

BAB III

METODOLOGI PENELITIAN

3.1 Gambaran Umum Objek Penelitian

3.1.1 Sejarah Singkat Perusahaan

Perusahaan *startup* merupakan perusahaan yang baru saja didirikan dan berada di fase berkembang untuk menemukan target pasar seperti apa yang paling tepat. *Startup* disebut juga sebagai perusahaan yang berasal dari rintisan dan juga merujuk pada perusahaan yang belum lama beroperasi di industri. *Startup* juga seringkali disebut sebagai perusahaan yang akrab penggunaannya dengan digital dan teknologi yang digunakan sebagai sarana untuk memanfaatkan keberadaan internet yang serba cepat pada saat ini. Biasanya *startup* lebih memperhatikan apa kebutuhan pasar seperti layanan maupun barang yang bisa menyelesaikan masalah yang ada pada konsumen (Aspek Hukum Startup, 2021).

Solusi yang biasanya diselesaikan oleh perusahaan *startup* tidak selalu masalah utama melainkan masalah kecil maupun spesifik lainnya yang bersangkutan dengan masalah utama yang ada pada konsumen. Contohnya seperti *startup* berbasis *e-commerce* yang menjadi salah satu perusahaan *startup* dalam menyelesaikan masalahnya lewat digital melalui program jual beli di media *online*. *Startup Company* juga mempunyai beberapa karakteristik seperti sebagai perusahaan yang inovatif, perusahaan yang memiliki *website*, perusahaan yang biasanya berjalan karena investor dan juga perusahaan yang bersifat fleksibel (Aspek Hukum Startup, 2021).

Menurut Naning Nur Wijayanti yang dikutip dari buku Aspek Hukum Startup (2021). Membagi skala *startup company* menjadi sebagai berikut:

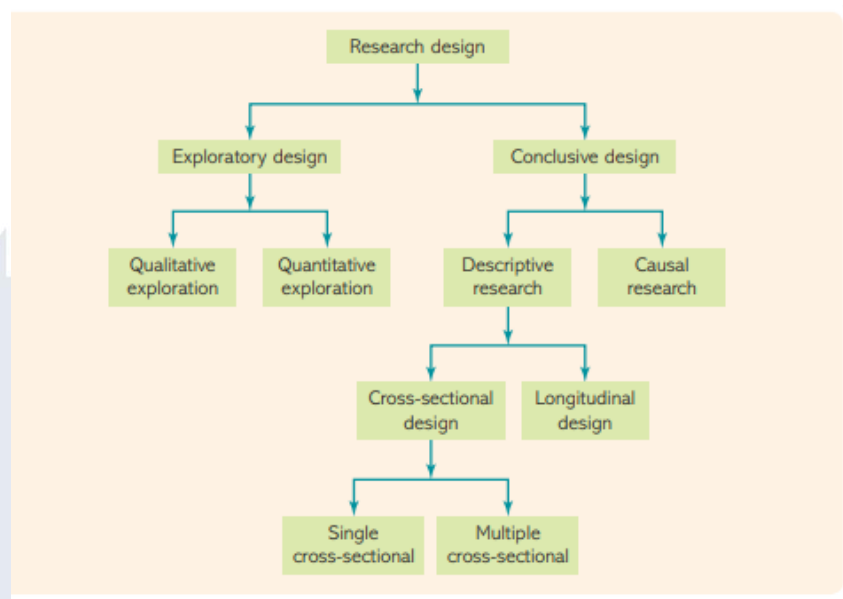
1. *Cockroach* yaitu dimana *startup company* skala ini masih giat dalam mencari pendanaan melalui investor dan baru saja dirintis sehingga memiliki daya tahan hidup yang lebih tinggi.

2. *Ponies* yaitu dimana biasanya investor sudah memberikan dananya sekitar 10 juta USD sehingga masih bisa berkembang.
3. *Centaur*s merupakan *startup company* yang memiliki nilai valuasi sekitar 100 juta USD sehingga dianggap mampu bertahan dalam persaingan industri.
4. *Unicorn* yaitu perusahaan yang memiliki nilai valuasi diatas 1 Miliar USD. Contoh perusahaan *unicorn* adalah Tokopedia, Shopee, Bukalapak, dll.
5. *Decacorn* merupakan perusahaan *startup* yang memiliki nilai valuasi diatas 10 Miliar USD dimana biasanya sudah sangat mungkin untuk melakukan ekspansi keluar pasar.
6. *Hectocorn* yaitu perusahaan *startup* yang sepenuhnya sudah menjadi perusahaan tetap dan memiliki nilai valuasi diatas 100 Miliar USD dan sukses dalam melakukan monopoli di industrinya seperti Apple, Google, dll.

Startup juga meluas ke seluruh wilayah Indonesia dengan jumlah paling banyak berada di Kawasan Jabodetabek dan sisanya berada di pulau Jawa, Bali, Kalimantan, dan Sulawesi.

3.2 Desain Penelitian

Desain Penelitian merupakan perencanaan untuk metode yang dapat digunakan dalam sebuah penelitian dalam rangka untuk mengumpulkan serta menganalisa informasi yang didapatkan (Zikmund et al., 2013). Desain Penelitian juga merupakan kerangka kerja atau rencana yang dilakukan untuk melakukan proyek riset pemasaran (Malhotra et al., 2020). Hal ini akan berfokus pada prosedur yang diperlukan untuk memperoleh informasi agar bisa menyusun atau memecahkan masalah riset dalam pemasaran (Malhotra et al., 2020). Pendekatan yang luas untuk masalah yang telah diteliti telah dikembangkan, tetapi tetap desain penelitian menentukan detail, aspek praktis penerapan pendekatan tersebut (Malhotra et al., 2020). Desain penelitian meletakkan dasar untuk melakukan proyek. Desain riset yang baik akan memastikan bahwa proyek riset pemasaran dilakukan secara efektif dan efisien (Malhotra et al., 2020).



Gambar 3. 1 Klasifikasi Desain Penelitian

Sumber : (Malhotra et al., 2020)

Menurut Malhotra *et al.* (2020), klasifikasi dari desain penelitian dibagi menjadi 2 yaitu:

1. *Exploratory Research Design*

Jenis ini merupakan penelitian yang dilakukan untuk mengetahui dalam memperjelas ungkapan dari ketidakpastian dan juga ide cemerlang yang dapat digunakan sebagai peluang dari bisnis. Desain penelitian ini merupakan rancangan penelitian yang dicirikan oleh pendekatan yang fleksibel dan berkembang untuk memahami fenomena pemasaran yang secara inheren sulit diukur (Malhotra et al., 2020).

2. *Conclusive Research Design*

Jenis penelitian ini adalah untuk menggambarkan fenomena tertentu, untuk menguji hipotesis tertentu dan untuk memeriksa hubungan tertentu. *Conclusive Research* mensyaratkan bahwa informasi yang dibutuhkan ditentukan dengan jelas. Penelitian konklusif biasanya lebih formal dan terstruktur daripada penelitian eksplorasi. Hal ini didasarkan pada sampel yang besar dan representatif, dan data

yang diperoleh dianalisis secara kuantitatif (Malhotra et al., 2020). *Conclusive Research Design* dibagi menjadi 2 jenis yaitu:

1. *Descriptive Research*

Descriptive Research adalah jenis penelitian untuk mendeskripsikan sesuatu – biasanya karakteristik atau fungsi pasar. Perbedaan utama antara penelitian eksploratif dan deskriptif adalah bahwa penelitian deskriptif ditandai dengan perumusan sebelumnya dari pertanyaan dan hipotesis penelitian tertentu. Dengan demikian, informasi yang dibutuhkan terdefinisi dengan jelas. Akibatnya, penelitian deskriptif direncanakan dan terstruktur. Hal ini biasanya didasarkan pada sampel representatif yang besar (Malhotra et al., 2020).

Descriptive Research dibagi menjadi 2 yaitu *Cross-Sectional Design* dan *Longitudinal Design* yang dimana *Cross-sectional Design* adalah melibatkan pengumpulan informasi hanya sekali dari sampel elemen populasi tertentu. *Longitudinal Design* adalah jenis desain penelitian yang melibatkan sampel tetap dari elemen populasi yang diukur berulang kali. Sampel tetap sama dari waktu ke waktu, sehingga menghasilkan serangkaian gambar yang jika dilihat bersama, menggambarkan situasi dan perubahan yang terjadi dengan jelas (Malhotra et al., 2020).

2. *Causal Research*

Jenis penelitian ini digunakan untuk mendapatkan bukti hubungan sebab-akibat (kausal). Hubungan sebab akibat harus diperiksa melalui penelitian formal (Malhotra et al., 2020).

Pada penelitian ini, peneliti menggunakan desain penelitian *Conclusive Research Design* yang menggunakan metode *Descriptive Research* dengan menggunakan metode kuantitatif. Penggunaan *Descriptive Research* pada penelitian ini merujuk pada jenis sistem pengambilan data dengan menggunakan *Cross-Sectional Design* dengan mengumpulkan sampel populasi hanya sekali dengan menggunakan kuisioner. Kuisioner

yang disebarakan akan diberikan kepada responden dengan menjawab menggunakan skala satu sampai tujuh sesuai dengan preferensi responden masing-masing.

3.2.1 Jenis Penelitian

Menurut Zikmund et al. (2013) ada dua *research data* yang dapat digunakan untuk menganalisa informasi yang akan digunakan, yaitu:

1. *Quantitative Research*

Merupakan metode yang digunakan dengan sistem numerik dan juga melakukan evaluasi empiris serta menganalisa hasil dari perhitungan numerik tersebut.

2. *Qualitative Research*

Merupakan metode yang digunakan tanpa sistem numerik sehingga dapat diberikan gambaran yang lebih luas dari fenomena yang diinginkan oleh responden.

Berdasarkan penjelasan dari metode *research data* diatas, penulis menggunakan metode *quantitative research* untuk menguji pengaruh antar variabel yang nantinya akan penulis ukur dengan menggunakan data sistem numerik untuk dilakukan pada sistem analisa..

3.3 Populasi dan Sampel Penelitian

3.3.1 Menentukan Target Populasi

Populasi terdiri dari sekumpulan individu yang mempunyai sebuah entitas dan akhirnya saling memiliki hingga memiliki beberapa karakteristik yang sama (Zikmund et al., 2013). Sedangkan target populasi merupakan kumpulan dari elemen yang memiliki informasi yang dicari oleh peneliti sehingga sangat penting untuk bisa menetapkan target populasi secara tepat dari segi elemen, *sampling unit*, *extent*, serta *time frame* (Malhotra, 2017).

Berdasarkan penjelasan diatas, maka dapat disebutkan target populasi

penelitian ini adalah pekerja tetap *generasi millennial* yang saat ini bekerja di industri *startup*

3.3.2 Menentukan *Sampling Frame*

Setelah menentukan populasi yang dibutuhkan sesuai penelitian, Langkah selanjutnya adalah dengan menentukan *sampling frame*. *Sampling Frame* adalah elemen yang dibutuhkan yang direpresentasikan dari sample yang akan digunakan (Sekaran & Bougie, 2016). Berikut merupakan *sampling frame* yang digunakan dalam penelitian ini.

1. Generasi Millennial berusia 26 – 39 Tahun
2. Berstatus sebagai Pegawai Tetap
3. Saat ini bekerja di Perusahaan *Startup*

3.3.3 Menentukan *Sampling Techniques*

Teknik *sampling* bisa dilakukan jika populasi bersifat homogen atau memiliki karakteristik yang sama atau setidaknya hampir sama. Dan apabila keadaan populasi bersifat heterogen, maka sampel yang dihasilkannya dapat bersifat tidak representatif atau tidak dapat menggambarkan karakteristik populasi. *Sampling techniques* dibagi menjadi dua hal, yaitu sebagai berikut: (Cooper & Schindler, 2014).

1. *Probability Sampling*

Sampling ini merupakan prosedur acak dan juga terkontrol yang dapat memastikan bahwa setiap elemen populasi diberikan kesempatan untuk terpilih menjadi sampel penelitian, Adapun juga harus digunakan untuk menarik partisipan untuk menjadi representasi dari populasi target, dan dibutuhkan untuk memproyeksikan temuan dari sampel hingga populasi target. *Probability sampling* sendiri memiliki dua jenis, yaitu:

a) *Systematic Sampling*,

Jenis ini didasarkan pada pembagian suatu populasi menjadi *subpopulasi* dan kemudian secara acak melakukan pengambilan sampel

untuk semua tingkatan yang sama. Metode ini biasanya menghasilkan total ukuran sampel yang lebih kecil daripada desain yang lebih sederhana.

b) *Cluster Sampling*

Jenis ini membagi populasi kedalam kelompok-kelompok dan kemudian secara acak memilih kelompok untuk dipelajari, biasanya pengambilan sampel ini kurang efisien dikarenakan dari sudut pandang statistic. *Cluster Sampling* adalah proses yang mencakup unsur *true randomness*, bias yang melekat dalam prosedur pengambilan sampel *nonprobability* dihilangkan dan istilah acak mengacu pada prosedur untuk memilih sampel, itu tidak menggambarkan data dalam sampel. *Randomness* menjabarkan suatu prosedur yang hasilnya tidak dapat diprediksi karena hanya bergantung pada kesempatan. *Randomness* dan tidak boleh dianggap sebagai tidak terencana atau tidak ilmiah (Zikmund et al., 2013).

c) *Simple Random Sampling*

Jenis ini mengambil sampel dengan memastikan elemen dari setiap objek mempunyai sifat yang sama.

d) *Stratified Sampling*

Jenis ini mengambil sampel dengan memilih tingkatan atau strata yang sesuai dengan karakteristik yang ingin diteliti oleh penulis.

e) *Multistage Area Sampling*

Jenis ini menggunakan kolaborasi dari *probability sampling* yang mencakup dua atau lebih untuk dijadikan teknik *sampling*.

2. *Non-probability Sampling*

Teknik ini bersifat subjektif, setiap anggota populasi tidak mengetahui kesempatan yang dimiliki untuk dilibatkan. Terdapat 4 teknik *nonprobability sampling techniques* menurut Zikmund et al. (2013) yaitu:

- a) *Judgement Sampling Nonprobability technique* merupakan sample yang dipilih berdasarkan pengalaman individu dan juga dipilih berdasarkan pendapat seseorang tentang karakteristik terhadap sampel member.
- b) *Quota Sampling Prosedur Nonprobability technique* adalah memastikan subgroups dari suatu populasi yang direpresentasikan terhadap karakteristik yang bersangkutan dengan keinginan yang tepat dari penulis.
- c) *Snowball Sampling Prosedur nonprobability technique* yang dimana inisial responden yang telah dipilih melalui metode probability dan responden tambahan yang didapat dari informasi yang direkomendasikan oleh inisial responden.
- d) *Convenience sampling* Sebuah teknik *non-probability sampling* untuk memperoleh sample sesuai dengan kebutuhan peneliti yang dilihat melalui sisi kemudahan peneliti.

Berdasarkan penjelasan di atas, peneliti menggunakan *non-probability technique* yang termasuk dalam kategori *judgement sampling*. Karena, sample dipilih berdasarkan pengalaman individu responden sebelumnya dan data yang dipilih berdasarkan keputusan peneliti. Alasan peneliti untuk menggunakan metode *judgement sampling* karena dalam penelitian ini memiliki beberapa kriteria dalam memilih responden. Kriteria tersebut adalah pekerja *generasi millennial* yang berumur 26 – 39 Tahun, yang saat ini berstatus pekerja tetap yang saat ini bekerja di industri *startup*

3.3.4 Menentukan *Sampling Size*

Sampel adalah pilihan elemen atau individu dari jumlah populasi yang lebih besar. Individu dipilih secara khusus dalam proses pengambilan sampel untuk mewakili populasi secara keseluruhan (Hair *et al.*, 2017). *Sampling size* adalah prosedur yang melibatkan apapun yang menarik kesimpulan berdasarkan pengukuran sebagian populasi (Zikmund *et al.*, 2013). Ukuran sampel minimum harus 10 kali jumlah maksimum panah yang menunjuk ke variabel laten di manapun dalam model PLS-SEM (Hair *et al.*, 2017) Dalam penelitian ini,

penentuan jumlah sampel disesuaikan dengan banyaknya item pertanyaan yang akan ditanyakan dalam kuisioner peneliti. Data sampel yang digunakan untuk penelitian sebanyak $28 \times 5 = 140$. Jadi, responden yang dibutuhkan untuk penelitian ini sebanyak 140 orang

3.4 Teknik Pengumpulan Data

3.4.1 Sumber dan Cara Pengumpulan Data

Dalam buku Cooper & Schindler (2014), terdapat dua sumber data yang digunakan untuk penelitian, yaitu sebagai berikut:

1. *Primary Data*

Primary data merupakan data dikumpulkan oleh peneliti untuk mengatasi masalah spesifik yang dihadapi dalam pertanyaan penelitian. Pengumpulan primary data dilakukan dengan melakukan in-depth interview kepada 3 karyawan yang berstatus karyawan tetap *generasi millenial* untuk menggali fenomena yang terjadi di perusahaan dengan *variable employee empowerment, working environment, relationships with manager, pay, job satisfaction, employee commitmen dan intention to remain*. Penelitian ini mengacu pada jurnal utama (Frye et al., 2019) sebanyak 28 indikator yang menggunakan skala likert 1 – 7

2. *Secondary Data*

Secondary data merupakan hasil studi yang dilakukan oleh orang lain dan untuk tujuan yang berbeda dari data yang sedang ditinjau. Dalam penelitian ini, penulis juga menggunakan secondary data sebagai acuan untuk menggali variabel-variabel yang terkait, pengembangan fenomena dan hipotesis penelitian. Secondary data bersumber dari jurnal utama, jurnal pendukung, artikel dan buku (Cooper & Schindler, 2014).

3.4.2 Metode Pengumpulan Data

Menurut Zikmund et al., (2013) Metode yang digunakan dalam proses pengumpulan data dikategorikan menjadi 2, yaitu :

1. *Observation Research*

Metode ini merupakan proses sistematis dalam merekam pola perilaku orang, objek, dan kejadian yang disaksikan.

2. *Survey Research*

Metode ini diartikan sebagai sebuah metode pengumpulan data primer berdasarkan komunikasi dengan sampel yang diwakili oleh individu – individu.

Berdasarkan kedua metode diatas, penulis memilih untuk menggunakan metode *survey research* dalam penelitian ini. Karena peneliti menyebarkan kuesioner secara langsung kepada karyawan pekerja tetap *generasi millennial* yang saat ini bekerja di industri *startup* dan juga penulis melakukan *in depth interview* dengan 3 orang sesuai kriteria untuk mencari fenomena masalah.

3.5 Periode Penelitian

Periode penyebaran kuisisioner yang dilakukan dengan menyebarkan kuisisioner *pre-test* hingga *main-test* dimulai pada tanggal 19 Oktober 2022 sampai 27 Desember 2022. Dengan kriteria Berstatus pekerja tetap *generasi millennial* (26 – 39 Tahun) yang saat ini bekerja di industri *startup*.

3.6 Operasionalisasi Variabel

Variabel dalam penelitian ini terbagi menjadi dua, yaitu variabel endogen (*endogenous*) dan variabel eksogen (*exogenous*). Menurut Malhotra et al., (2020) dalam SEM sebuah indikator adalah variabel yang tidak dapat diobservasi atau laten yang dapat didefinisikan secara konseptual tetapi tidak dapat diukur secara langsung. Dapat diasumsikan dengan mengajukan pertanyaan dalam kuesioner.

Sebuah variabel tidak dapat diukur tanpa kesalahan. Sebaliknya, sebuah variabel diukur kira-kira dan secara tidak langsung dengan memeriksa konsistensi di antara beberapa variabel yang diamati atau diukur.

1. *Exogenous Variable* (Variabel Eksogen)

Variabel eksogen adalah laten, ekuivalen multi-item dari variabel independen dalam analisis multivariat tradisional. Beberapa variabel atau item yang diamati digunakan untuk mewakili konstruk eksogen yang bertindak sebagai variabel independen dalam model. Variabel eksogen ditentukan oleh faktor-faktor di luar model, dan tidak dapat dijelaskan oleh konstruk atau variabel lain di dalam model. Secara grafis, sebuah konstruk eksogen tidak memiliki jalur (panah tunggal) yang masuk ke dalamnya dari konstruk atau variabel lain dalam model. Variabel ini hanya memiliki jalur panah berkepala satu. Dalam model pengukuran, indikator atau variabel terukur untuk konstruk eksogen disebut sebagai variabel X (Malhotra et al., 2020). Variabel yang terukur dalam variabel eksogen adalah *employee empowerment*, *work environment*, *relationship with manager*, dan *pay*.

2. *Endogenous Variable* (Variabel Endogen)

Variabel endogen adalah laten, ekuivalen multi-item dari variabel dependen. Hal ini ditentukan oleh konstruksi atau variabel dalam model dan karenanya bergantung pada konstruksi lain. Secara grafis, sebuah konstruksi endogen memiliki satu atau lebih jalur (panah berkepala satu) yang masuk ke dalamnya dari satu atau lebih konstruksi eksogen atau dari konstruksi endogen lainnya. Dalam model pengukuran, indikator atau variabel terukur untuk suatu konstruk endogen disebut sebagai variabel Y (Malhotra et al., 2020). Variabel yang terukur pada variabel endogen ini adalah *job satisfaction*, *employee commitment* dan *intention to remain*.

Berdasarkan teori yang telah disebutkan dan dijelaskan, skala pengukuran yang digunakan adalah *likert scale 7 point*. Dimana *likert scale* angka 1 direpresentasikan sebagai Sangat Tidak Setuju dan *likert scale* angka 7

direpresentasikan sebagai Sangat Setuju. Untuk Tabel Operasionalisasi Variabel disajikan dalam bentuk terpisah di Sub-Bab 3.10.

3.6.1 *Employee Empowerment*

Variabel ini merupakan arti dari pemberdayaan yang didefinisikan sebagai kemampuan karyawan untuk membuat keputusan bisnis dan menerima tanggung jawab atas hasil keputusan tersebut (Gill et al., 2010) (Campion & Medsker, 2001).

Variabel ini diukur dengan menggunakan skala likert 1-7, dengan penggambaran 1 sebagai indikator Sangat Tidak Setuju dan 7 sebagai indikator Sangat Setuju untuk menggambarkan seberapa besar karyawan bertanggung jawab terhadap pekerjaannya di industri *startup*

3.6.2 *Work Environment*

Keberhasilan perusahaan akan sangat bergantung pada pembangunan lingkungan kerja yang menarik, memenuhi, dan melampaui harapan karyawan. Bagaimana perasaan pekerja tentang lingkungan kerja mereka dapat bervariasi karena karakteristik individu, dan perbedaan ini dapat menentukan tingkat kepuasan dengan lingkungan kerja dan niat pekerja untuk tetap tinggal (C. Lee & Way, 2010).

Variabel ini diukur dengan menggunakan skala likert 1-7, dengan penggambaran 1 sebagai indikator Sangat Tidak Setuju dan 7 sebagai indikator Sangat Setuju untuk menggambarkan seberapa tinggi pengaruh lingkungan kerja terhadap karyawan di industri *startup*.

3.6.3 Relationship with Managers

Hubungan dengan manajer berupa dukungan dengan pertimbangan yang ditunjukkan kepada karyawan dan sejauh mana manajer memberikan arahan, dorongan, dan pendampingan (Kim et al., 2009).

Variabel ini diukur dengan menggunakan skala likert 1-7, dengan penggambaran 1 sebagai indikator Sangat Tidak Setuju dan 7 sebagai indikator Sangat Setuju untuk menggambarkan seberapa tinggi pengaruh hubungan komunikasi yang baik dengan atasan terhadap karyawan di industri *startup*.

3.6.4 Pay

Tunjangan gaji adalah sesuatu yang harus dipertimbangkan oleh manajer juga. Karyawan generasi Millennial berharap untuk menerima asuransi kesehatan, liburan berbayar, liburan berbayar yang cukup, dan fasilitas lainnya dari perusahaan mereka (Lovorka Galetić et al., 2015).

Variabel ini diukur dengan menggunakan skala likert 1-7, dengan penggambaran 1 sebagai indikator Sangat Tidak Setuju dan 7 sebagai indikator Sangat Setuju untuk menggambarkan seberapa besar pengaruh gaji untuk karyawan *generasi millennial* di industri *startup*.

3.6.5 Job Satisfaction

Kepuasan kerja biasanya didefinisikan sebagai respon afektif atau emosional terhadap pekerjaan seseorang (Back et al., 2011). Variabel ini diukur dengan menggunakan skala likert 1-7, dengan penggambaran 1 sebagai indikator Sangat Tidak Setuju dan 7 sebagai indikator Sangat Setuju untuk menggambarkan seberapa pengaruh kepuasan kerja terhadap karyawan *generasi millennial* di industri *startup*.

3.6.6 Employee Commitment

Komitmen organisasi didefinisikan sebagai keinginan yang kuat untuk mempertahankan pekerjaan dalam organisasi, loyalitas kepada organisasi; dan mobilisasi seluruh karyawan dalam pengembangan tujuan, maksud, dan infrastrukturnya (Back et al., 2011).

Variabel ini diukur dengan menggunakan skala likert 1-7, dengan penggambaran 1 sebagai indikator Sangat Tidak Setuju dan 7 sebagai indikator Sangat Setuju untuk menggambarkan seberapa berkomitmennya karyawan *generasi millennial* terhadap perusahaannya di industri *startup*

3.6.7 Intention to Remain

Intentions to remain merupakan determinan paling langsung dari perilaku aktual. Niat untuk Tetap didefinisikan sebagai manfaat praktis dari perspektif penelitian, karena begitu orang benar-benar menerapkan perilaku untuk tetap atau berhenti, ada kemungkinan kecil untuk mendapatkan akses kepada mereka untuk memahami situasi mereka sebelumnya (Firth et al., 2004).

Variabel ini diukur dengan menggunakan skala likert 1-7, dengan penggambaran 1 sebagai indikator Sangat Tidak Setuju dan 7 sebagai indikator Sangat Setuju untuk menggambarkan seberapa tinggi karyawan *generasi millennial* untuk bertahan lama lebih lama di perusahaannya khususnya di *industry startup*.

3.7 Teknik Analisis Data Pre-Test Dengan Factor Analysis

Menurut Malhotra et al., (2020) Analisis faktor adalah nama umum yang menunjukkan kelas prosedur yang terutama digunakan untuk reduksi dan peringkasan data. Dalam riset pemasaran, mungkin ada sejumlah besar variabel, sebagian besar berkorelasi dan harus dikurangi ke tingkat yang dapat dikelola. Hubungan antara set dari banyak variabel yang saling terkait diperiksa dan direpresentasikan dalam beberapa faktor yang mendasarinya. Dalam analisis

varian, regresi berganda, dan analisis diskriminan, satu variabel dianggap sebagai variabel dependen atau kriteria dan yang lainnya dianggap sebagai variabel independen atau prediktor (Malhotra et al., 2020).

3.7.1 Uji Validitas *Pre-Test*

Uji Validitas dapat didefinisikan sebagai sejauh mana perbedaan skor skala yang diamati mencerminkan perbedaan sebenarnya antara objek pada karakteristik yang diukur dan bukan merupakan kesalahan sistematis atau acak. Validitas sempurna mensyaratkan tidak adanya kesalahan pengukuran. Peneliti dapat menilai validitas isi, validitas kriteria, atau validitas konstruk (Malhotra et al., 2020). Pada penelitian ini, penulis menggunakan aplikasi pengolahan data statistik IBM SPSS Versi 27 sebagai alat untuk mengukur validitas setiap indikator pertanyaan pada uji *pre-test*.

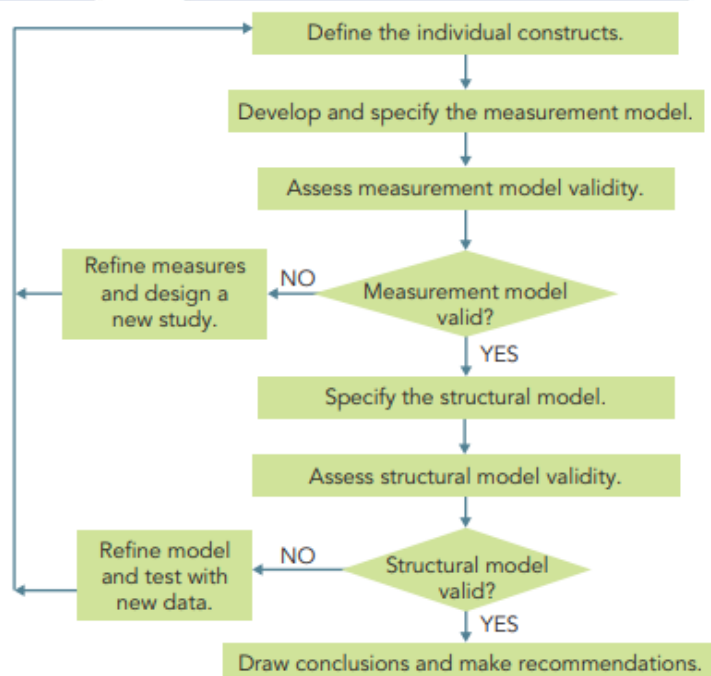
3.7.2 Uji Reliabilitas *Pre-Test*

Uji Reliabilitas mengacu pada sejauh mana skala menghasilkan hasil yang konsisten jika pengukuran berulang dilakukan. Sumber kesalahan sistematis tidak berdampak buruk pada keandalan, karena memengaruhi pengukuran secara konstan dan tidak menyebabkan inkonsistensi. Sebaliknya, kesalahan acak menghasilkan ketidakkonsistenan, yang mengarah ke reliabilitas yang lebih rendah. Keandalan dapat didefinisikan sebagai sejauh mana tindakan bebas dari kesalahan acak (Malhotra et al., 2020). Pada penelitian ini, aplikasi yang digunakan untuk menguji validitas indikator menggunakan IBM SPSS Versi 27 dengan ukuran reliabilitas.

3.8 Metode Analisis Data *Main-Test* dengan *Structural Equation Model* (SEM)

Pada penelitian ini, penulis menggunakan metode *Structural Equation Model* (SEM). Menurut (Malhotra et al., 2020) SEM mengkaji struktur hubungan

timbal balik ini dinyatakan dalam serangkaian persamaan struktural. Konsep ini mirip dengan memperkirakan serangkaian persamaan regresi berganda. Persamaan-persamaan ini memodelkan semua hubungan antar konstruk, tergantung maupun tidak tergantung. Pada proses SEM, konstruk adalah faktor yang tidak dapat diamati atau laten yang diwakili oleh banyak variabel. Kesalahan pengukuran adalah sejauh mana variabel yang diamati tidak menggambarkan konstruk laten yang diminati dalam SEM. Proses untuk metode *structural equation model* (SEM) adalah sebagai berikut:



Gambar 3. 2 Proses *Structural Equation Model*

Sumber : (Malhotra et al., 2020)

3.8.1 *Measurement Model Fit*

Pada penelitian ini, peneliti mengandalkan teori pengukuran untuk membantu dalam menentukan bagaimana mengukur konstruksi laten (Hair et al., 2018). Untuk melakukannya, ditentukan dalam memilih antara dua jenis

model pengukuran yaitu *reflective measurement model* dan *formative measurement model*. *Reflective measurement model* memiliki hubungan langsung (panah) dari konstruk ke konstruk indikator dan perlakuan indikator sebagai representasi rawan kesalahan dari konstruk yang mendasarinya. *Formative measurement model* merupakan kombinasi linier dari sekumpulan indikator yang membentuk konstruk (Hair et al., 2018).

Pada penelitian ini, peneliti menggunakan jenis model *reflective measurement model* maka langkah untuk memeriksa ukuran dan signifikansi muatan adalah *convergent validity*, *discriminant validity*, dan *Internal Reliability* dalam pengukuran reliabilitas (Hair et al., 2018).

1. *Convergent Validity*

Validitas konvergen adalah metrik keseluruhan dari model pengukuran reflektif yang mengukur sejauh mana indikator-indikator konstruk bertemu, dengan demikian menjelaskan varian item. Metode ini disebut sebagai komunalitas yang dinilai dengan mengevaluasi *average variance extracted* (AVE) di semua indikator yang terkait dengan konstruksi tertentu. AVE adalah dari muatan kuadrat dari semua indikator yang terkait dengan konstruk tertentu. Aturan praktis untuk AVE yang dapat diterima adalah 0,50 atau lebih tinggi. Level ini atau lebih tinggi menunjukkan bahwa rata-rata konstruk menjelaskan 50 persen atau lebih varian indikatornya (Hair et al., 2018).

2. *Discriminant Validity*

Validitas diskriminan merupakan metrik yang mengevaluasi sejauh mana sebuah konstruksi berbeda dari konstruksi lainnya. Prinsip yang mendasari validitas diskriminan adalah menilai seberapa unik indikator suatu konstruk mewakili konstruk tersebut (variasi bersama dalam konstruk tersebut) versus seberapa banyak konstruk tersebut berkorelasi dengan semua konstruk lainnya dalam model (variasi bersama antar konstruk) (Hair et al., 2018).

3. *Reliability*

Kriteria tradisional untuk konsistensi internal reliabilitas adalah dengan menggunakan *Cronbach alpha's*, yang memberikan estimasi reliabilitas berdasarkan interkorelasi variabel indikator yang diamati. *Cronbach alpha's* mengasumsikan bahwa semua indikator sama-sama dapat diandalkan (Hair et al., 2017). Karena keterbatasan *Cronbach alpha's*, secara teknis lebih tepat untuk menerapkan ukuran reliabilitas konsistensi internal yang berbeda, yang disebut sebagai *composite reliability*.

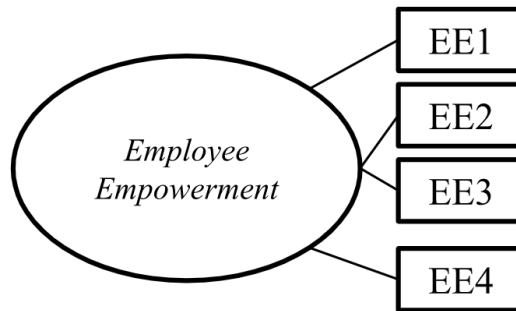
Tabel 3. 1 *Rule of Thumb* Metode Pengukuran *Measurement Model*

Metode Pengukuran	Parameter	Values Rule of Thumb
<i>Convergent Validity</i>	<i>Outer Loadings</i>	$\geq 0,708$
	<i>Average Variance Extracted (AVE)</i>	$\geq 0,50$
<i>Discriminant Validity</i>	<i>Cross Loadings</i>	Indikator <i>outer loadings</i> pada konstruk terkait harus lebih besar daripada <i>cross loadings</i> .
	<i>Fornell-Larcker Criterion</i>	Akar kuadrat dari setiap konstruk AVE harus lebih besar dari korelasi tertingginya dengan konstruk lainnya.
<i>Internal Consistency Reliability</i>	<i>Cronbach Alpha's</i>	$\geq 0,7$
	<i>Composite Reliability</i>	0,60 – 0,70 = <i>Acceptable</i> 0,70 – 0,90 = <i>Satisfactory</i>

Sumber : Data Penulis (2022)

UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA

1. *Employee Empowerment*

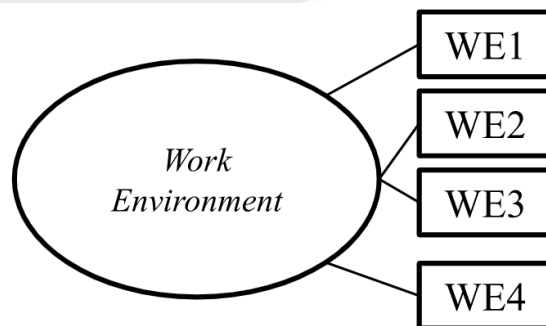


Gambar 3. 3 Model Penelitian *Empowerment*

Sumber : (Frye et al., 2019)

Pada penelitian ini, model yang digunakan untuk menguji hipotesis yang ada terdapat 4 indikator sebagai *confirmatory factor analysis* (CFA) yaitu *Employee Empowerment*.

2. *Work Environment*

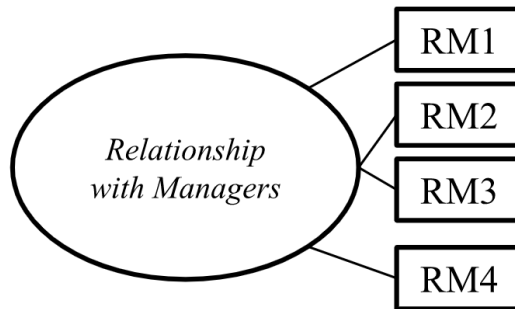


Gambar 3. 4 Model Penelitian *Work Environment*

Sumber : (Frye et al., 2019)

Pada penelitian ini, model yang digunakan untuk menguji hipotesis yang ada terdapat 4 indikator sebagai *confirmatory factor analysis* (CFA) yaitu *Work Environment*.

3. *Relationship with Manager*

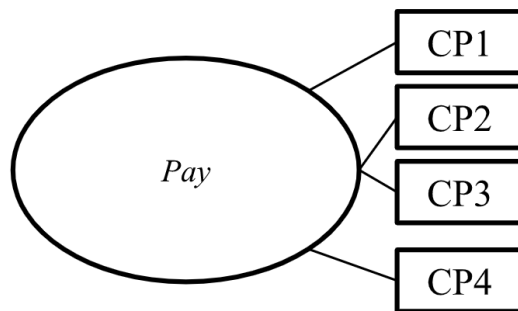


Gambar 3. 5 Metode Penelitian Relationship with Managers

Sumber : (Frye et al., 2019)

Pada penelitian ini, model yang digunakan untuk menguji hipotesis yang ada terdapat 4 indikator sebagai *confirmatory factor analysis* (CFA) yaitu *Relationship with Manager*.

4. *Compensation & Pay*

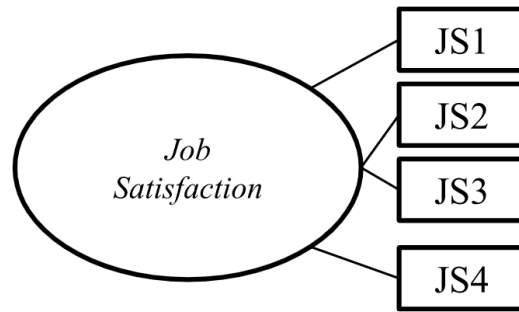


Gambar 3. 6 Metode Penelitian Pay

Sumber : (Frye et al., 2019)

Pada penelitian ini, model yang digunakan untuk menguji hipotesis yang ada terdapat 4 indikator sebagai *confirmatory factor analysis* (CFA) yaitu *Pay*.

5. *Job Satisfaction*

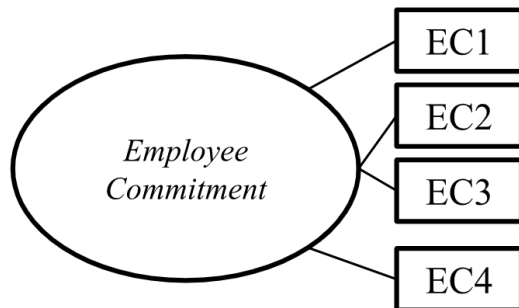


Gambar 3. 7 Metode Penelitian *Job Satisfaction*

Sumber : (Frye et al., 2019)

Pada penelitian ini, model yang digunakan untuk menguji hipotesis yang ada terdapat 4 indikator sebagai *confirmatory factor analysis* (CFA) yaitu *Job Satisfaction*

6. *Employee Commitment*

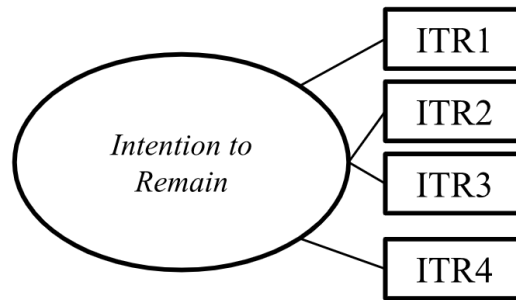


Gambar 3. 8 Metode Penelitian *Employee Commitment*

Sumber : (Frye et al., 2019)

Pada penelitian ini, model yang digunakan untuk menguji hipotesis yang ada terdapat 4 indikator sebagai *confirmatory factor analysis* (CFA) yaitu *Employee Commitment*.

7. *Intention to Remain*



Gambar 3. 9 Metode Penelitian *Intention to Remain*

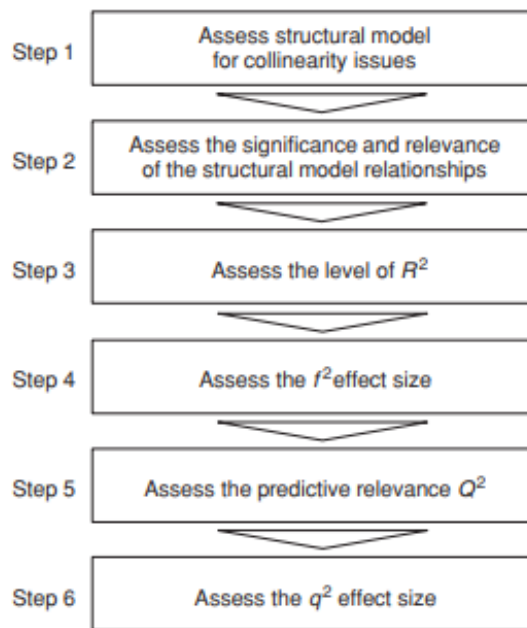
Sumber : (Frye et al., 2019)

Pada penelitian ini, model yang digunakan untuk menguji hipotesis yang ada terdapat 4 indikator sebagai *confirmatory factor analysis* (CFA) yaitu *Intention to Remain*.

3.8.2 *Structural Model Fit*

Setelah melakukan uji Validitas dan Reliabilitas. Maka Langkah selanjutnya adalah dengan menguji hasil model struktural yang digunakan pada penelitian ini (Hair et al., 2017). Berikut prosedur yang digunakan pada *structural model assessment*:

UMN
UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA



Gambar 3. 10 Prosedur *Structural Model Assessment*

Sumber : (Hair et al., 2017)

Peneliti menggunakan parameter PLS-SEM yaitu memperkirakan parameter sehingga varian yang dijelaskan dari variabel laten endogen dimaksimalkan (Hair et al., 2017). Kriteria utama untuk menilai model struktural dalam PLS-SEM adalah signifikansi koefisien jalur (Langkah 2), tingkat nilai R^2 (Langkah 3), ukuran efek f^2 (Langkah 4), relevansi prediktif Q^2 (Langkah 5), dan ukuran efek q^2 (Langkah 6) (Hair et al., 2017).

Tabel 3. 2 *Key Criteria PLS-SEM*

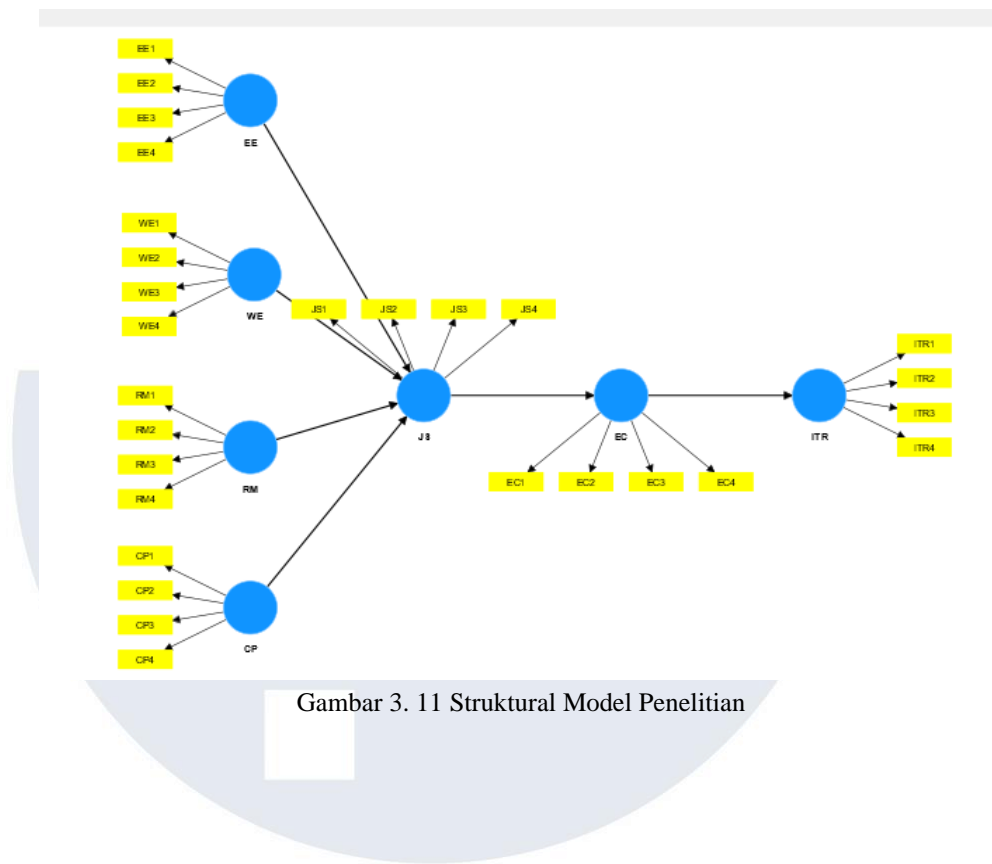
Key Criteria	Rule of Thumb
<i>Significance Path Coefficient</i> (two tailed test)	0.10 : (significance level = 10%) error probability 1.65 0.05 : (significance level = 5%) error probability 1.96

	0.01 : (<i>significance level</i> = 1%), <i>error probability</i> 2.57
<i>R² Value (R-square)</i>	0 – 1 Semakin banyak jalur yang mengarah ke konstruk target, semakin tinggi nilai R ² -nya.
<i>f² effect size</i>	Nilai 0,02 ; 0,15, dan 0,35 masing-masing mewakili efek kecil, sedang, dan besar. ≤0,02 tidak mempunyai efek.
<i>Q² value</i>	≥0 <i>predictive relevance</i> untuk konstruk tertentu.
<i>q² effect size</i>	0,02, 0,15 dan 0,35, masing-masing, menunjukkan bahwa konstruk eksogen memiliki relevansi prediktif kecil, sedang, atau besar untuk konstruk endogen tertentu.
<i>P-Value</i>	<0,5

Sumber : (Hair et al., 2017)

Struktural model yang digunakan dalam penelitian ini, dapat Digambar sebagai berikut:

U N I V E R S I T A S
M U L T I M E D I A
N U S A N T A R A



Gambar 3. 11 Struktural Model Penelitian

3.9 Tabel Operasional Variabel

Tabel 3. 3 Tabel Operasional Variabel

No.	Variabel Penelitian	Dimensi	Kode	Indikator	Skala Pengukuran
1.	<i>Empowerment</i>	Pemberdayaan didefinisikan sebagai kemampuan karyawan untuk membuat keputusan bisnis dan menerima tanggung jawab atas hasil keputusan tersebut (Gill et al., 2010).	EE1	Perusahaan tempat saya bekerja memberikan kesempatan untuk mengerjakan pekerjaan saya dengan cara saya sendiri (Firth et al., 2004).	<i>Likert 1-7</i>
			EE2	Perusahaan tempat saya bekerja memberikan kesempatan untuk saya menyampaikan ide-ide untuk kemajuan perusahaan (Firth et al., 2004).	<i>Likert 1-7</i>
			EE3	Perusahaan tempat saya bekerja mengizinkan saya untuk mengambil keputusan sendiri.	<i>Likert 1-7</i>
			EE4	Perusahaan tempat saya bekerja mengizinkan saya untuk mencoba	<i>Likert 1-7</i>

				hal – hal yang berbeda (Firth et al., 2004).	
2.	<i>Work Environment</i>	Keberhasilan perusahaan akan sangat bergantung pada pembangunan lingkungan kerja yang menarik, memenuhi, dan melampaui harapan karyawan. Bagaimana perasaan pekerja tentang lingkungan kerja mereka dapat bervariasi karena karakteristik individu, dan perbedaan ini dapat menentukan tingkat kepuasan dengan lingkungan kerja dan niat pekerja untuk tetap tinggal (C. Lee & Way, 2010).	WE1	Saya merasa puas dengan kenyamanan lingkungan kerja yang diciptakan oleh perusahaan ditempat saya bekerja (Dipietro & Milman, 2008).	<i>Likert 1-7</i>
			WE2	Kondisi lingkungan fisik seperti tempat kerja, sirkulasi udara dan pencahayaan sesuai dengan harapan saya (Dipietro & Milman, 2008).	<i>Likert 1-7</i>
			WE3	Perusahaan tempat saya bekerja menyediakan lingkungan yang dimana saya merasa aman (Dipietro & Milman, 2008).	<i>Likert 1-7</i>
			WE4	Saya merasa diterima, diperlakukan dengan baik, didengarkan, atau diberi kebebasan untuk	<i>Likert 1-7</i>

				mengungkapkan pikiran saya (Dipietro & Milman, 2008)	
3	<i>Relationship with Managers</i>	Hubungan dengan manajer berupa dukungan dengan pertimbangan yang ditunjukkan kepada karyawan dan sejauh mana manajer memberikan arahan, dorongan, dan pendampingan (Kim et al., 2009).	RM1	Saya merasa puas dengan bagaimana manajer saya memperlakukan saya (Wiswell et al., 2003).	<i>Likert 1-7</i>
			RM2	Manajer saya dan saya mengerti satu sama lain (Wiswell et al., 2003)	<i>Likert 1-7</i>
			RM3	Saya puas dengan bagaimana manajer saya menangani karyawannya di perusahaan tempat saya bekerja (Wiswell et al., 2003)	<i>Likert 1-7</i>
			RM4	Manajer saya adil terhadap saya (Wiswell et al., 2003).	<i>Likert 1-7</i>
4	<i>Pay</i>	Tunjangan gaji adalah sesuatu yang harus dipertimbangkan oleh manajer juga. Karyawan generasi Millennial berharap	CP1	Saya merasa puas dengan jumlah kompensasi yang saya terima untuk pekerjaan yang saya lakukan (Dipietro & Milman, 2008).	<i>Likert 1-7</i>

		<p>untuk menerima asuransi kesehatan, liburan berbayar, liburan berbayar yang cukup, dan fasilitas lainnya dari perusahaan mereka (Lovorka Galetić et al., 2015)</p>	CP2	<p>Saya menerima kompensasi yang masuk akal dibandingkan dengan posisi yang sama di perusahaan lain (Dipietro & Milman, 2008).</p>	<i>Likert 1-7</i>
			CP3	<p>Saya merasa mendapatkan kompensasi dengan jumlah yang sesuai dengan pekerjaan yang saya lakukan (Dipietro & Milman, 2008).</p>	<i>Likert 1-7</i>
			CP4	<p>Saya merasa puas dengan perubahan untuk kenaikan kompensasi saya (Dipietro & Milman, 2008).</p>	<i>Likert 1-7</i>
5	<i>Job Satisfaction</i>	<p>Kepuasan kerja biasanya didefinisikan sebagai respon afektif atau emosional terhadap pekerjaan seseorang (Back et al., 2011)</p>	JS1	<p>Saya merasa cukup puas dengan pekerjaan saya saat ini (Firth et al., 2004)</p>	<i>Likert 1-7</i>
			JS2	<p>Saya menemukan kesenangan yang nyata dalam pekerjaan saya saat ini (Firth et al., 2004)</p>	<i>Likert 1-7</i>

			JS3	Saya merasa mendapatkan pencapaian dari pekerjaan saya (Firth et al., 2004)	<i>Likert 1-7</i>
			JS4	Saya puas dengan pekerjaan saya saat ini (Firth et al., 2004)	<i>Likert 1-7</i>
6	<i>Employee Commitment</i>	Komitmen organisasi didefinisikan sebagai keinginan yang kuat untuk mempertahankan pekerjaan dalam organisasi, loyalitas kepada organisasi; dan mobilisasi seluruh karyawan dalam pengembangan tujuan, maksud, dan infrastrukturnya (Back et al., 2011)	EC1	Saya merasakan perasaan “memiliki” yang kuat terhadap perusahaan saya (Wiswell et al., 2003).	<i>Likert 1-7</i>
			EC2	Saya merasa bersalah jika saya meninggalkan perusahaan saya yang sekarang (Wiswell et al., 2003).	<i>Likert 1-7</i>
			EC3	Perusahaan tempat saya bekerja memiliki banyak arti bagi saya (Wiswell et al., 2003).	<i>Likert 1-7</i>
			EC4	Saya berhutang budi banyak pada organisasi saya (Wiswell et al., 2003)	<i>Likert 1-7</i>

7	<i>Intention to Remain</i>	<i>Intentions</i> merupakan determinan paling langsung dari perilaku aktual. Niat untuk Tetap didefinisikan sebagai manfaat praktis dari perspektif penelitian, karena begitu orang benar-benar menerapkan perilaku untuk tetap atau berhenti, ada kemungkinan kecil untuk mendapatkan akses kepada mereka untuk memahami situasi mereka sebelumnya (Firth et al., 2004).	ITR1	Saya sangat mungkin untuk tetap di perusahaan tempat saya bekerja untuk 5 tahun kedepan (Seashore et al., 1982)	<i>Likert 1-7</i>
			ITR2	Saya jarang mendengar atau melihat pekerjaan di luar perusahaan yang menarik minat saya (Seashore et al., 1982)	<i>Likert 1-7</i>
			ITR3	Untuk saya, perusahaan tempat saya bekerja merupakan perusahaan terbaik untuk bekerja (Seashore et al., 1982)	<i>Likert 1-7</i>
			ITR4	Saya tidak akan menyerah untuk tetap bertahan di perusahaan tempat saya bekerja (Seashore et al., 1982).	<i>Likert 1-7</i>

Sumber : (Frye et al., 2019)