: Membangun kerja sama yang sinergis.

Struktur Organisasi PT Bank Mandiri (Persero) Tbk.



Gambar 3. 2 Struktur Organisasi Bank Mandiri

Sumber: Bank Mandiri, 2020

3. Bank BCA

Bank BCA merupakan salah satu bank swasta terbesar di Indonesia mengutamakan kualitas pelayanan dalam menjalankan setiap kegiatan operasionalnya. Hal ini dilakukan untuk meningkatkan kepuasan para nasabah yang memiliki tujuan utama loyalitas nasabah.

BCA didirikan oleh Sudono Salim pada tanggal 21 Februari 1957 dan berkantor pusat di Jakarta. Pada 1980-an terdapat beberapa momen penting bagi keberlangsungan Bank BCA, yaitu semakin mengembangkan jaringan kantor cabang secara luas, mengembangkan berbagai produk dan layanan maupun penerapan teknologi informasi, seperti menerapkan *online system* untuk jaringan kantor cabang Bank BCA, dan yang paling penting adalah meluncurkan Tabungan Hari Depan (Tahapan) yang hingga saat ini masih menjadi salah satu produk simpanan unggulan Bank BCA.

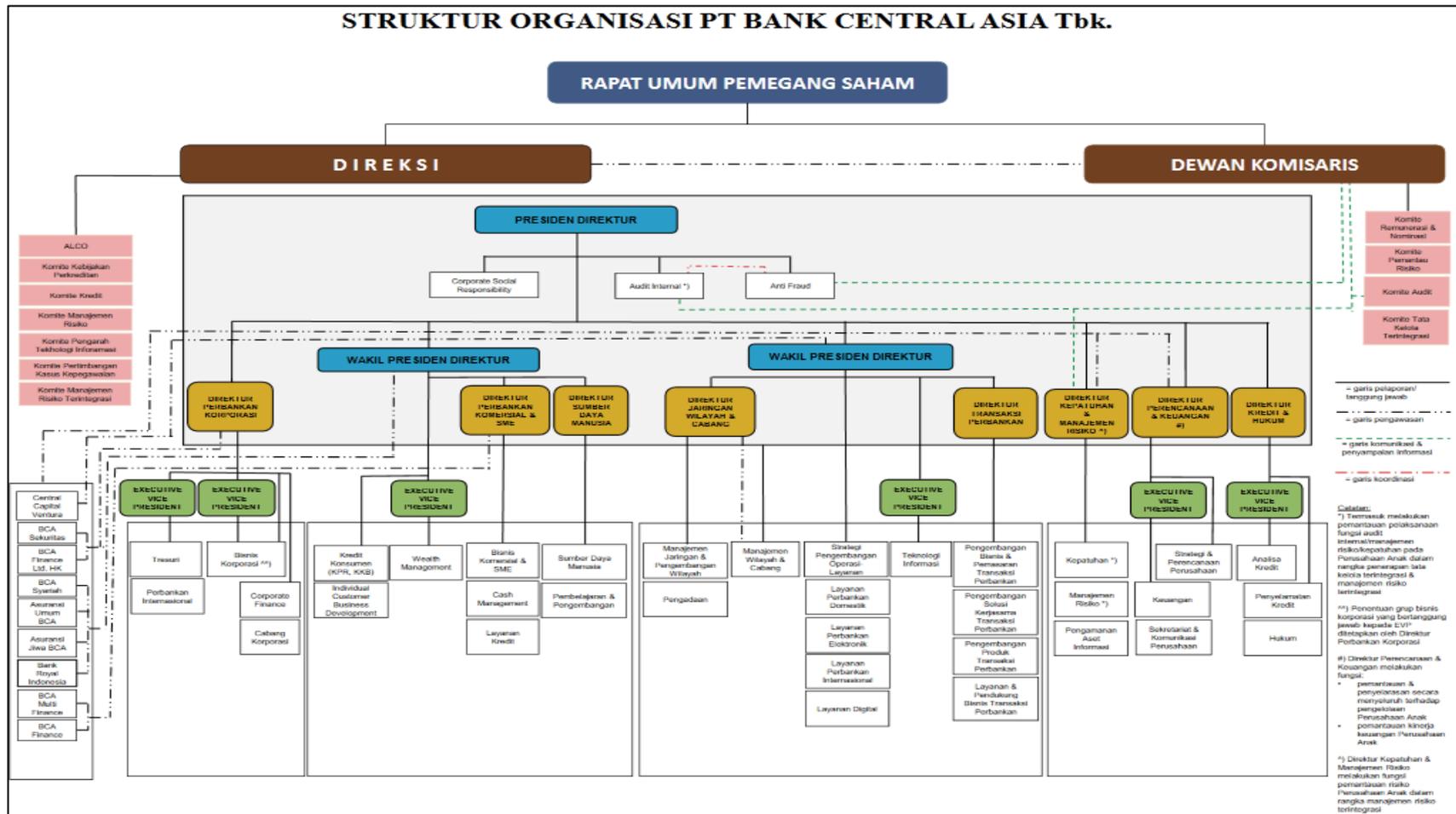
Bank BCA dibangun atas dasar visi dan misi yang cukup visioner. Visi yang dimiliki Bank BCA yaitu “Bank pilihan utama andalan masyarakat yang berperan sebagai pilar penting perekonomian Indonesia”. Kemudian diikuti oleh adanya misi pada Bank BCA, yaitu:

1. Membangun institusi yang unggul di bidang penyelesaian pembayaran dan solusi keuangan bagi nasabah bisnis dan perorangan.
2. Memahami beragam kebutuhan nasabah dan memberikan layanan finansial yang tepat demi tercapainya kepuasan optimal bagi nasabah.

3. Meningkatkan nilai *franchise* dan nilai *stakeholders*.

Selain dibangun dengan dasar visi dan misi yang kuat, Bank BCA juga menerapkan tata nilai yang harus dijunjung tinggi semua karyawan hingga direksi, tata nilai tersebut adalah:

1. *Customer focus* : Memahami, mendalami dan memenuhi kebutuhan pelanggan dengan cara terbaik.
2. *Integrity*: Jujur, tulus, dan lurus. Nasabah memilih bank yang dipercaya. Kepercayaan dibangun melalui tindakan yang mencerminkan integritas dan etika bisnis yang tinggi secara konsisten.
3. *Teamwork*: Tim merupakan himpunan yang memiliki pertalian khas, komitmen, tata cara dan sinergi untuk mencapai suatu tujuan.
4. *Continuous Pursuit of Excellence*: Senantiasa melakukan yang terbaik dengan cara dan kualitas terbaik. Produk – produk perbankan yang dihasilkan BCA pun semakin menjawab kebutuhan masyarakat yang dibarengi dengan beragam fitur yang mengutamakan kebutuhan nasabah.



Gambar 3. 3 Struktur Organisasi Bank BCA

Sumber : BCA, 2020

4. Bank BNI

BNI merupakan Bank BUMN pertama yang menjadi perusahaan publik setelah mencatatkan sahamnya di Bursa Efek Jakarta dan Bursa Efek Surabaya pada tahun 1996. Untuk memperkuat struktur keuangan dan daya saingnya di tengah industri perbankan nasional, BNI melakukan sejumlah aksi korporasi, antara lain proses rekapitalisasi oleh Pemerintah di tahun 1999, divestasi saham Pemerintah di tahun 2007, dan penawaran umum saham terbatas di tahun 2010.

BNI menawarkan layanan penyimpanan dana maupun fasilitas pinjaman baik pada segmen korporasi, menengah, maupun kecil. Beberapa produk dan layanan terbaik telah disesuaikan dengan kebutuhan nasabah sejak kecil, remaja, dewasa, hingga pensiun.

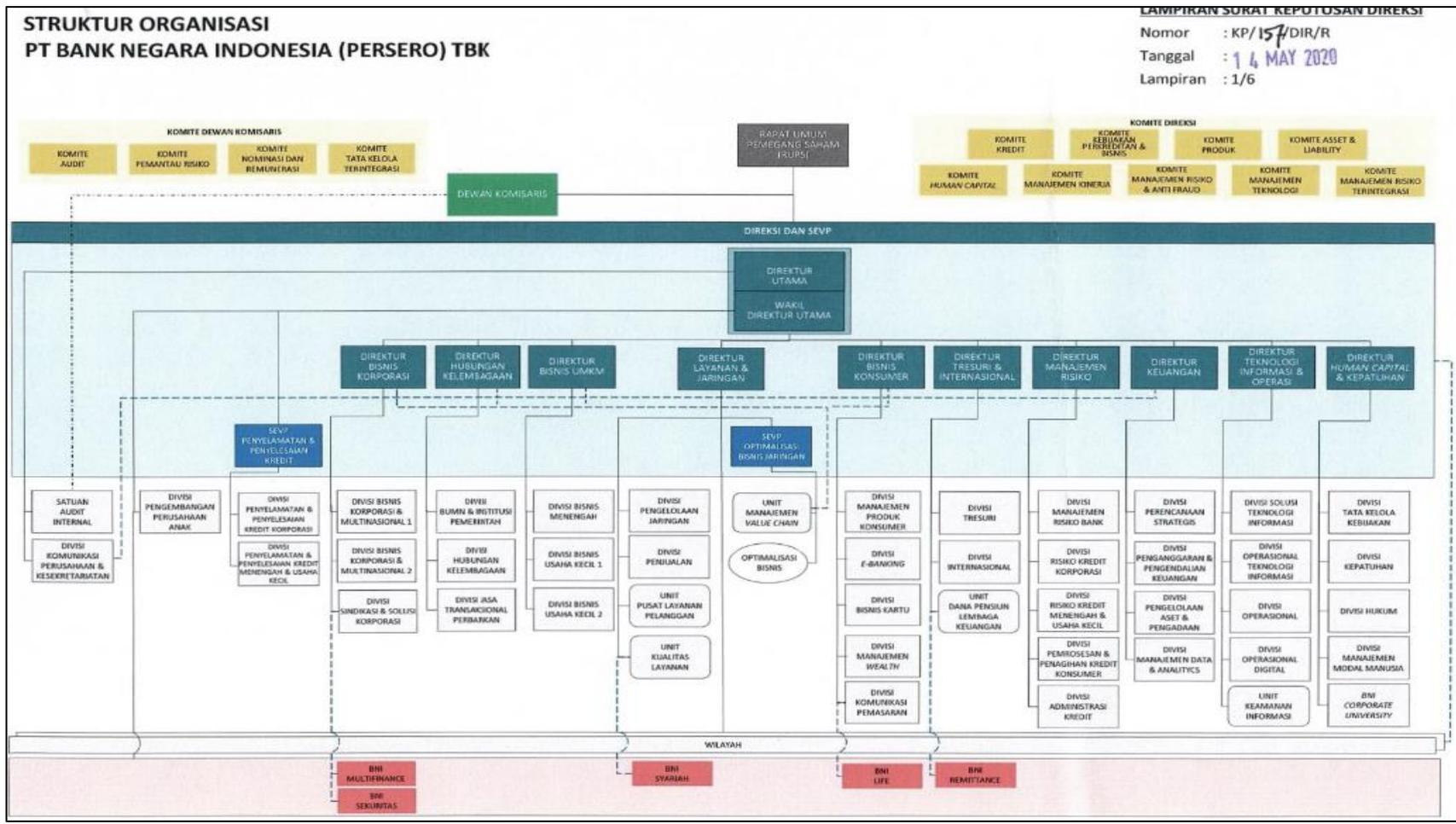
Bank BNI mempunyai visi dan misi agar goals organisasi dapat tercapai. Visi Bank BNI yaitu “Menjadi Lembaga Keuangan yang unggul dalam layanan dan kinerja secara berkelanjutan”. Misi yang dimiliki oleh Bank BNI yaitu :

1. Memberikan layanan prima dan solusi digital kepada seluruh Nasabah selaku Mitra Bisnis pilihan utama.
2. Memperkuat layanan internasional untuk mendukung kebutuhan Mitra Bisnis Global.
3. Meningkatkan nilai investasi yang unggul bagi investor.
4. Menciptakan kondisi terbaik bagi karyawan sebagai tempat kebanggaan untuk berkarya dan berprestasi.

5. Meningkatkan kepedulian dan tanggung jawab kepada lingkungan dan masyarakat.
6. Menjadi acuan pelaksanaan kepatuhan dan tata kelola perusahaan yang baik bagi industri.

Bank BNI juga mengusung 6 (enam) nilai – nilai perilaku utama yang harus dijalankan yaitu:

1. Meningkatkan Kompetensi dan Memberikan Hasil Terbaik
2. Jujur, Tulus dan Ikhlas
3. Disiplin, Konsisten dan Bertanggungjawab
4. Memberikan Layanan Terbaik Melalui Kemitraan yang Sinergis
5. Senantiasa Melakukan Penyempurnaan
6. Kreatif dan Inovatif



Gambar 3. 4 Struktur Organisasi Bank BNI

Sumber : BNI, 2020

3.2 Desain Penelitian

Menurut Zikmund et al. (2013), *research design* adalah suatu perencanaan untuk menentukan prosedur dan metode yang akan digunakan dalam menganalisa dan mengumpulkan berbagai informasi yang dibutuhkan. Desain Penelitian berfungsi untuk membantu dan membimbing penulis pada setiap langkah yang akan dilakukan dalam penelitian, seperti bagaimana dalam mengambil data, lalu mengukurnya dan selanjutnya menganalisanya data yang telah didapat sehingga akan lebih logis dan sistematis.

3.2.1 Metode Penelitian

Menurut Zikmund et al. (2013), terdapat 2 (dua) jenis metode penelitian, yaitu:

1. *Quantitative research*: suatu penelitian yang dilakukan berdasarkan pengukuran numerik dan juga melalui pendekatan analisis.
2. *Qualitative research*: jenis penelitian yang melakukan penafsiran yang akurat berdasarkan fenomena yang sudah ada untuk menemukan suatu arti yang sebenarnya dari fenomena tersebut serta sekaligus menambah wawasan baru tanpa menggunakan system pengukuran numerik.

Selain itu, jenis penelitian juga dikelompokan menjadi 3 (tiga) (Zikmund *et al.*, 2013), yaitu:

1. *Exploratory research*: Suatu metode penelitian yang dilakukan untuk menjelaskan suatu situasi ambigu atau mengungkap kesempatan potensi bisnis. Metode penelitian bukan bertujuan untuk memberikan bukti konklusif untuk menentukan tindakan tertentu, tetapi dituukan dan digunakan untuk memandu serta memperbaiki penelitian selanjutnya.
2. *Descriptive research*: Suatu metode penelitian yang dilakukan untuk menggambarkan karakteristik suatu objek, organisasi atau kelompok, lingkungan serta individu. Jenis penelitian ini mencoba menjelaskan situasi yang terjadi dalam pertanyaan siapa, apa, kapan, dimana, mengapa dan bagaimana atau biasa disebut dengan 5W+1H (*what, who, when, where, why* dan *how*).
3. *Causal research*: Metode penelitian yang dilakukan untuk mengidentifikasi hubungan sebab – akibat. Metode penelitian ini terbilang membutuhkan waktu yang cukup lama untuk diimplementasikan dan juga membutuhkan banyak biaya.

Pada penelitian ini, penulis menggunakan jenis penelitian *quantitative research* karena data penelitian diperoleh dari penyebaran kuesioner lalu hasil datanya akan diukur secara numerik serta menggunakan pendekatan analisis.

Selain itu metode penelitian yang digunakan adalah *descriptive research* karena penelitian yang dilakukan penulis bertujuan untuk menjelaskan karakteristik karyawan generasi Y yang bekerja pada *banking*

industry. Identitas dan pemikiran karyawan terkait dengan variabel – variabel yang diteliti antara lain adalah *quality of work life, job satisfaction* dan *turnover intention*.

3.2.2 Data Penelitian

Ada 2 (dua) jenis data yang dapat digunakan dalam suatu penelitian (Zikmund *et al.*, 2013), yaitu:

1. *Primary data*: sumber data penelitian yang didapatkan secara langsung dari diri sendiri tanpa adanya media perantara lain.
2. *Secondary data*: sumber data penelitian yang didapatkan secara tidak langsung, dapat melalui media perantara seperti; buku pengetahuan, jurnal ilmiah, dan juga majalah.

Dalam penelitian ini, penulis menggunakan kedua sumber data tersebut yaitu *primary data* dan *secondary data*. *Primary data* diperoleh penulis dengan melakukan *in-depth interview* dan penyebaran kuesioner pada karyawan generasi Y yang bekerja pada *banking industry*. Sedangkan untuk *secondary data*, penulis memperoleh data dari beberapa sumber seperti jurnal internasional yang sudah bereputasi, buku pengetahuan dan juga artikel di internet.

3.3 Ruang Lingkup Penelitian

3.3.1 Target Populasi

Target populasi merupakan keseluruhan orang yang berada didalam satu entitas tertentu dan memiliki karakteristik yang sama (Zikmund *et al.*,

2013). Tahap awal dalam proses penentuan sampel penelitian, target populasi harus ditentukan dengan tepat agar sumber data yang akan dikumpulkan dapat teridentifikasi dengan baik dan benar. Pada penelitian ini target populasi yang dipilih adalah seluruh karyawan generasi Y pada *banking industry* yang telah bekerja minimal satu tahun di perusahaan tersebut.

3.3.2 Teknik *Sampling*

Sampel penelitian ialah sekelompok individu dari sebuah populasi yang ada (Zikmund *et al.*,2013). Sedangkan *sampling* ialah suatu aktivitas untuk menggunakan beberapa prosedur yang akan ditark menjadi kesimpulan dengan melibatkan perwakilan dari populasi (Zikmund *et al.*, 2013). Kemudian Zikmund *et al.* (2013) membagi *sampling* menjadi 2 (dua) kategori, yaitu:

1. *Probability sampling*

Merupakan sebuah teknik *sampling* yang menggunakan system random dalam proses seleksinya, yang dimana seluruh anggota populasi memiliki kesempatan yang sama untuk terpilih menjadi responden. Terdapat beberapa pembagian dalam *probability sampling*, yaitu:

a. *Simple random sampling*

Merupakan proses *sampling* dimana setiap individu dalam populasi memiliki kesempatan yang sama untuk menjadi sampel penelitian.

b. *Systematic sampling*

Merupakan proses *sampling* dimana titik awal dipilih secara acak kemudian setiap nomor berikutnya dipilih sesuai daftar yang telah ditentukan.

c. *Stratified sampling*

Merupakan proses *sampling* dimana sampel dipilih secara acak yang diambil dari setiap lapisan populasi.

d. *Proportional stratified sample*

Merupakan sampel bertingkat yang jumlah *sampling unit*-nya diambil dari setiap strata sebanding dengan ukuran populasi strata.

e. *Disproportional stratified sample*

Merupakan sampel bertingkat yang dimana *sample size* untuk setiap strata akan dialokasikan sesuai dengan pertimbangan analisis.

f. *Cluster sampling*

Suatu teknik pengambilan sampel yang lebih efisien secara ekonomi dimana *sampling unit* primer dipilih secara acak.

g. *Multistage area sampling*

Suatu teknik pengambilan sampel yang melibatkan dua atau lebih teknik *probability sampling*.

2. *Non-probability sampling*

Merupakan sebuah teknik *sampling* dimana seluruh anggota populasi tidak memiliki kesempatan yang sama karena unit sampel akan dipilih berdasarkan pertimbangan peneliti yang kemudian akan dijadikan responden penelitian. Terdapat empat pembagian *non-probability sampling*, yaitu:

a. *Convenience sampling*

Pengambilan sampel diambil dengan cara memilih responden yang paling mudah didapatkan.

b. *Judgement sampling*:

Sampel yang dipilih berdasarkan penilaian yang dilakukan peneliti mengenai beberapa karakteristik yang sesuai dari anggota sampel yang dibutuhkan.

c. *Quota sampling*:

Pengambilan sampel dengan memastikan bahwa setiap kelompok populasi akan diwakili pada karakteristik yang berkaitan dengan tingkat yang tepat sesuai dengan kemauan peneliti.

d. *Snowball sampling*:

Teknik *sampling* dimana responden awal dipilih dari metode *probability* dan responden tambahan ditemukan dari informasi yang diberikan oleh responden awal.

Berdasarkan penjelasan yang telah penulis paparkan, penulis menggunakan *sampling technique* yaitu *non-probability sampling* dimana seluruh anggota populasi tidak memiliki kesempatan yang sama karena

unit sampel akan dipilih berdasarkan pertimbangan peneliti yang kemudian akan dijadikan responden penelitian. Dalam penelitian ini terdapat beberapa karakteristik yang dijadikan sebagai syarat – syarat responden, sehingga tidak semua karyawan generasi Y yang bekerja pada *banking industry* yang dijadikan anggota populasi dapat dikategorikan langsung menjadi sampel penelitian.

Dari pembagian *non-probability sampling*, penulis menggunakan *judgmental sampling* karena sampel yang dipilih berdasarkan penilaian penulis mengenai beberapa karakteristik yang sesuai dari anggota sampel yang dibutuhkan. Karakteristik yang ditentukan penulis ialah karyawan yang telah bekerja minimal satu tahun di kantor yang sama tempat mereka bekerja sekarang dengan status pegawai tetap. Karakteristik ini yang menyebabkan penulis tidak menggunakan seluruh anggota populasi untuk dijadikan sampel penelitian.

3.3.3 Ukuran *Sampling*

Menurut Malhotra (2012), *sampling size* merupakan jumlah elemen yang akan diikutsertakan dalam sebuah penelitian. Dalam penelitian ini, penulis menghitung ukuran sampel dengan menggunakan Teknik Slovin menurut Sugiyono (2017). Adapun penelitian ini menggunakan rumus Slovin karena dalam penarikan ukuran sampel, jumlahnya harus *representative* agar hasil penelitian dapat digeneralisasikan dan perhitungannya pun tidak memerlukan tabel jumlah sampel, namun dapat dilakukan dengan rumus dan perhitungan sederhana.

Rumus Slovin adalah sebagai berikut:

$$n = \frac{N}{1 + N(e)^2}$$

$$n = \frac{1000}{1 + 1000(0.1)^2}$$

$$n = \frac{1000}{11}$$

$n = 90,9$; disesuaikan oleh peneliti menjadi 105 responden.

Keterangan:

n = Ukuran sampel/jumlah responden.

N = Ukuran populasi.

e = Presentase kelonggaran ketelitian kesalahan pengambilan sampel yang masihbisa ditolerir; $e = 0,1$ atau 10%.

3.4 Periode Penelitian

Berdasarkan perhitungan menggunakan rumus Slovin, sampel penelitian ini disesuaikan menjadi sebanyak 105 responden atau sekitar 11% dari seluruh total populasi, hal ini dilakukan untuk mempermudah dalam pengolahan data dan untuk hasil pengujian yang lebih baik. Periode pengisian kuesioner yang disebar secara online dilakukan pada bulan November 2020 – Desember 2020.

3.5 Skala Pengukuran Kuesioner Penelitian

Dalam kuesioner penelitian ini, penulis menggunakan pengukuran skala *likert*. Skala *likert* adalah suatu pengukuran sikap yang mengizinkan responden untuk memberikan nilai atas pendapatnya, dari sangat tidak setuju sampai sangat setuju dengan mengikuti petunjuk yang diberikan (Ghozali, 2018).

Pengukuran *likert scale* yang digunakan penulis pada variabel *quality of work life*, *job satisfaction* dan *turnover intention* adalah skala likert 1-5. Pada skala *likert* 1-5, terdapat nilai paling rendah yaitu 1 (satu) dengan keterangan “Sangat Tidak Setuju” dan nilai yang paling tinggi yaitu 5 (lima) dengan keterangan “Sangat Setuju”.

Tabel 3. 1 Skala Pengukuran *Likert Scale*

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

Sumber: Ghozali, 2018.

3.6 Definisi Operasional Variabel

Operasional variabel adalah suatu proses mengidentifikasi skala pengukuran untuk dapat menilai suatu variabel penelitian (Zikmund *et al.*, 2013). Dalam penelitian ini terdapat dua jenis variabel, yaitu variabel bebas (*independent variable*) dan variabel terikat (*dependent variable*)

3.6.1 *Independent Variable*

Variabel bebas atau *independent variable* adalah variabel yang dapat mempengaruhi variabel terikat atau *dependent variable* (Zikmund *et al.*, 2013). Dalam penelitian ini, terdapat 2 (dua) variabel yang merupakan variabel bebas atau *independent variable*, yaitu *quality of work life* dan *job satisfaction*.

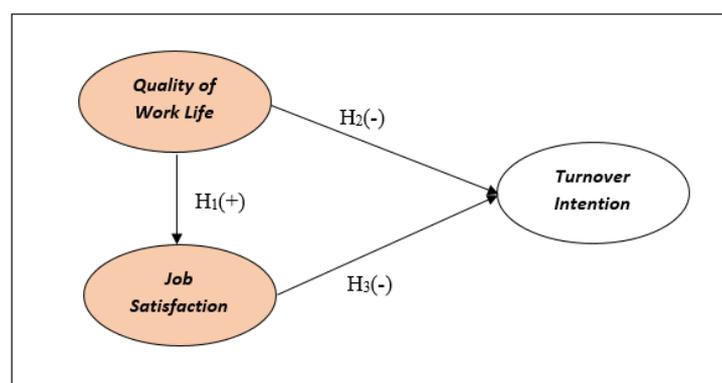
1. *Quality of Work Life (QoWL)*

Quality of work life adalah suatu kualitas dari hubungan antar karyawan, keseluruhan dari *working environment*, dengan memperhatikan pertimbangan dari sisi ekonomi dan teknikalnya (Jabeen *et al.*, 2018). Variabel ini diukur dengan menggunakan skala *likert* 1 sampai 5. Skala 1 menunjukkan rendahnya tingkat QoWL karyawan terkait pekerjaannya di perusahaan dan skala 5 menunjukkan tingginya tingkat QoWL karyawan generasi Y pada *banking industry*.

2. *Job Satisfaction*

Menurut Kinicki *et al.* (2016), *job satisfaction* merupakan seberapa besar suka atau tidak suka karyawan pada pekerjaannya. *Job satisfaction* juga didefinisikan sejauh mana karyawan merasa sikapnya

positif atau negatif tentang berbagai aspek pekerjaan mereka. Variabel ini diukur dengan menggunakan skala *likert* 1 sampai 5. Skala 1 menunjukkan rendahnya tingkat *job satisfaction* karyawan terkait pekerjaannya di perusahaan dan skala 5 menunjukkan tingginya tingkat *job satisfaction* karyawan terkait pekerjaannya di perusahaan.



Gambar 3.5 Independent Variable

Sumber: Jabeen et al., 2018

3.6.2 *Dependent Variable*

Zikmund *et al.* (2013) menyatakan bahwa variabel terikat atau *dependent variabel* merupakan sebuah variabel yang dipengaruhi oleh variabel bebas atau *independent variabel*. Dalam penelitian ini, terdapat 2 (dua) variabel yang merupakan variabel dependen, yaitu *turnover intention* dan *job satisfaction*.

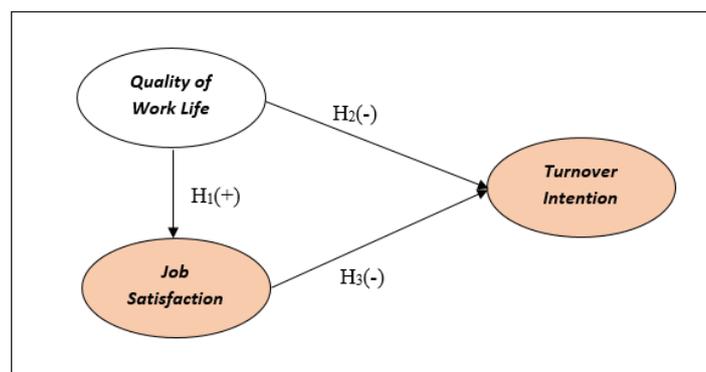
1. *Turnover Intention*

Menurut Azanza *et al.* (2015), *turnover intention* adalah suatu perilaku seorang individu yang telah bekerja yang memiliki keinginan untuk meninggalkan organisasi tempat dimana dirinya bekerja sekarang.

Variabel ini diukur dengan menggunakan skala likert 1 sampai 5. Skala 1 menunjukkan rendahnya tingkat *turnover intention* di suatu perusahaan dan skala 5 menunjukkan tingginya tingkat *turnover intention* di suatu perusahaan.

2. *Job Satisfaction*

Seperti yang telah dijelaskan sebelumnya berdasarkan definisi dari Kinicki *et al.* (2016), *job satisfaction* merupakan seberapa besar suka atau tidak suka karyawan pada pekerjaannya. Pada hipotesis dua (H₂) *job satisfaction* berperan sebagai variabel dependen yang dipengaruhi secara positif oleh variabel QoWL.



Gambar 3. 6 *Dependent Variable*

Sumber: Jabeen et al., 2018

3.7 Teknik Pengolahan Analisis Data

3.7.1 Uji Instrumen

Menurut Ghazali (2018), dalam penelitian bidang ilmu sosial seperti psikologi, manajemen, dan sosiologi umumnya seluruh variabel

penelitiannya tidak dapat diukur secara langsung atau biasa disebut dengan variabel laten, tetapi variabel – variabel tersebut dapat diamati melalui dimensi – dimensi atau indikator – indikator yang ada. Ada dua uji instrumen yaitu uji validitas dan uji reliabilitas.

Ghozali (2018) dalam *main – test* penelitiannya menggunakan program IBM SPSS (*Statistical Package for the Social Sciences*) versi 23 yaitu software yang berfungsi untuk melakukan analisis data serta perhitungan statistik baik statistik parametrik maupun non-parametrik dengan berbasis windows. Penulis menggunakan IBM SPSS versi 26 untuk menguji uji validitas dan reliabilitas dalam *pre – test* dan *main – test*.

3.7.1.1 Uji Validitas

Uji validitas berfungsi untuk mengukur valid atau tidaknya suatu *measurement*, kemudian *measurement* yang dikatakan valid bila pernyataan pada setiap indikator dapat mengungkapkan sesuatu yang akan diukur oleh *measurement* tersebut. Untuk mengukur tingkat interkorelasi antar variabel serta untuk mengetahui bisa tidaknya dilakukan analisis faktor maka diperlukan beberapa alat uji, diantaranya:

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

Nilai KMO bervariasi dari 0 sampai 1, dimana hasil nilai yang didapat harus $\geq 0,50$ untuk dapat dilakukan analisis faktor (Ghozali, 2018).

2. $\text{Sig.} \leq 0,05$

Nilai signifikan yang kurang dari 0,5 mengartikan bahwa terdapat korelasi yang cukup antar variabel (Hair *et al.*, 2010).

3. Nilai *Measurement of Sampling Adequacy* (MSA) $\geq 0,5$

Variabel yang mempunyai nilai MSA kurang dari 0,5 harus dihilangkan dari perhitungan faktor analisis dengan cara dimulai dari variabel dengan nilai terendah (Hair *et al.*, 2010).

4. Menurut Hair *et al.* (2010) *loading factor* harus mendapatkan nilai $\geq 0,5$ agar dapat dilakukan analisis faktor.

3.7.1.2 Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas merupakan alat untuk mengukur suatu indikator *measurement* atau kuesioner dari suatu konstruk atau variabel (Ghozali, 2018). Kuesioner dapat dikatakan reliabel apabila jawaban seorang responden cukup stabil atau konsisten pada setiap pernyataan yang telah tersedia. Mengukur reliabilitas dapat menggunakan program SPSS yang dimana telah tersedia fasilitas uji statistik *cronbach's alpha* dimana suatu variabel dapat dikatakan reliabel jika variabel tersebut memberikan nilai *cronbach's alpha* $\geq 0,70$.

3.7.2 Uji Asumsi Klasik

3.7.2.1 Uji Multikolinieritas

Menurut Ghozali (2018), uji multikolinieritas digunakan untuk menguji apakah model regresi mempunyai korelasi antar variabel bebas (*independent variabel*). Model regresi yang baik seharusnya tidak

terdapat korelasi antar variabel bebas. Jika variabel bebas saling berkorelasi, beberapa variabel ini dapat dikatakan tidak ortogonal (variabel independen sama dengan nol). Jika hal tersebut terjadi, maka model regresi bisa menjadi bias.

Menurut Ghazali (2018) multikolinieritas dapat dilihat dari nilai tolerance dan *Variance Inflation Factor* (VIF). Kedua ukuran ini akan menunjukkan manakah variabel independen yang dijelaskan oleh variabel independen lainnya. Nilai *cutoff* yang biasanya digunakan untuk menunjukkan adanya multikolinieritas adalah nilai *Tolerance* ≤ 0.10 atau sama dengan nilai *VIF* ≥ 1 .

3.7.2.2 Uji Heteroskedastisitas

Menurut Ghazali (2018), Uji heteroskedastisitas digunakan untuk menguji apakah di dalam model regresi terdapat ketidaksamaan varians dari residual satu pengamatan pada pengamatan lain. Apabila varians dari residual satu pengamatan ke pengamatan lain tetap, hal ini disebut homoskedastisitas. Namun jika varians dari residual satu pengamatan pada pengamatan lain berbeda, maka akan disebut heteroskedastisitas. Model regresi yang baik adalah model yang mengalami homoskedastisitas atau tidak terjadi heteroskedastisitas pada grafik *scatter plot* namun jika terjadi heteroskedastisitas, maka model regresi dapat dinyatakan tidak konstan.

3.7.2.3 Uji Normalitas

Uji normalitas menurut Ghozali (2018) digunakan untuk menguji apakah pada model regresi, variabel residual atau pengganggu mempunyai distribusi normal. Seperti diketahui bahwa uji t dan f mengasumsikan nilai variabel residual mengikuti distribusi normal. Jika asumsi ini dilanggar maka uji statistik akan menjadi tidak valid untuk jumlah sampel kecil.

Kemudian Ghozali (2018) juga menjelaskan bahwa normalitas dapat dideteksi dengan melihat penyebaran data disekitar garis diagonal dan mengikuti arah garis diagonal, maka hal ini menunjukkan adanya pola distribusi normal dan model regresi dapat dinyatakan memenuhi asumsi normalitas.

3.7.3 Uji Model

3.7.3.1 Uji Signifikan Parameter Serentak (Uji Statistik f)

Uji statistic f menurut Ghozali (2018) dilakukan untuk mengetahui bagaimana pengaruh semua variabel independen secara bersamaan terhadap variabel dependen. Uji statistik f dapat dilakukan dengan membandingkan f_{hitung} dengan f_{tabel} .

1. Jika $f_{hitung} > f_{tabel}$, maka H_0 ditolak dan H_A diterima dan model dapat dinyatakan signifikan.
2. Jika $f_{hitung} < f_{tabel}$, maka H_0 diterima dan H_A ditolak dan model dinyatakan tidak signifikan.

3.7.3.2 Uji Koefisien Determinasi (R²)

Uji koefisien determinasi dilakukan untuk mengukur sejauh mana kemampuan model dalam menerangkan variasi variable dependen. Nilai R² adalah diantara nilai nol (0) dan satu (1). Jika nilai R² menunjukkan jumlah yang kecil, artinya adalah kemampuan variabel bebas dalam menjelaskan variasi variabel terikat akan sangat terbatas. Tetapi Nilai R² yang mendekati satu (1) akan menunjukkan kemampuan variabel terikat (variabel independen) dapat memberikan hampir seluruh informasi yang dibutuhkan untuk memprediksi variabel terikat (variabel dependen) (Ghozali, 2018).

3.7.4 Uji Hipotesis

3.7.4.1 Uji Regresi Linear Sederhana

Analisis regresi linear sederhana dilakukan untuk mengetahui seberapa besarnya pengaruh variabel independent terhadap variabel dependen dan memprediksikannya dengan menggunakan variabel independen (Ghozali, 2018). Persamaan regresi linear sederhana dengan satu *predictor* ini dirumuskan sebagai berikut:

$$\hat{Y} = a + b_1X_1 + e$$

Keterangan:

\hat{Y} = *Job satisfaction*

X_1 = *Quality of work life*

a = Konstanta

b = Koefisien garis regresi

e = Error

3.7.4.2 Uji Regresi Linear Berganda

Analisis regresi linear berganda dilakukan untuk mengetahui seberapa besar kekuatan pengaruh antara dua variabel atau lebih. Analisis ini juga digunakan untuk menunjukkan arah hubungan antar variabel dependen dan variabel independent. Variabel dependen diasumsikan mempunyai distribusi probabilistic, sedangkan variabel independent mempunyai nilai tetap (Ghozali, 2018). Persamaan regresi linear pada penelitian ini adalah sebagai berikut:

$$Z = a + b_1X_1 + \hat{Y}b_2 + e$$

Keterangan:

Z = Turnover intention

X_1 = Job satisfaction

\hat{Y} = Quality of work life

a = Konstanta

b = Koefisien garis regresi

e = Error

3.7.4.3 Uji Signifikan Parameter Individual (Uji Statistik t)

Uji statistik t pada dasarnya dilakukan untuk menunjukkan seberapa jauh pengaruh satu variabel independen secara individual dalam menerangkan variabel dependen (Ghozali, 2018). Hipotesis nol (H_0)

yang hendak diuji adalah apakah suatu parameter (b_i) sama dengan nol atau :

1. $H_0 : b_i = 0$, artinya apakah variabel independen bukan penjelas yang signifikan terhadap variabel dependen. Hipotesis alternatifnya (H_A) parameter suatu variabel tidak sama dengan nol. Atau;
2. $H_A : b_i \neq 0$, artinya variabel tersebut merupakan penjelas yang signifikan terhadap variabel dependen.

3.8 Tabel Operational Variabel

Tabel 3. 2 Operational Variabel

No.	Research Variable	Definition	Measurement	Reference	Scaling Technique
1.	<i>Quality of work life.</i>	Suatu kualitas dari hubungan antar karyawan, keseluruhan dari <i>working environment</i> , dengan memperhatikan	<p>Saya merasa bahwa pekerjaan saya memiliki kontribusi yang signifikan pada kinerja perusahaan saya.</p> <hr/> <p>Saya senang dengan <i>training</i> yang disediakan perusahaan untuk saya</p> <hr/> <p>Saya senang dengan remunerasi yang diberikan perusahaan kepada saya saat ini.</p>	Jabeen, Friesen & Ghoudi, 2018.	<i>Likert scale 1-5.</i>

		<p>pertimbangan dari sisi ekonomi dan teknikalnya</p> <p>(Jabeen <i>et al.</i>, 2018).</p>	Saya diberikan kebebasan untuk mengutarakan pendapat saya selama bekerja di perusahaan ini.		
			Saya mempunyai hubungan yang baik dengan rekan kerja di perusahaan ini.		
			Saya mempunyai hubungan yang baik dengan atasan saya di perusahaan ini.		
			Saya bangga bekerja di perusahaan saya saat ini.		
			Saya merasa bahwa saya mempunyai kondisi tempat kerja yang baik di perusahaan saya saat ini.		
			Saya puas dengan waktu istirahat yang diberikan perusahaan kepada saya.		
2.			Saya merasa puas dengan pekerjaan saya saat ini.		

	<i>Job Satisfaction</i>	Seberapa besar suka atau tidak suka karyawan pada pekerjaannya (Kinicki et al., 2016).	Setiap hari saya merasa antusias tentang pekerjaan saya. Setiap hari saya merasa ingin mengerjakan pekerjaan saya tanpa henti. Saya merasa bersemangat saat mengerjakan pekerjaan saya. Saya merasa bahwa pekerjaan saya menyenangkan.	Jabeen, Friesen & Ghoudi, 2018.	<i>Likert scale 1-5.</i>
3.	<i>Turnover Intention</i>	Suatu perilaku seorang individu yang telah bekerja yang memiliki keinginan untuk meninggalkan	Saya berencana untuk meninggalkan pekerjaan saya saat ini untuk bekerja di perusahaan lain. Terkadang saya merasa terdorong untuk meninggalkan pekerjaan saya di perusahaan ini. Saya akan mencari pekerjaan lain di tahun depan.	Jung & Yoon, 2013.	<i>Likert scale 1-5.</i>

		organisasi tempat dimana dirinya bekerja sekarang (Azanza et al., 2015).	Dalam enam bulan ke depan, saya menilai keinginan saya untuk meninggalkan pekerjaan di perusahaan ini semakin tinggi. Saya akan meninggalkan perusahaan ini jika keadaan atau kondisi saat bekerja semakin buruk.		
--	--	--	---	--	--

Sumber: Hasil Pengolahan Data Penulis, 2020