

BAB III

METODOLOGI PENELITIAN

3.1 Gambaran Umum Objek Penelitian

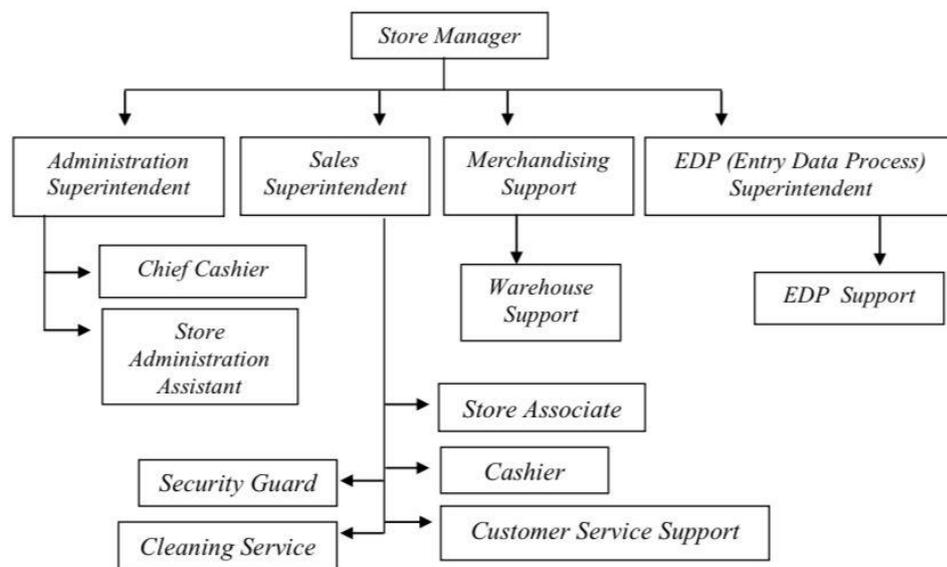
Kompas Gramedia (KG) lahir pada 17 Agustus 1963 dengan kehadiran Majalah Intisari yang diciptakan oleh P.K. Ojong dan Jakob Oetama menjadi cikal bakal pertumbuhan besar perusahaan ini hingga saat ini. Memiliki visi dan misi yang begitu semangat dalam menjadikan perusahaan berbasis pengetahuan yang terbesar, terbaik, terpadu, dan tersebar di Asia Tenggara demi terciptanya masyarakat yang terdidik, tercerahkan, dan menghargai kebhinekaan adil sejahtera (Wahyono, 2020 pada Sonora.id). Hingga pada akhirnya cita-cita itu terwujud dengan kehadiran Toko Buku Gramedia di tahun 1970, dan sekarang menjadi *Store* Gramedia. *Store* Gramedia pertama berdiri di Jl. Gajah Mada, Jakarta hingga pada saat ini sudah ada 113 *store* di seluruh Indonesia terhitung pada bulan Mei 2020 (Katadata.co.id, 2020).



Sumber: Gramedia.com, 2023

Gambar 3.1 Logo *Store* Gramedia

Pada awal mulanya Toko Buku Gramedia seperti Namanya hanya memperjualbelikan buku. Namun melihat perkembangan era globalisasi ini menuntut banyak perusahaan untuk mengikuti pergerakan yang ada. Terutama Toko Buku Gramedia, yang awalnya hanya menjula buku, majalah, koran sampai akhirnya sekarang beradaptasi dengan menjual berbagai alat elektronik, stationary, alat music, alat olahraga, dan berbagai produk lainnya.



Sumber: Data Perusahaan, 2023

Gambar 3.2 Struktur Organisasi *Store* Gramedia

Seperti yang dapat dilihat pada Gambar 3.1 dimana struktur organisasi *Store* Gramedia cukup luas. Dimana setiap toko akan memiliki satu *Store Manager* yang biasanya dapat merangkap sebagai *Regional Manager*. Dibawah kedudukan *Store Manager* diikuti kedudukan para *superintendent* atau yang biasa disebut *supervisor*. Terdapat *Administration Superintendent*, *Sales Superintendent*, *Merchandising*

Support (Superintendent), dan *Entry Data Process Superintendent* yang diikuti oleh berbagai macam jabatan di bawahnya.

Penulis dalam penelitian ini juga mendapatkan data perusahaan yang berkaitan dengan beberapa keterangan tugas karyawan *Store Gramedia* melalui *Internal Business Process*, yaitu sebagai berikut:

- a. *Optimize Asset & Cash Utilization (Stock Accuration)* yang dimana karyawan harus memastikan akan kesesuaian persediaan berdasarkan kegiatan opname bulanan berdasarkan Sistem Pengendalian Internal.
- b. *Improve Inventory Performance (Book's & Non-Book's Sales Through Rate)*, karyawan harus dapat menghitung perbandingan hasil dari *selling-in* dan *selling-out* produk buku maupun non-buku.
- c. *Omni Channel Implementation (Pesan Bayar Antar (PBA) Performance)*, karyawan harus dapat meningkatkan persentase pemenuhan pemesanan melalui sistem Pesan Bayar Antar (PBA).
- d. *Digital Book Development (Number of Eperpus Customer)*, menarik ketertarikan *customer* untuk menjadi *new subscriber* Eperpus.
- e. Meningkatkan Sistem Manajemen Mutu (Penyelesaian Open Statement), dilihat dari kesesuaian waktu penyelesaian *open statement* bulan sebelumnya dan harus *posted* seluruhnya.
- f. Meminimalkan stock minus yang tidak teridentifikasi (Follow Up Stock Minus) dengan melakukan *follow up* atas *stock* minus hasil *calculate statement* terhadap h-1 berjalan. Dapat dinyatakan mencapai target jika 100% follow up dilakukan pada hari ini untuk *stock* minus kemarin.

- g. *Create Innovation Solution & Process (Number of Improvement – Innovation)*, dengan melihat hasil inovasi oleh departemen yang telah diaplikasikan & lolos tahap seleksi internal oleh Tim inovasi GoRP.

Pada penelitian ini penulis juga mendapatkan beberapa informasi terkait tugas dan wewenang yang dimiliki oleh beberapa jabatan yaitu sebagai berikut:

a. *Store Manager:*

1. Memanajemen sumber daya manusia, termasuk merekrut karyawan baru, melatih, dan mengembangkan mereka.
2. Mencari peluang bisnis baru, seperti pasar baru, penjualan armada, dan sumber pendanaan.
3. Bertanggung jawab atas semua kegiatan penjualan di toko Gramedia.
4. Merencanakan, menyusun strategi, dan membuat kebijakan pemasaran.
5. Menetapkan target penjualan dan menyusun anggaran penjualan.
6. Merencanakan, mengoordinasikan, dan mengawasi kegiatan pemasaran.

b. *Sales Supervisor:*

1. Bertanggung jawab kepada Store Manager dan mengawasi staf penjualan, customer service, kasir, petugas keamanan, dan petugas kebersihan.
2. Melaksanakan program pelayanan pelanggan, terutama retensi pelanggan.
3. Melakukan penjualan.
4. Memberikan pelatihan kepada staf penjualan.
5. Mengawasi dan memotivasi staf penjualan.
6. Bertanggung jawab atas semua kegiatan penjualan di toko Gramedia.
7. Merencanakan, menyusun strategi, dan membuat kebijakan pemasaran.
8. Menetapkan target penjualan dan menyusun anggaran penjualan.

9. Merencanakan, mengoordinasikan, dan mengawasi kegiatan pemasaran.
- c. *Administration Superintendent:*
1. Bertanggung jawab kepada *Store Manager* dan mengawasi administrasi pembayaran, administrasi persediaan, administrasi pajak, dan administrasi keluar.
 2. Mengelola administrasi kantor, termasuk administrasi personalia dan pelaporan.
 3. Mengawasi, merawat, dan mengamankan aset perusahaan.
 4. Menyusun anggaran keuangan, seperti anggaran kas, laporan laba rugi, dan neraca.
 5. Menyusun laporan administrasi penjualan dan pengurusan surat-surat kendaraan.
 6. Mengawasi implementasi kebijakan administrasi perusahaan.
 7. Membantu dalam menyusun arah dan strategi perusahaan.
- d. *Entry Data Process (EDP) Superintendent:*
1. Bertanggung jawab kepada *Store Manager* dan mengawasi petugas entri data.
 2. Mengelola kegiatan komputerisasi perusahaan, termasuk data penjualan, administrasi, sistem keamanan, dan database perusahaan.
 3. Mencatat barang yang masuk dan keluar.
 4. Mencatat keuangan perusahaan.
 5. Memberikan informasi harga produk.
- e. *Store Associate:*
1. Berinteraksi dengan pelanggan untuk mengetahui kebutuhan produk mereka.
 2. Memberikan rekomendasi produk berdasarkan kebutuhan pelanggan.

3. Menjelaskan keunggulan produk untuk mendorong pelanggan membelinya.
 4. Menginformasikan promosi toko kepada pelanggan.
 5. Mendorong pelanggan untuk membeli produk tambahan.
 6. Memberikan informasi tentang diskon dan kebijakan pengembalian barang.
 7. Membantu dalam proses pembayaran dan penyelesaian pembelian.
 8. Membangun loyalitas pelanggan melalui program keanggotaan.
 9. Mencatat penjualan dan inventaris.
 10. Membantu mengatur tampilan toko dan stok barang.
- f. *Cashier*:
1. Bertanggung jawab atas modal kas yang diterima dari kasir utama.
 2. Melayani pembayaran pelanggan sesuai dengan standar pelayanan.
 3. Bertanggung jawab atas keakuratan omset berdasarkan laporan kasir.
 4. Menyetorkan omset dan modal kepada kasir utama serta membuat bukti setoran setelah selesai bertugas.
 5. Mencatat semua transaksi.
- g. *Store Administration Assistant*:
1. Bertanggung jawab dalam membuat laporan harian penjualan dari setiap counter.
 2. Mencatat penerimaan kas dari setiap counter.
 3. Menyusun anggaran untuk kas kecil.

3.2 Desain Penelitian

Desain penelitian adalah suatu perencanaan yang melibatkan penentuan metode dan prosedur untuk mengumpulkan data serta menganalisis informasi yang diperlukan dalam penelitian. Zikmund et al. (2013) mengatakan bahwa desain penelitian memberikan kerangka atau perencanaan tindakan yang akan dilakukan

dalam penelitian. Desain penelitian juga merupakan perencanaan dan struktur yang disusun untuk mendapatkan jawaban atas pertanyaan penelitian. Dalam proses perancangan penelitian, terdapat tahapan rencana awal pengumpulan data, pengukuran, dan analisis data yang membantu peneliti dalam menentukan metodologi yang akan digunakan (Cooper & Schindler, 2017).

3.2.2 Research Data

Data riset atau *research data* merupakan sumber daya yang dapat dikategorikan kedalam dua jenis (Sekaran, 2013), yaitu *Primary Data* (Data Primer) dan *Secondary Data* (Data Sekunder). *Primary Data* (Data Primer) adalah sumber data yang diperoleh langsung melalui penyebaran kuesioner dan wawancara mendalam dengan narasumber. Sedangkan *Secondary Data* (Data Sekunder) adalah sumber data yang telah ada sebelumnya dan diperoleh melalui surat kabar, majalah, buku teks, dan sebagian besar berita. Pada penelitian ini peneliti menggunakan Data Primer dengan melakukan proses *in-depth interview* dan penyebaran kuesioner online dan Data Sekunder dengan menggunakan sumber jurnal, artikel, dan buku.

3.2.3 Metode Penelitian

Malhotra (2012) mengatakan bahwa penelitian memiliki dua jenis metode yaitu *Qualitative Research* atau penelitian kualitatif yang merupakan suatu desain eksplorasi terstruktur maupun tidak terstruktur yang didasarkan pada sampel kecil, dengan tujuan untuk memberikan wawasan dan pemahaman. Sedangkan *Quantitative Research* atau Penelitian kuantitatif adalah teknik penelitian yang

bertujuan untuk mengukur data dan menerapkan berbagai bentuk pengukuran dan analisis statistik.

Menurut Bougie (2013) jenis penelitian memiliki tiga kategori atau tiga bagian yaitu *Exploratory Research* yang dimana penelitian ini akan dilakukan jika tidak banyak yang diketahui atau tidak ada informasi mengenai fenomena atau situasi dan kondisi yang saat ini sedang dialami. Lalu ada *Descriptive Research* dimana penelitian yang dilakukan dengan merencanakan pengumpulan data yang menunjukkan suatu karakteristik situasi dan fenomena yang dihadapi. Jenis yang ketiga yaitu *Causal Research* yang dimana hal ini merupakan *point* dari pendekatan ilmiah yang akan digunakan dalam penelitian.

Melihat akan penjelasan mengenai metode penelitian di atas, peneliti menggunakan metode *quantitative research* karena data yang digunakan dalam penelitian ini diperoleh dari responden yang telah mengisi jawaban pada kuesioner. Lalu peneliti juga menggunakan jenis *descriptive research* dikarenakan hasil dari olah data peneliti sampaikan dalam rupa paragraph deskriptif dan menunjukkan suatu karakteristik situasi dan fenomena yang dihadapi

3.2 Populasi dan Sampel Penelitian

3. 2. 1 Target Populasi dan Sampel

Zikmund (2013) dalam penjabarannya mengatakan populasi merupakan suatu kelompok yang memiliki tujuan maupun karakteristik yang sama dan sampel merupakan kelompok atau bagian kecil dari kelompok populasi yang lebih besar. Pada penelitian ini penulis memilih populasi yaitu seluruh karyawan *Store*

Gramedia dan merupakan *Store* Gramedia di Tangerang, Tangerang Selatan, dan Jakarta.

3. 2. 2 Sampling Technique

Sampling technique merupakan suatu proses yang didalamnya terdapat beberapa persyaratan yang nantinya syarat tersebut akan digunakan sebagai kesimpulan dengan mengikutsertakan beberapa wakil dari populasi terpilih. *Sampling technique* sendiri memiliki dua bagian yaitu *probability sampling* yang merupakan metode dalam memilih sampel dan tiap sampel memiliki kesempatan atau peluang yang sama untuk dijadikan sampel penelitian. *Probability sampling* itu sendiri memiliki tujuh bagian yang berisikan:

- a. *Simple Random Sampling*: Metode ini meyakinkan bahwa di setiap elemen dalam populasi akan memiliki kesempatan yang sama untuk dipilih menjadi sample.
- b. *Stratified Sampling*: Metode berikut ini memilih sampel dengan cara menggunakan nomor urut dan dipilih sesuai dengan nomor yang dimiliki masing-masing.
- c. *Systematic Sampling*: Metode ini memilih sampel berdasarkan informasi yang diperoleh dan nantinya dikelompokkan membentuk suatu strata.
- d. *Proportional Stratified Sampling*: Metode ini memilih sampel yang bertingkat dan jumlah unit pengambilan sampel diperoleh dari tiap tingkatan populasi yang memiliki ukuran sebanding dengan tingkat tersebut.

- e. *Disproportional Stratified Sampling*: Metode ini memiliki bentuk sampel yang bertingkat sama dengan *Proportional Stratified Sampling* namun jumlah unit pengambilan sampel didelegasikan dengan pertimbangan analisis.
- f. *Cluster Sampling*: Metode ini mengambil sample dengan berdasarkan kelompok skala besar bukan perseorangan dan sampel ini memiliki lokasi yang berdekatan dengan sampel lainnya.
- g. *Multistage Area Sampling*: Metode ini memilih sampel dengan cara menggabungkan dua Teknik pemilihan sampel lainnya.

Lalu bagian yang kedua adalah *non-probability sampling* yang merupakan metode dalam memilih sampel yang setiap sampelnya sudah dipilih sesuai dengan kriteria yang dibutuhkan. *Non-Probability Sampling* terbagi menjadi empat bagian yaitu yang pertama adalah *convenience sampling* dimana hal ini untuk mencari sampel yang mudah tersedia; lalu *judgemental sampling* dimana metode ini mengambil sampel berdasarkan karakteristik yang sesuai dengan kebutuhan anggota sampel tersebut; *snowball sampling* dimana Teknik pengambilan sampel ini berdasarkan yang telah ditentukan dengan mendapatkan tambahan informasi dari individu yang sebelumnya juga menjadi sampel; dan yang terakhir yaitu *quota sampling* dimana Teknik ini memilih sampel yang telah mewakili karakteristik yang berhubungan dengan yang diinginkan peneliti.

Sehingga dapat disimpulkan dalam penelitian ini peneliti memilih untuk menggunakan Teknik *non-probability sampling* dan dengan kategori *judgmental*

sampling. Hal ini dikarenakan sampel yang diinginkan oleh peneliti sudah sesuai dengan kriteria atau karakteristik yang ditentukan oleh peneliti, dimana sampel merupakan karyawan aktif di *Store* Gramedia yang berlokasi di Tangerang, Tangerang Selatan, dan Jakarta.

3.2.3 Sampling Size

Dalam buku Hair et al. (2014) yang berjudul *Multivariate Data Analysis* dikatakan bahwa *sampling size* (ukuran sampel) merujuk pada jumlah individu atau unit yang dipilih secara acak dari populasi yang diteliti. Pemilihan ukuran sampel yang tepat sangat penting karena dapat mempengaruhi validitas, reliabilitas, dan generalisabilitas hasil penelitian. Ia juga menyarankan bahwa ukuran sampel yang memadai harus ditentukan berdasarkan pertimbangan statistik yang mencakup faktor-faktor seperti ukuran populasi, tingkat signifikansi yang diinginkan, tingkat kepercayaan yang diinginkan, serta ukuran efek yang diharapkan. Dalam penelitian yang kompleks atau yang melibatkan analisis statistik yang lebih rumit, ukuran sampel yang lebih besar mungkin diperlukan untuk mendapatkan hasil yang lebih akurat dan dapat diandalkan. Pada penelitian ini penulis menggunakan asumsi $n \times 5$ observasi untuk olah data *main-test*, maka didapatkan indikator pertanyaan penelitian (n) sebanyak 19 dan dihitung menggunakan asumsi $19 \times 5 = 95$. Maka dapat dikatakan jumlah minimum dari sampel yang harus digunakan peneliti sebanyak 95 responden.

3.2.4 Sampling Frame

Pada penelitian ini sampel yang digunakan merupakan karyawan dari 7 *Store* Gramedia yang dimana dari ketujuh *store* dua diantaranya merupakan *store* yang berdiri sendiri yaitu Gramedia *World* Emerald Bintaro dan BSD, dan lima diantaranya merupakan *store* yang berdiri berdampingan bersama suatu *Mall* yaitu *Store* Gramedia *Summarecon Mall* Serpong, *Mall* Teras Kota, Bintaro Plaza, *Supermall* Karawaci, dan *Mall* Ciputra Cibubur.

3.3 Teknik Pengumpulan Data

3.3.1 Sumber Data dan Cara Pengumpulan Data

Menurut Zikmund (2014) data terbagi menjadi 2 macam yaitu *Primary Data* dan *Secondary Data* yang dimana *Primary Data* (data primer) adalah data yang dikumpulkan langsung oleh peneliti untuk tujuan penelitian tertentu. Data ini dikumpulkan melalui metode observasi langsung, wawancara, kuesioner, atau eksperimen. *Primary data* memiliki keunggulan karena relevan dengan pertanyaan penelitian yang spesifik dan dikumpulkan secara langsung oleh peneliti. *Primary Data* yang digunakan pada penelitian ini diperoleh dari hasil *in-depth interview* karyawan dan juga penyebar kuesioner.

Sementara itu, *Secondary Data* (data sekunder) merujuk pada data yang telah dikumpulkan oleh pihak lain untuk tujuan selain penelitian yang sedang dilakukan. Data sekunder dapat diperoleh dari sumber seperti publikasi ilmiah, laporan pemerintah, basis data industri, dan sumber data lainnya yang telah ada sebelumnya. Peneliti menggunakan data sekunder untuk menganalisis ulang, menginterpretasi, atau memperoleh wawasan baru yang relevan dengan penelitian

yang sedang dilakukan. *Secondary Data* yang digunakan pada penelitian ini diperoleh dari jurnal, buku, artikel.

3.3.2 Metode Pengumpulan Data

Menurut Zikmund (2014), terdapat beberapa cara untuk mengumpulkan data dalam penelitian, di antaranya yaitu Survei yang dimana metode ini melibatkan pengumpulan data dari responden menggunakan kuesioner atau wawancara. Survei dapat dilakukan secara langsung atau melalui media elektronik seperti email atau survei online. Lalu cara yang lain yaitu dengan melakukan Observasi. Dimana metode ini melibatkan pengamatan langsung terhadap perilaku, kejadian, atau fenomena yang sedang diteliti. Observasi dapat dilakukan dengan peneliti hadir secara fisik di lokasi penelitian.

Berdasarkan dengan penjelasan mengenai metode pengumpulan data, dalam penelitian ini penulis menggunakan metode *survey* yang dimana penulis mengajukan penyebaran kuesioner kepada *Store Gramedia* yang berlokasi di Tangerang, Tangerang Selatan, dan Jakarta.

3.4 Periode Penelitian

Periode penelitian mengacu pada rentang waktu di mana penelitian dilakukan untuk mengumpulkan data dan menganalisis hasilnya. Dalam melaksanakan penelitian *in-depth interview* peneliti lakukan pada bulan Desember 2022 di *Store Gramedia World BSD*, Tangerang Selatan. Lalu untuk mendapatkan hasil *pre-test* dan *main test*, peneliti menyebarkan kuesioner dari bulan April 2023

dan telah mencapai target pada bulan Mei 2023 sebanyak 100 responden karyawan Store Gramedia yang berlokasi di Tangerang, Tangerang Selatan, dan Jakarta.

3.5 Skala Pengukuran

Ghozali (2016) mengemukakan bahwa *Likert scale* adalah metode pengukuran yang digunakan untuk mengukur tingkat persetujuan atau ketidaksetujuan terhadap pernyataan atau pernyataan pendapat dalam penelitian. Skala ini terdiri dari pernyataan yang diberi pilihan jawaban dengan skala ordinal, mulai dari "Sangat Setuju" hingga "Sangat Tidak Setuju". Responden diminta untuk memilih jawaban yang paling mencerminkan pendapat atau sikap mereka terhadap pernyataan yang diberikan. Penulisan likert scale mengacu pada jurnal Johari et al, (2018) dimana nilai *likert scale* yaitu 1-5.

Tabel 3.1 Tabel Pengukuran *Likert Scale*

Skala <i>Likert</i>	Keterangan
5	Sangat Setuju
4	Setuju
3	Netral
2	Tidak Setuju
1	Sangat Tidak Setuju

Sumber: Hasil Pengolahan Data Primer, 2023

3.6 Operasionalisasi Variabel

Menurut Zikmund (2014), definisi operasional variabel adalah penjelasan terperinci tentang bagaimana variabel yang akan diteliti diukur atau diobservasi

dalam konteks penelitian. Definisi operasional ini menghubungkan konsep abstrak variabel dengan prosedur konkret yang digunakan untuk mengumpulkan data. Hal ini mencakup deskripsi yang jelas tentang pengukuran, observasi, atau manipulasi variabel, termasuk instrumen yang digunakan, skala pengukuran, unit pengamatan, waktu pengukuran, dan prosedur lain yang terkait dengan pengoperasian variabel dalam penelitian. Definisi operasional variabel bertujuan untuk memastikan keseragaman dan konsistensi dalam pengumpulan data serta memungkinkan peneliti untuk menginterpretasikan hasil dengan akurat.

3.6.1 Variabel Independent dan Dependent

Menurut Zikmund (2014), variabel *independent* (variabel bebas) adalah variabel yang diduga memiliki pengaruh atau mempengaruhi variabel lain dalam suatu penelitian. Variabel *independent* biasanya diperlakukan sebagai penyebab atau faktor yang mempengaruhi perubahan pada variabel *dependent*. Variabel *independent* sering kali merupakan faktor yang dapat dikendalikan atau dimanipulasi oleh peneliti. Dimana pada penelitian ini Variabel *Independent* yaitu:

a. *Autonomy*,

Parker et al., (2021) yang menyatakan bahwa *autonomy* merupakan tingkat kebebasan yang dimiliki oleh karyawan dalam mengambil keputusan penting dalam pekerjaan mereka terutama dalam menentukan prosedur, metode kerja, dan waktu pengerjaan.

b. *Workload*

Johari et al. (2018) mengatakan bahwa *workload* mengacu pada seluruh kegiatan karyawan yang berkaitan dengan waktu pengerjaan tugas, pemberian tanggung jawab, dan profesionalitas karyawan di tempat kerjanya.

c. *Work-Life Balance*

Johari et al. (2018) mengatakan *work-life balance* merupakan saat dimana individu mencari keseimbangan antara dunia pekerjaan dan dari kehidupan pribadi mereka, sehingga mereka mendapatkan kenyamanan dengan adanya komitmen kerja dan keluarga atau kehidupan pribadi mereka.

Ketiga variabel *independent* ini menggunakan skala *likert* dengan skala *interval* 1 - 5. Dimana skala 1 menunjukkan rendahnya nilai variabel *independent* dan nilai skala 5 menunjukkan tingginya nilai variabel *independent* yang didapatkan. Lalu pada variabel *dependent* penelitian ini terdapat *Job Performance*, dimana Jamal (2018) mengatakan bahwa *job performance* merupakan kemampuan seorang individu untuk berhasil dalam menjalankan tugas-tugas dengan menggunakan sumber daya yang tersedia di lingkungan kerjanya. Pada variabel *dependent* juga menggunakan skala *likert* dengan skala *interval* 1-5. Dimana skala 1 menunjukkan rendahnya nilai variabel *dependent* dan nilai skala 5 menunjukkan tingginya nilai variabel *dependent* karyawan *Store Gramedia*.

3.7 Teknik Analisis Data

3.7.1 Uji Validitas dan Reliabilitas

Menurut Ghozali (2016), uji validitas digunakan untuk mengukur sejauh mana instrumen pengukuran yang digunakan dalam penelitian dapat mengukur konstruk yang dimaksud dengan akurat. Uji validitas bertujuan untuk memastikan bahwa instrumen tersebut benar-benar mengukur apa yang seharusnya diukur. Untuk memperoleh valid atau tidaknya suatu kuesioner maka dibutuhkan proses *Confirmatory Factor Analysis (CFA)* yang berguna untuk meringkas data yang ada dapat dikatakan valid jika *measurement* memenuhi syarat:

- a. *Kaiser Meyer Olkin (KMO)*, dimana nilai suatu factor dikatakan layak jika nilainya diatas 0.50
- b. *Measure of Sampling Adequacy (MSA)*, dimana menurut Hair et al. (2014) dimana factor dikatakan layak atau valid jika nilainya diatas 0.50. Jika didapati nilai dibawah 0.50 maka indikator tersebut harus dikeluarkan.
- c. *Barlett of Sphericity (Sig.)*, dapat dikatakan layak atau valid jika nilai signifikansi < 0.05
- d. Nilai Factor Loading merupakan korelasi dari variabel asli dan indikator, sehingga nilai yang dikehendaki haruslah $> 0,50$ (Hair et al., 2014)

Uji reliabilitas, di sisi lain, digunakan untuk mengukur keandalan atau konsistensi instrumen pengukuran dalam menghasilkan hasil yang konsisten dan dapat diandalkan. Uji reliabilitas bertujuan untuk memastikan bahwa instrumen pengukuran dapat menghasilkan hasil yang stabil dan konsisten ketika

diaplikasikan pada populasi atau sampel yang sama (Malhotra, 2012). Jika nilai *Cronbach's alpha* lebih besar dari 0.6 maka suatu variabel dapat dikatakan reliabel atau handal.

3.7.2 Uji Asumsi Klasik

Pada Uji Asumsi Klasik terdapat 4 uji didalamnya yaitu:

a. Uji Multikolinieritas

Uji multikolinieritas bertujuan untuk mengetahui apakah model regresi terdapat korelasi antar variabel independent (Ghozali, 2016). Model regresi dikatakan baik jika tidak terjadi korelasi diantara variabel independent.

Untuk mendeteksi adanya multikolinieritas nilai Tolerance $> 0,10$ dan nilai VIF (Variance Inflation Factor) < 10 .

b. Uji Normalitas

Ghozali (2016) menyatakan bahwa dengan adanya uji normalitas dapat diketahui apakah didalam model regresi variabel residual memiliki distribusi normal. Hasil uji normalitas dapat dilihat melalui probability plot dan One-Sample Kolmogorov Smirnov Test. Pada probability plot dapat dibandingkan antara distribusi normal dan juga kumulatif. Apabila titik-titik plotting data residual semakin mendekati garis diagonal maka dapat dikatakan bahwa data tersebut merupakan data residual terdistribusi normal (Ghozali, 2016). Uji Heteroskedastisitas

c. Uji Heteroskedastisitas

Uji heteroskedastisitas bertujuan untuk menguji apakah model regresi terdapat ketidaksamaan variance dari residual (Ghozali, 2016). Model regresi yang baik jika variance dari residual tetap, dan biasanya akan disebut homoskedastisitas. Apabila titik-titik pada grafik Scatterplot membentuk suatu pola tertentu dan tidak menyebar di atas sumbu Y maka dapat dikatakan heteroskedastisitas.

d. Uji Koefisiensi Determinasi (R^2)

Koefisiensi Determinasi (R^2) merupakan alat ukur untuk mengetahui seberapa besar kemampuan yang dimiliki model dalam menerangkan variasi dari variabel dependent (Ghozali, 2016).

3.7.3 Uji Hipotesis

3.7.3.1 Uji Signifikansi Parameter Individual (Uji Statistik t)

Menurut Ghozali (2016), tujuan utama melakukan pengujian statistic t yaitu untuk mengukur sejauh mana variabel independent berperan dalam menjelaskan secara terperinci variasi dari variabel dependent. Dalam uji signifikansi ini dapat dilakukan dengan membandingkan nilai statistic t dengan t tabel. Jika nilai statistic t yang dihitung lebih besar dari nilai t tabel maka hipotesis yang menyatakan variabel dependen dipengaruhi oleh variabel independent dapat diterima.

3.7.3.2 Uji Signifikansi Simultan (Uji F)

Menurut Ghozali (2016) uji signifikansi simultan (uji F) digunakan untuk melihat apakah terdapat pengaruh dari variabel independent terhadap variabel dependent yang dilakukan secara bersama-sama (simultan). Kriteria uji statistic F

dalam pengambilan keputusan dapat dilakukan dengan melihat perbandingan besar nilai p-value dan nilai significant yang memiliki nilai 5% atau di bawah 0.05. Jika nilai F yang diperoleh lebih dari 4 maka terdapat pengaruh secara bersama-sama atau simultan.

3.7.3.3 Analisis Linier Berganda (*Multiple Linear Regression*)

Analisis regresi linear berganda (*Multiple Linear Regression*) merupakan teknik statistik yang digunakan dalam menganalisis hubungan antara variabel dependent dengan variabel independent (Hair et al., 2014).

$$Y = \alpha + \beta_1 X_1 + \beta_2 X_2 + \beta_3 X_3 + e$$

Keterangan:

$Y = \text{Job Performance}$

$X_1 = \text{Autonomy}$

$X_2 = \text{Workload}$

$X_3 = \text{Work-life Balance}$

$\alpha = \text{Konstanta}$

$\beta = \text{Koefisien Regresi Linear}$

$e = \text{Residual (error)}$

U M N
UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA

Tabel 3.2 Tabel Operasional Variabel

No.	Variabel Penelitian	Definisi Variabel	Pengukuran (Bahasa Inggris)	Pengukuran (Bahasa Indonesia)	Kode	Jurnal Pendukung
1	<i>Autonomy</i>	<i>Autonomy</i> merupakan tingkat kebebasan yang dimiliki karyawan dalam mengambil keputusan penting dalam pekerjaan mereka terutama dalam menentukan prosedur, metode kerja, dan waktu pengerjaan.	<ol style="list-style-type: none"> 1. I have the freedom to decide how to choose the procedures to utilize the job. 2. I have the liberty to choose the methods to use when carrying out the work. 3. I have some control over the sequencing of work activities (when to do what). 4. I am able to decide when to do specific work activities. 5. I have the ability to propose solutions for system errors to supervisors or technical staff. 	<ol style="list-style-type: none"> 1. Saya memiliki kebebasan untuk memilih prosedur yang akan digunakan dalam pekerjaan. 2. Saya memiliki kebebasan untuk memilih metode yang akan digunakan dalam melaksanakan pekerjaan. 3. Saya memiliki kendali atas urutan aktivitas kerja (kapan melakukan apa). 4. Saya dapat menentukan waktu melakukan aktivitas kerja tertentu. 5. Saya memiliki kemampuan untuk mengusulkan solusi atas kesalahan sistem kepada atasan atau staf teknis. 	<p>A1</p> <p>A2</p> <p>A3</p> <p>A4</p> <p>A5</p>	<p>Tony Cragg, Dominic Loske (2019)</p>
2	<i>Workload</i>	<i>Workload</i> mengacu pada seluruh kegiatan karyawan yang berkaitan dengan pekerjaan tugas, pemberian tanggung jawab, dan profesionalitas karyawan di tempat kerjanya.	<ol style="list-style-type: none"> 1. My job requires me to work very fast. 2. My job requires me to work very hard. 3. My job leaves me with little time to get things done. 4. I have to do more work than I can do well. 	<ol style="list-style-type: none"> 1. Pekerjaan saya membutuhkan saya untuk bekerja dengan cepat. 2. Pekerjaan saya membutuhkan saya untuk bekerja dengan keras. 3. Pekerjaan saya membuat saya memiliki sedikit waktu untuk menyelesaikan pekerjaan. 4. Saya harus melakukan lebih banyak pekerjaan dari yang bisa saya lakukan. 	<p>W1</p> <p>W2</p> <p>W3</p> <p>W4</p>	<p>Dr. Pian Chand, Mr. Pawan Kumar Chand (2014)</p>

3	<i>Work-life Balance</i>	<i>Work-life balance</i> merupakan saat dimana individu mencari keseimbangan antara dunia pekerjaan dan dari kehidupan pribadi mereka, sehingga mereka mendapatkan kenyamanan dengan adanya komitmen kerja dan keluarga atau kehidupan pribadi mereka.	<ol style="list-style-type: none"> 1. I have an adequate time to spend with the family 2. I have sufficient time to take care of my family 3. I am not missing important social 4. I can maintain my work with a proper schedule 5. I can maintain my family with a proper schedule 	<ol style="list-style-type: none"> 1. Saya memiliki waktu yang cukup untuk menghabiskan waktu bersama keluarga. 2. Saya memiliki waktu yang cukup untuk merawat anggota keluarga. 3. Saya tidak melewatkan kegiatan bersosialisasi dengan lingkungan sekitar. 4. Saya dapat mempertahankan pekerjaan dengan jadwal yang tepat. 5. Saya dapat menjaga waktu saya dengan keluarga . 	WB1 WB2 WB3 WB4 WB5	Zati Iwani Tjik (2018)
4	<i>Job Performance</i>	<i>Job performance</i> adalah kemampuan seorang individu untuk berhasil dalam menjalankan tugas-tugas dengan menggunakan sumber daya yang tersedia di lingkungan kerja.	<ol style="list-style-type: none"> 1. I adequately completed assigned duties 2. I fulfill responsibilities specified on job description 3. I meet formal performances requirements of the job 4. I engage in activities that will directly affect my performance evaluation 5. I assist my superiors with my work (when not asked) 	<ol style="list-style-type: none"> 1. Saya berhasil menyelesaikan pekerjaan yang ditugaskan dengan baik 2. Saya memenuhi tanggung jawab yang tertera dalam deskripsi pekerjaan 3. Saya memenuhi persyaratan performa pekerjaan yang telah ditetapkan 4. Saya terlibat dalam aktivitas yang akan langsung memengaruhi penilaian kinerja saya 5. Saya membantu atasan saya dengan pekerjaan saya (ketika tidak diminta) 	JP1 JP2 JP3 JP4 JP5	Zati Iwani Tjik (2018)

Sumber: Hasil Pengolahan Data Primer, 2023