

## **BAB III**

### **METODOLOGI PENELITIAN**

#### **3.1 Jenis dan Sifat Penelitian**

Penelitian dengan menggunakan pendekatan kuantitatif ini memiliki tujuan untuk mendeskripsikan atau menjelaskan masalah berdasarkan hasil yang dapat diterapkan secara umum. Menurut Kriyantono (2020, p. 45), pendekatan ini bertujuan untuk melihat adanya hubungan antar variabel dalam sebuah populasi dengan menggunakan data numerik untuk mendapatkan hasil yang objektif melalui analisis statistik. Kuantitatif dengan menggunakan pendekatan positivik yang meyakini bahwa terdapat faktor-faktor yang beragam dan dapat berubah dari satu observasi ke observasi lainnya dalam setiap kejadian yang disebut sebagai variabel (Darwin et al., 2021).

Penelitian ini menerapkan sifat eksplanatif yang memiliki tujuan untuk menjelaskan bagaimana hubungan antara dua variabel atas situasi dan fenomena yang terjadi (Darwin et al., 2021, p. 9).

Dengan demikian, penelitian kuantitatif eksplanatif merupakan upaya untuk menyelidiki populasi atau sampel dengan menghasilkan data berupa angka yang dapat digunakan untuk memahami keterkaitan atau pengaruh antar variabel yang sedang diteliti. Kuantitatif eksplanatif pada penelitian ini bertujuan untuk memahami bagaimana iklim komunikasi organisasi (variabel X) memengaruhi *employee engagement* (variabel Y) karyawan Generasi Z dalam perusahaan. Iklim komunikasi organisasi (variabel X) dianggap sebagai pemicu terjadinya *employee engagement* (variabel Y) yang dianggap sebagai hasil dari interaksi tersebut.

#### **3.2 Metode Penelitian**

Penelitian ini menggunakan metode survei, yakni dilakukan menggunakan penyebaran kuesioner kepada sejumlah sampel yang dipilih dari populasi tertentu (Kriyantono, 2020, p. 149). Kuesioner merupakan bagian yang paling krusial dalam penelitian karena menjadi instrumen pengumpulan data kepada objek penelitian. Sebuah kuesioner harus dapat mencakup semua indikator yang dihasilkan dari

definisi operasional karena kuesioner adalah hal utama yang akan menentukan hasil survei valid dan reliabel (Kriyantono, 2020, p. 155).

Dalam penelitian ini, metode survei bertujuan untuk dapat mengumpulkan data secara luas dari responden yang mewakili populasi karyawan Generasi Z di perusahaan. Hal ini akan memungkinkan peneliti untuk menganalisis secara komprehensif pengaruh iklim komunikasi organisasi terhadap *employee engagement* dan menyediakan pemahaman yang lebih mendalam tentang dinamika hubungan tersebut.

### **3.3 Populasi dan Sampel**

#### **3.3.1 Populasi**

Populasi merupakan sekumpulan subyek atau obyek yang memiliki ciri atau karakteristik tertentu yang ditetapkan peneliti untuk dipelajari serta diambil kesimpulannya (Darwin et al., 2021, p. 23). Populasi yang digunakan dalam penelitian ini adalah karyawan Generasi Z yang sudah memasuki dunia kerja, yakni berusia 18-27 tahun, khususnya yang bekerja di PT Victoria Care Indonesia Tbk, baik perempuan maupun laki-laki. Berikut merupakan data jumlah karyawan Generasi Z di PT Victoria Care Indonesia Tbk berdasarkan departemennya per 07 Mei 2024:



**Tabel 3. 1 Rekapitulasi Pekerja Generasi Z di PT Victoria Care Indonesia Tbk Berdasarkan Departemen per 07 Mei 2024**

No	Departemen	Jumlah Staff
1	IT	5
2	Marketing	32
3	E-Commerce	16
4	Accounting & Finance	13
5	Research & Innovation	7
6	Supply Chain Management & Procurement	3
7	Sales & Distribution	2
8	Business Development	2
9	Human Resources and General Affair	2
10	Internal Audit Management	4
<b>Total</b>		<b>86</b>

Sumber: Database Pekerja Generasi Z di PT Victoria Care Indonesia Tbk Berdasarkan Departemen per 07 Mei 2024

### 3.3.2 Sampel

Sampel merupakan bagian dari populasi yang diambil berdasarkan prosedur teknik sampling tertentu sehingga mampu merepresentasikan karakteristik populasinya. Pengambilan sampel dilakukan jika ukuran populasi cukup besar dan tidak memungkinkan peneliti untuk mengamatinya secara keseluruhan karena keterbatasan biaya, tenaga, waktu, dan peralatan (Darwin et al., 2021, p. 23). Dalam penelitian ini, *sampling* yang digunakan yakni non-probabilitas, di mana peneliti tidak memberikan kesempatan, peluang dan cara yang sama terhadap populasi dan atau sampel, sehingga titik jenis penarikan sampel penelitian menjadi berbeda (Darwin et al., 2021, p. 113). Lebih spesifik, peneliti menggunakan teknik *saturated sampling* (sampling jenuh) atau biasa disebut sensus, yakni teknik penentuan sampel apabila seluruh kelompok populasi digunakan sebagai sampel penelitian. Hal ini dilakukan, apabila kriteria populasi yang ditetapkan sesuai namun berjumlah sedikit (Darwin et al., 2021, p. 116).

Oleh karena itu, penelitian ini melibatkan seluruh populasi yang ada di PT. Victoria Care Indonesia Tbk, yakni sebanyak 86 orang. Namun,

karena keterbatasan waktu dan tempat, peneliti hanya mampu mengumpulkan 76 responden yang berhasil mengisi kuesioner.

### 3.4 Operasionalisasi Variabel

Variabel merupakan konsep yang dapat memberikan nilai kuantitatif yang berbeda (Darwin et al., 2021, p. 75). Operasionalisasi variabel merupakan sebuah penarikan kesimpulan dari sifat, nilai dari objek, atribut atau kegiatan yang memiliki variasi tertentu yang telah ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari (Sugiyono, 2015, p. 38).

#### 3.4.1 Variabel Independen

Variabel independen merupakan variabel yang tidak dipengaruhi oleh variabel lain (Darwin et al., 2021, p. 173). Dalam penelitian ini, iklim komunikasi organisasi merupakan salah satu variabel independen. Berikut adalah operasionalisasi dari variabel independen tersebut:

**Tabel 3. 2 Operasionalisasi Variabel X (Iklim Komunikasi Organisasi)**

Variabel	Dimensi	Indikator	Pernyataan	Skala
Iklim Komunikasi Organisasi	Kepercayaan	Pemberian Wewenang	(X1) Atasan memberikan wewenang sesuai dengan <i>job desk</i> saya	Likert
		Memberikan kesempatan untuk pengembangan diri	(X2) Atasan memberikan kesempatan mengikuti pelatihan atau kegiatan untuk pengembangan diri	Likert
	Pembuatan keputusan bersama	Partisipasi karyawan dalam rapat evaluasi bulanan	(X3) Atasan melibatkan saya dalam rapat evaluasi bulanan.	Likert
		Meminta usulan pada karyawan	(X4) Atasan meminta usulan-usulan dari Karyawannya.	Likert
	Kejujuran	Informasi sesuai fakta	(X5) Atasan saya memberikan informasi	Likert

			tentang peluang karier di perusahaan sesuai fakta.	
		Penilaian evaluasi kinerja sesuai data	(X6) Atasan saya memberikan penilaian evaluasi kinerja sesuai dengan data	Likert
	Keterbukaan	Transparansi mengenai <i>key performance indicator</i> (KPI)	(X7) Atasan menjelaskan secara transparan mengenai standar penilaian KPI ( <i>key performance indicator</i> )	Likert
		Informasi tentang perusahaan sesuai data	(X8) Atasan membagikan informasi- informasi terkait dengan hal-hal yang terjadi dalam perusahaan sesuai data.	Likert
	Mendengarkan dalam komunikasi ke atas	Mendengarkan keluhan	(X9) Atasan mendengarkan keluhan saya tanpa merendahkan	Likert
		Memperbaiki masalah berdasarkan keluhan	(X10) Atasan berusaha untuk memperbaiki masalah berdasarkan keluhan karyawannya	Likert
	Perhatian pada tujuan-tujuan berkinerja tinggi	Membantu untuk mencapai tujuan kinerja	(X11) Atasan memberikan solusi untuk mencapai tujuan kinerja	Likert
		Memberikan apresiasi terhadap kinerja Karyawan	(X12) Atasan memberikan apresiasi terhadap kinerja saya	Likert

### 3.4.2 Variabel Dependen

Variabel dependen adalah variabel yang dipengaruhi oleh variabel lain. Variabel ini diobservasi, dan nilainya dianggap bergantung pada pengaruh variabel lain (Darwin et al., 2021, p. 173). Dalam penelitian ini, *employee engagement* termasuk variabel dependen. Berikut adalah operasionalisasi dari variabel dependen tersebut:

**Tabel 3. 3 Operasionalisasi Variabel Dependen (*Employee Engagement*)**

Variabel	Dimensi	Indikator	Pernyataan	Skala
<i>Employee Engagement</i>	<i>Vigor</i> (Semangat)	Antusias dalam menyelesaikan tugas-tugas pekerjaan.	(Y1) Saya memiliki antusias dalam menyelesaikan tugas sehari-hari.	Likert
		Kontribusi dalam tim	(Y2) Saya berusaha untuk memberikan kontribusi yang lebih untuk mencapai tujuan bersama.	Likert
	<i>Dedication</i> (Dedikasi)	Loyalitas terhadap Perusahaan	(Y3) Saya ingin bekerja di Perusahaan ini dalam jangka waktu yang panjang	Likert
		Kesetiaan terhadap tim	(Y4) Saya bersedia membantu rekan kerja untuk mencapai tujuan bersama	Likert
	<i>Absorption</i> (Penyerapan)	Daya tarik pekerjaan	(Y5) Saya merasa nyaman dengan pekerjaan saya	Likert
		Kompensasi yang baik	(Y6) Saya merasa bahwa kompensasi yang diberikan sesuai dengan kinerja saya	Likert

### 3.5 Teknik Pengumpulan Data

Pengumpulan data merupakan proses kegiatan di mana peneliti berhubungan langsung dengan objek penelitian guna memperoleh informasi maupun dalam bentuk data (Darwin et al., 2021, p. 149). Berikut teknik pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini:

#### 3.5.1 Data Primer

Data primer merupakan jenis data yang dikumpulkan dengan diperoleh secara langsung dari subyek/obyek penelitian atau narasumber dalam penelitian. Peneliti mengumpulkan data secara langsung dengan menggunakan instrumen penelitian, misalnya menggunakan kuesioner,

angket, pedoman wawancara terstruktur, notulen *focus group discussion* (FGD) dan kegiatan survei langsung pada objek penelitian dengan cara melakukan pengukuran atau pengamatan (Darwin et al., 2021, p. 151).

Dalam penelitian ini, responden atau subjek penelitiannya adalah pekerja Generasi Z di Perusahaan, sehingga data ini dikumpulkan melalui penyebaran kuesioner kepada responden yang kemudian diisi dan diukur menggunakan skala likert. Skala likert digunakan untuk menjelaskan suatu konstruk melalui beberapa pertanyaan (Darwin et al., 2021, p. 134).

### **3.5.2 Data Sekunder**

Data sekunder merupakan jenis data yang dikumpulkan dengan diperoleh secara tidak langsung, misalnya dari data yang telah disiapkan oleh pihak-pihak tertentu, institusi/lembaga terkait, ataupun hasil dari penelitian sebelumnya. Data tersebut biasanya merupakan hasil pelaporan atau pencatatan tertentu dalam bentuk tabel, grafik, diagram, kurva dan lain sebagainya yang telah disiapkan dalam bentuk *softcopy* maupun *hardcopy* (Darwin et al., 2021, p. 152). Selain itu, data sekunder juga dapat berupa buku, jurnal, laporan, situs internet, dan lain sebagainya. Dalam penelitian ini, data sekunder didapatkan dari studi kepustakaan, meliputi sumber buku, jurnal, dan situs internet.

## **3.6 Teknik Pengukuran Data**

Teknik pengukuran data pada kuesioner menggunakan skala likert. Skala likert digunakan untuk menjelaskan suatu konstruk melalui beberapa pertanyaan (Darwin et al., 2021, p. 134). Dalam penelitian ini, data kuesioner akan diukur menggunakan skala likert 4 poin yaitu, (1) sangat tidak setuju, (2) tidak setuju, (3) setuju, (4) sangat setuju. Skala likert 4 poin digunakan untuk meniadakan jawaban ragu-ragu.

### **3.6.1 Uji Validitas**

Uji validitas dilakukan untuk memberikan pernyataan sejauh mana pengukuran dari instrumen terhadap yang akan diukur (Kriyantono, 2020, p. 67). Dalam penelitian ini, uji validitas *Pearson Product Moment* menjadi

langkah krusial untuk memastikan keakuratan dan validasi kuesioner yang digunakan.

**Tabel 3. 4 Hasil Uji Validitas Variabel Iklim Komunikasi Organisasi**

Dimensi	Indikator Variabel	R Hitung	Keterangan
Kepercayaan	X1	0.374	Valid
	X2	0.641	Valid
Pembuatan Keputusan Bersama	X3	0.702	Valid
	X4	0.712	Valid
Kejujuran	X5	0.737	Valid
	X6	0.789	Valid
Keterbukaan	X7	0.714	Valid
	X8	0.849	Valid
Mendengarkan dalam komunikasi ke atas	X9	0.728	Valid
	X10	0.684	Valid
Perhatian Pada Tujuan-Tujuan Berkinerja Tinggi	X11	0.784	Valid
	X12	0.715	Valid

Berdasarkan hasil uji validitas variabel Iklim Komunikasi Organisasi (X), semua indikator variabel dari X1 hingga X12 menunjukkan nilai  $r$  hitung yang lebih besar dari 0.5. Hal tersebut menunjukkan bahwa setiap item pada kuesioner memiliki korelasi yang signifikan dengan skor total, sehingga dapat dianggap valid.

Nilai  $r$  hitung yang tinggi pada indikator seperti X8 (0.849), X6 (0.789), dan X11 (0.784) menunjukkan korelasi yang sangat kuat dengan variabel yang diukur, menandakan bahwa pertanyaan-pertanyaan dalam kuesioner tersebut secara akurat menggambarkan dan mengukur iklim komunikasi organisasi.



**Tabel 3. 5 Hasil Uji Validitas Variabel *Employee Engagement* (Y)**

Dimensi	Indikator Variabel	R Hitung	Keterangan
<i>Vigor</i> (Semangat)	Y1	0.827	Valid
	Y2	0.798	Valid
<i>Dedication</i> (Dedikasi)	Y3	0.763	Valid
	Y4	0.424	Valid
<i>Absorption</i> (Keasyikan)	Y5	0.731	Valid
	Y6	0.799	Valid

Sumber: Olahan Peneliti dengan *IBM SPSS Statistics*

Berdasarkan hasil uji validitas variabel *Employee Engagement* (Y), semua indikator variabel dari Y1 hingga Y6 menunjukkan nilai  $r$  hitung yang lebih besar lebih besar dari 0.5. Hal tersebut menunjukkan bahwa setiap item pada kuesioner memiliki korelasi yang signifikan dengan skor total, sehingga dapat dianggap valid. Indikator Y1 dengan nilai  $r$  hitung tertinggi sebesar 0.827, diikuti oleh Y2 dan Y6 yang memiliki nilai  $r$  hitung mendekati 0.8, menunjukkan bahwa item-item tersebut memiliki korelasi yang sangat kuat dengan variabel yang diukur dan sangat representatif terhadap konstruk *employee engagement*.

### 3.6.2 Uji Reliabilitas

Sebuah alat ukur dianggap reliabel jika secara konsisten menghasilkan hasil atau jawaban yang sama terhadap fenomena yang sama meskipun digunakan berulang kali. Dalam proses pengujian uji reliabilitas, perbandingan dilakukan dengan menggunakan nilai *Cronbach's Alpha* sebagai indikator reliabilitas. Makna dari nilai *Cronbach's Alpha* menurut Setiawan (dalam Darwin et al., 2021) adalah sebagai berikut:

**Tabel 3. 6 Nilai Cronbach's Alpha (Setiaman, dalam Darwin et al., 2021)**

Nilai Reliabilitas / <i>Alpha</i>	Interpretasi
> 0.90	Reabilitas sempurna
0.70 – 0.90	Reliabilitas tinggi
0.50 – 0.70	Reliabilitas moderat
< 0.50	Reliabilitas rendah

Ketika nilai *Cronbach's Alpha* melebihi ambang batas 0.70, maka instrumen tersebut dapat dianggap memiliki tingkat reliabilitas yang sempurna atau dapat diandalkan. Hasil dari pengujian reliabilitas untuk masing-masing variabel dalam penelitian ini telah disajikan di bawah ini sesuai dengan konteks penelitian ini:

**Tabel 3. 7 Hasil Uji Reliabilitas dari Variabel Iklim Komunikasi Organisasi (X) dan *Employee Engagement* (Y)**

No	Variabel	Cronbach's Alpha	Keterangan
1	Variabel Iklim Komunikasi Organisasi (X)	0.903	Reliabel
2	Variabel <i>Employee Engagement</i> (Y)	0.812	Reliabel

Sumber: Olahan Peneliti dengan *IBM SPSS Statistics*

Variabel Iklim Komunikasi Organisasi (X) memiliki nilai *Cronbach's Alpha* sebesar 0.903. Nilai ini sangat tinggi dan jauh melampaui ambang batas umum yang dianggap baik (0.70), menunjukkan bahwa kuesioner untuk mengukur iklim komunikasi organisasi memiliki reliabilitas yang sangat baik. Ini menandakan bahwa item-item dalam kuesioner tersebut secara konsisten mengukur aspek-aspek yang sama dari iklim komunikasi organisasi, sehingga hasil yang diperoleh dari kuesioner ini dapat diandalkan untuk analisis lebih lanjut.

Variabel *Employee Engagement* (Y) memiliki nilai *Cronbach's Alpha* sebesar 0.812, yang juga menunjukkan reliabilitas yang baik. Nilai

ini menunjukkan bahwa kuesioner untuk mengukur *employee engagement* memiliki konsistensi internal yang kuat. Hal ini menandakan bahwa item-item dalam kuesioner tersebut secara efektif mengukur konsep keterlibatan karyawan secara konsisten.

Kesimpulan dari hasil uji reliabilitas ini adalah bahwa kedua kuesioner yang digunakan dalam penelitian ini untuk mengukur iklim komunikasi organisasi dan *employee engagement* merupakan alat yang reliabel. Dengan reliabilitas yang tinggi ini, penelitian dapat menghasilkan data yang dapat diandalkan untuk menguji hipotesis atau untuk analisis statistik lebih lanjut, yang akan memberikan wawasan yang *valid* dan berguna tentang dinamika dalam organisasi yang diteliti.

### **3.7 Teknik Analisis Data**

#### **3.7.1 Statistik Deskriptif**

Statistik deskriptif adalah proses pengolahan data yang bertujuan untuk menggambarkan atau mendeskripsikan data (sampel populasi) yang telah dikumpulkan guna membuat kesimpulan. Tahapan dalam statistik deskriptif meliputi pengumpulan, pencatatan, peringkasan, penyusunan, dan penyajian data (Darwin et al., 2021, p. 168). Dalam penelitian ini, statistik deskriptif akan digunakan untuk mendeskripsikan data yang diperoleh dari responden, seperti rata-rata, standar deviasi, dan distribusi frekuensi dari variabel-variabel yang diukur, yaitu iklim komunikasi organisasi dan *employee engagement* pada karyawan Generasi Z.

#### **3.7.2 Statistik Inferensial**

Statistik inferensial digunakan untuk mengambil dan membuat kesimpulan yang memerlukan sampel dari populasi yang besar. Dalam statistik inferensial, hipotesis diuji, yang berdasarkan pengujian tersebut dibedakan menjadi analisis hubungan dan analisis komparatif. Dalam penelitian ini, analisis hubungan diterapkan untuk menguji hipotesis asosiatif, yaitu untuk menguji adanya hubungan antara variabel independen

dan dependen (Darwin et al., 2021, p. 173). Berikut adalah penjabaran hipotesis dalam penelitian ini:

- a. Hipotesis Nol ( $H_0$ ): Tidak ada pengaruh yang signifikan antara iklim komunikasi organisasi dan *employee engagement* pada karyawan Generasi Z di perusahaan.
- b. Hipotesis Alternatif ( $H_1$ ): Terdapat pengaruh yang signifikan antara iklim komunikasi organisasi dan *employee engagement* pada karyawan Generasi Z di perusahaan.

Berdasarkan hipotesis tersebut, teknik analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode regresi linear. Analisis regresi digunakan untuk mencari bentuk hubungan dua variabel atau lebih mengenai fungsi atau persamaannya (Kriyantono, 2020, p. 340).

Dalam penelitian ini, dilakukan uji regresi linear sederhana karena penelitian ini memiliki masing-masing satu variabel dependen dan independen. Penelitian ini juga melakukan uji normalitas, uji linearitas, uji heteroskedastisitas sebagai uji prasyarat yang dilakukan sebelum melakukan uji regresi linear sederhana.

