

BAB III

METODOLOGI PENELITIAN

3.1 Gambaran Umum Objek Penelitian

Objek penelitian ini merupakan pegawai atau karyawan Generasi Z yang bekerja di *startup* daerah Tangerang dan Jakarta. Para karyawan mempunyai kriteria telah bekerja di perusahaan *startup* terakhir atau perusahaan saat ini selama minimal 1 tahun kerja. Pemilihan Generasi Z sebagai objek dari penelitian ini adalah didasari pada data yang telah diperoleh dari latar belakang permasalahan, dimana Generasi Z saat ini merupakan mayoritas terbanyak didunia kerja dan memiliki karakteristik serta preferensi yang berbeda didunia kerja.

3.2 Desain Penelitian

3.2.1 Data Penelitian

Sumber data merupakan segala hal yang memberikan sebuah informasi mengenai sebuah penelitian. Data yang digunakan peneliti dalam penelitian ini yaitu:

1. *Primary Sources*

Menurut Sugiyono (2018:213), *Primary Sources* atau data primer adalah sumber data yang langsung memberikan data kepada pengumpul data. Data primer merupakan data yang peroleh atau dikumpulkan oleh peneliti secara langsung dari sumber pertama atau tempat objek penelitian yang dilakukan oleh peneliti. Peneliti menggunakan hasil dari pengumpulan respon dari

kuesioner yang didapatkan dari informan atau responden utama mengenai topik dari penelitian terkait sebagai data primer dari peneliti.

2. *Secondary Sources*

Menurut Sugiyono (2018:213), *Secondary Sources* atau data sekunder adalah sumber data yang tidak langsung memberikan data kepada pengumpul data yang bisa berupa melalui orang lain atau melalui dokumen.

Dalam penelitian ini, peneliti menggunakan dua jenis sumber yaitu *primary sources* dan *secondary sources*. *Primary sources* diperoleh dengan cara menyebarkan kuesioner sebagai instrument penelitian yang mengacu pada jurnal utama. *Secondary sources* untuk mendapatkan data terkait dengan definisi variabel, pengembangan fenomena, dan pengembangan hipotesis penelitian. *Secondary sources* didapatkan oleh peneliti dari jurnal utama, jurnal pendukung, artikel, dan buku.

3.2.2 Jenis Penelitian

Menurut Creswell dalam buku *Research Design* (2019) mengatakan bahwa jenis penelitian dibagi menjadi tiga jenis yaitu metode kualitatif, kuantitatif, dan gabungan. Metode tersebut berupa:

1. *Qualitative*

Metode kualitatif terdiri atas lima macam yaitu

- a. *Phenomenological Research* yang merupakan salah satu jenis penelitian kualitatif yang dilakukan dengan pengumpulan data disertai observasi dengan tujuan untuk mengetahui fenomena esensial partisipan dalam hidupnya.

- b. *Grounded Theory* yaitu salah satu jenis yang dilakukan oleh peneliti untuk menarik generalisasi tentang hal-hal yang di amati secara induktif, teori abstrak tentang proses, tindakan atau interaksi berdasarkan pandangan partisipan penelitian.
- c. *Ethnography* yang merupakan penelitian kualitatif terhadap budaya dan kondisi alamiah tertentu melalui observasi dan wawancara.
- d. *Case Studies* adalah penelitian yang dilakukan untuk mengeksplorasi secara mendalam terhadap program, kejadian, proses, aktivitas terhadap satu orang atau lebih.
- e. *Narrative Research* adalah penelitian kualitatif yang dilakukan oleh peneliti untuk melakukan studi terhadap satu individu atau lebih untuk mendapatkan data tentang sejarah atau laporan naratif.

2. *Quantitative*

Metode kuantitatif digunakan untuk meneliti populasi atau sampel dengan menggunakan alat ukur atau instrument penelitian, Analisa data bersifat kuantitatif atau statistik dengan tujuan menguji hipotesis yang telah dibuat. Pada umumnya metode kuantitatif terdiri dari metode eksperimen dan metode survey dengan menggunakan teknik yang sering digunakan berupa kuesioner atau wawancara.

3. *Mixed Method*

Metode gabungan adalah metode gabungan dari kualitatif dan kuantitatif dimana penelitian ini tahapan pengumpulan data, analisis data, dengan

gabungan metode secara sekuensial, yaitu metode kuantitatif dan kualitatif atau sebaliknya.

Dua metode ini digunakan untuk menyimpulkan pertanyaan penelitian. Dalam penelitian ini, peneliti menggunakan jenis penelitian *quantitative* karena peneliti melakukan penelitian dengan menggunakan teknik kuesioner. Melalui kuesioner tersebut, informasi yang diperoleh oleh peneliti berupa data numerik dan peneliti akan melakukan analisis data numerik tersebut.

3.3 Populasi dan Sampel Penelitian

3.3.1 Populasi

Menurut Sugiyono (2019:126), populasi merupakan suatu wilayah yang tergeneralisasi dan terdiri dari subjek ataupun objek dengan karakteristik dan kuantitas/jumlah tertentu sesuai penetapan dari peneliti yang kemudian digunakan untuk dipelajari dan mengambil kesimpulan. Dalam penelitian ini, peneliti mengambil populasi untuk penelitian ini adalah karyawan Generasi Z dengan minimal masa kerja selama 1 tahun bekerja di *startup* daerah Tangerang dan Jakarta. Kriteria minimum 1 tahun bekerja ditetapkan oleh penulis karena dengan rentang waktu kerja karyawan minimal 1 tahun maka karyawan dianggap sudah mengenal perusahaan lebih jauh dan dapat memberikan informasi yang lebih akurat.

3.3.2 Sampel

Menurut Sugiyono (2019:126), sampel adalah sebuah bagian dari karakteristik maupun jumlah dari populasi yang ada. Sugiyono (2018) juga mengelompokkan teknik *sampling* menjadi dua jenis, yaitu:

1. *Probability Sampling*

Probability Sampling merupakan teknik pengambilan sampel yang memberi peluang atau kesempatan sama bagi setiap unsur atau anggota populasi untuk dipilih menjadi sampel. Dalam sampling ini, sampel diambil secara acak dan terdapat empat teknik yang dapat digunakan, meliputi:

a. *Simple Random Sampling*

Teknik *simple random sampling* ini dikatakan *simple* karena pengambilan anggota sampel dari populasi dilakukan secara acak tanpa memperhatikan strata yang ada dalam populasi itu. Cara ini dilakukan jika anggota populasi homogen.

b. *Proportionate Stratified Random Sampling*

Teknik ini digunakan apabila populasi memiliki anggota atau unsur yang tidak berstrata dan homogen serta jumlah untuk populasinya proporsional.

c. *Disproportionate Stratified Random Sampling*

Teknik ini digunakan untuk menentukan jumlah sampel apabila populasi berstrata tapi kurang proporsional.

d. *Cluster Sampling*

Teknik *sampling area* atau *cluster sampling* ini digunakan untuk penentuan akan sampel jika objek yang akan diteliti memiliki sumber data yang sangat luas seperti penduduk dari suatu kabupaten, provinsi atau negara. Untuk menentukan penduduk mana yang akan

dijadikan sumber data, maka pengambilan sampelnya berdasarkan darah populasi yang telah ditetapkan.

2. *Non Probability Sampling*

Non Probability Sampling merupakan teknik yang pengambilan sampelnya tidak memberikan peluang atau kesempatan yang sama terhadap setiap anggota atau unsur populasi agar dipilih oleh peneliti menjadi sampel. Terdapat enam teknik *non probability sampling*, yaitu:

a. *Systematic Sampling*

Teknik ini merupakan pengambilan sampel berdasarkan urutan dari anggota populasi yang telah diberikan nomor urut.

b. *Quota Sampling*

Teknik ini untuk menentukan sampel dari populasi yang mempunyai ciri-ciri tertentu hingga jumlah yang diinginkan.

e. *Incidental Sampling*

Teknik *incidental sampling* ini adalah teknik penentuan sampel berdasarkan kebetulan, yakni siapa saja yang secara kebetulan bertemu dengan peneliti dapat digunakan sebagai sampel jika dipandang orang tersebut dianggap cocok sebagai sumber data.

f. *Purposive Sampling*

Purposive sampling adalah teknik penentuan sampel dengan pertimbangan tertentu.

g. *Sensus Sampling*

Merupakan teknik penentuan sampel bila semua anggota populasi digunakan sebagai sampel. Hal ini sering dilakukan jika jumlah populasi relatif sedikit. Bisa juga penelitian ingin menuat generalisasi dengan kesalahan yang sangat kecil.

h. *Snowball Sampling*

Teknik snowball ini merupakan penentuan untuk sampel yang berawal dari jumlah kecil kemudian membesar. Dalam proses penentuan sampel, tahap pertama akan memilih satu ataupun dua orang, namun dikarenakan terdapat rasa dari dua orang tersebut daya yang didapatkan belum lengkap, maka peneliti akan mencari orang lain yang sekiranya dipandang lebih paham dan dapat melengkapi daya yang kurang.

Dalam penelitian ini, peneliti menggunakan teknik *non probability sampling* dengan jenis *purposive sampling*. Peneliti akan mengumpulkan sampel berdasarkan kriteria yang sudah ditetapkan sebelumnya. Kriteria atau karakteristik yang ditentukan oleh peneliti antara lain adalah karyawan Generasi Z yang bekerja di *startup* daerah Tangerang dan Jakarta dengan masa kerja minimal 1 tahun di perusahaan tempat saat ini bekerja. Kriteria usia pada sampel penelitian ini adalah rentang usia 21 hingga 27 tahun karena selain usia generasi Z yang pada saat ini adalah 12 hingga 27 tahun, dengan usia minimal 21 tahun, maka masyarakat sudah mulai memasuki era produktif bekerja dimana banyak mahasiswa yang baru saja lulus kuliah dan menjadi angkatan kerja baru serta setelahnya menjadi karyawan

produktif di dunia karir. Dengan kriteria tersebut, maka peneliti tidak akan memilih seluruh dari populasi untuk menjadi sampel pada penelitian ini.

3.3.3. Sampel Size

Menurut Hair et. Al., (2022), ukuran dari sampel akan lebih baik jika jumlahnya adalah 100 atau lebih dan jumlah dari sampel minimum adalah 5-10 kali dari jumlah item atau indikator penelitian. Maka, penelitian ini membutuhkan minimal sampel dengan jumlah $24 \times 5 = 120$ sampel, sehingga sampel yang digunakan yaitu 120 responden.

3.4 Metode Pengumpulan Data

Metode pengumpulan data adalah teknik atau cara-cara yang dapat digunakan oleh peneliti untuk mengumpulkan data (Ridwan, 2010:51). Satori dan Komariah (2011:103) juga berpendapat bahwa pengumpulan data dalam penelitian ilmiah adalah prosedur sistematis untuk memperoleh data yang diperlukan. Terdapat empat teknik pengumpulan data kualitatif, yaitu:

1. Observasi

Hadi dalam Sugiyono (2018:145) berpendapat bahwa observasi adalah suatu proses yang tersusun dan kompleks dari berbagai proses psikologis dan biologis. Observasi juga merupakan metode yang membuat peneliti akan mengamati secara langsung keadaan sumber data dari penelitian dan peneliti juga akan mengikuti, merasakan, dan mengamati sumber data tersebut sehingga data yang diperoleh lebih lengkap (Suryani et. Al., 2014).

2. Wawancara

Sugiyono (2018:137) mendefinisikan metode wawancara merupakan teknik untuk mengumpulkan data ketika ingin melakukan studi pendahuluan dengan tujuan menemukan masalah-masalah yang akan diteliti dan harus diteliti apabila peneliti ingin mendalami hal-hal dari para responden dengan skala responden yang lebih sedikit. Wawancara juga bersifat tidak terstruktur jadi bebas untuk peneliti dapat mendalami informasi (Sugiyono, 2018).

3. Studi Pustaka

Studi Pustaka adalah kajian teoritis dan referensi-referensi lainnya terkait budaya, nilai, dan norma yang berkembang dengan situasi social yang akan peneliti teliti. Proses pengambilan informasi adalah dengan mencari di buku-buku, jurnal-jurnal, ataupun media sosial sebagai *platform* memperoleh informasi (Sugiyono, 2018).

4. Dokumentasi

Dokumentasi dapat berupa gambar, tulisan, atau karya monumental lainnya yang menggambarkan catatan akan peristiwa yang sudah lalu dan metode dokumentasi ini adalah pelengkap untuk metode observasi dan wawancara (Sugiyono, 2018).

Sedangkan menurut Creswell (2014), terdapat dua teknik untuk pengumpulan data kuantitatif, yaitu:

1. Angket atau kuesioner

Angket atau kuesioner merupakan suatu teknik pengumpulan data dengan melibatkan adanya pertanyaan-pertanyaan sistematis yang disusun oleh peneliti dan sejumlah responden akan diminta untuk mengisi kuesioner atau angket tersebut dan jawaban dapat diukur berdasarkan opsi dari jawaban yang sudah ditentukan oleh peneliti. Kuesioner atau angket biasanya digunakan untuk penelitian kuantitatif yang sampel yang lebih besar dalam penelitiannya.

2. Observasi

Observasi merupakan pengamatan terstruktur dan sistematis terhadap variabel-variabel penelitian dengan melakukan pemeriksaan dan mencatat serta mengukur interaksi, perilaku, ataupun fenomena yang diamati agar mendapatkan data numerik untuk dianalisis melalui statistic.

Dalam penelitian ini, penulis menggunakan teknik pengumpulan data berupa penyebaran kuesioner sebagai data primer yang disebarkan kepada generasi Z yang bekerja di *startup* daerah Tangerang dan Jakarta. Sedangkan untuk data sekunder, peneliti memperoleh data melalui jurnal, buku, maupun artikel yang sesuai dengan variabel dan objek penelitian.

3.5 Operasionalisasi Variabel

Variable	Definition	Code	Items from Journal	Measurement	Sources
<i>Employee Brand Love</i>	Konsep <i>brand love</i> memperlihatkan bagaimana <i>branding</i> perusahaan akan mempengaruhi pandangan karyawan terhadap <i>brand</i> tersebut, kepuasan karyawan (<i>job satisfaction</i>) saat bekerja. dan memahami bagaimana memprediksi sikap dan perilaku karyawan yang lebih baik kedepannya	EBL1	My company is a wonderful brand.	Perusahaan saya adalah perusahaan dengan citra yang hebat	Mittal et. al. (2022)
		EBL2	My company brand makes me feel good.	Citra perusahaan saya membuat saya merasa nyaman.	
		EBL3	My company brand is totally awesome.	Perusahaan saya adalah perusahaan dengan citra yang sangat mengagumkan	
		EBL4	I have neutral feelings about my company brand.	Saya memiliki perasaan netral terhadap citra perusahaan saya.	

Variable	Definition	Code	Items from Journal	Measurement	Sources
	serta membuat strategi yang objektif untuk manajemen agar dapat mempertahankan ciri khas dan dari <i>brand</i> perusahaan (Mittal et, al., 2022).	EBL5	My company brand makes me very happy.	Citra perusahaan saya membuat saya sangat bahagia.	
		EBL6	I love my company's brand	Saya menyukai citra perusahaan saya	
		EBL7	I have no particular feelings about my company's brand.	Saya tidak mempunyai perasaan khusus terhadap citra dari perusahaan saya.	
		EBL8	My company's brand is a pure delight.	Citra perusahaan saya sungguh menyenangkan.	

Variable	Definition	Code	Items from Journal	Measurement	Sources
		EBL9	I am passionate about my company's brand.	Saya merasa bersemangat dengan citra perusahaan saya.	
		EBL10	I'm very attached to my company's brand.	Saya sangat terikat dengan citra perusahaan saya.	
<i>Turnover Intention</i>	<i>Turnover intention</i> merupakan keinginan dari dalam diri individu atau karyawan untuk meninggalkan perusahaannya atau	TO1	I will be with my current company five years from now.	Saya masih akan bekerja di perusahaan saya saat ini selama lima tahun kedepan.	Mittal et. al. (2022)
		TO2	Consideration of leaving the job	Saya mempertimbangkan untuk	Chiu et. al. 2020

Variable	Definition	Code	Items from Journal	Measurement	Sources
	organisasi Chiu et. Al. (2020).			meninggalkan pekerjaan	Mittal et. al. (2022) Chiu et. al. 2020
		TO3	I will probably look for a job at a different company in the next year.	Saya mungkin akan mencari pekerjaan di perusahaan lain pada tahun depan.	
		TO4	Likely to accept another job with the same compensation level	Saya berkemungkinan menerima pekerjaan lain dengan tingkat kompensasi yang sama	
<i>Positive Word of Mouth</i>	Menurut Keeltn et. Al (2013) dalam Mittal et. Al. (2022), <i>Positive word of</i>	PWOM1	I have recommended my company as an	Saya telah merekomendasikan perusahaan saya sebagai anggota	Mittal et. al. (2022)

Variable	Definition	Code	Items from Journal	Measurement	Sources
	<i>mouth</i> adalah proses karyawan untuk mengkomunikasikan informasi positif dan pendapat mereka mengenai suatu organisasi secara eksternal maupun internal.		employer to lots of people.	perusahaan kepada banyak orang.	
		PWOM2	I 'talk up' about my company's brand to my friends.	Saya 'memuji' perusahaan saya kepada teman-teman saya.	
		PWOM3	I try to spread the good-word about my company's brand.	Saya mencoba menyebarkan cerita baik tentang perusahaan saya kepada sekitar	
		PWOM4	I give my company's brand tons of positive word-of-	Saya mempromosikan perusahaan saya kepada orang-orang disekitar saya	

Variable	Definition	Code	Items from Journal	Measurement	Sources
			mouth advertising.		
<i>Affective Commitment</i>	Perry (2004) dalam Mittal et. Al. (2022) juga berpendapat bahwa <i>affective commitment</i> menekankan pada ikatan individu yaitu karyawan dengan organisasi atau perusahaan yang mencerminkan adanya karakteristik seperti rasa menerima terhadap tujuan perusahaan, nilai perusahaan,	AC1	I would be very happy to spend the rest of my career in my current organization.	Saya akan sangat senang menghabiskan sisa karir saya di perusahaan saya saat ini.	Mittal et. al. (2022)
		AC2	I really feel as if this organization's problems are my own.	Saya merasa persoalan perusahaan adalah persoalan saya juga	
		AC3	I don't feel like "part of the family" at my organization.	Saya tidak merasa seperti "bagian dari keluarga" di perusahaan saya.	

Variable	Definition	Code	Items from Journal	Measurement	Sources
	dan keinginan kuat terikat dengan perusahaan.	AC4	I do not feel 'emotionally attached' to this organization.	Saya tidak merasa 'terikat secara emosional' dengan perusahaan ini.	
		AC5	This organization has a great deal of personal meaning for me.	Perusahaan ini mempunyai arti yang besar bagi pribadi saya.	
		AC6	I don't feel a strong sense of belonging to my organization.	Saya tidak merasakan rasa memiliki yang kuat terhadap perusahaan ini.	

Tabel 3. 1 Operasional Variabel

Sumber : Data Peneliti

3.6 Tipe Variabel

3.6.1 Variabel Eksogen

Sebagaimana dinyatakan oleh Hair et al. (2019), variabel eksogen adalah variabel yang dipengaruhi oleh variabel di luar model penelitian dan tidak dapat dijelaskan oleh variabel lain yang ada dalam model. Variabel independen adalah istilah lain untuk variabel eksogen. Variabel eksogen tidak dihubungkan dengan variabel lainnya dalam representasi visual. *Leader Member Exchange* adalah variabel eksogen dalam penelitian ini. Jadi, *Employee Brand Love* adalah variabel eksogen dari penelitian ini.

3.6.2 Variabel Endogen

Menurut Hair et al. (2019), variabel yang secara teoritis ditentukan oleh komponen yang termasuk dalam model penelitian disebut variabel endogen. Variabel dependen adalah istilah lain untuk variabel endogen. Variabel endogen ditandai dalam visualisasi dengan panah yang menghubungkannya dengan variabel eksogen, yang menghasilkan lingkaran variabel endogen. Jadi, *Positive Word of Mouth* dan *Turnover Intention* adalah variabel endogen dalam penelitian ini.

3.6.3 Variabel *Intervening*

Hair et. Al. (2017) menjelaskan bahwa variabel *intervening* merupakan rangkaian dua atau lebih efek langsung (jalur gabungan) yang diwakili secara visual oleh beberapa panah disebut efek mediasi. Ini berbeda dengan efek langsung, yang merupakan hubungan yang menghubungkan dua konstruksi dengan satu panah.

Menurut Sugiyono (2018) terdapat tiga model dari analisis yang melibatkan variabel *intervening* atau mendiasi, yaitu:

1. *Full* mendiasi dimana secara signifikan variabel independen tidak mempengaruhi variabel dependen tanpa adanya peran mendiasi atau tanpa melalui variabel mediator.
2. *Partial* mendiasi dimana dengan adanya variabel mediator, maka secara langsung maupun tidak langsung variabel independen mempengaruhi variabel dependen.
3. *Unmediated* dimana tidak adanya keterlibatan variabel mediasi baik yang dimana variabel independen mampu mempengaruhi variabel dependen.

Dalam penelitian ini, variabel *intervening* yang digunakan penulis adalah *Affective Commitment* dengan hasil bahwa variabel tersebut berperan sebagai *partial mediation*.

3.7 Teknik Analisis Data

Analisis data merupakan aplikasi yang digunakan untuk proses penalaran data yang sudah dikumpulkan oleh peneliti agar dapat dipahami (Zikmund et al., 2013). Dalam penelitian yang dilakukan oleh penulis, adapun software yang digunakan yaitu SPSS (*Statistical Package for the Social Science*) versi 29 untuk melakukan pengolahan data pre-test dan SMART PLS (*Partial Least Squares*) untuk mengolah data utama.

3.7.1 Uji Validitas

Uji validitas merupakan proses pengujian untuk membuktikan apakah kuesioner yang digunakan dan disebar oleh peneliti valid atau tidak (Ghozali, 2018). Jika kuesioner dinyatakan valid maka pertanyaan-pertanyaan dalam kuesioner tersebut dianggap mampu untuk menjelaskan fenomena atau sesuatu yang akan diukur oleh peneliti dalam kuesioner tersebut. Terdapat empat alat dalam proses pengujian dari tingkat korelasi dari masing-masing variabel, yaitu:

1. *Kaiser Meyer Olkin (KMO)*

Nilai dari KMO adalah harus lebih dari atau sama dengan (\geq) 0.5, agar dapat digunakan pada tahap-tahap selanjutnya (Ghozali, 2018).

2. *Bartlett's Test of Sphericity*

Nilai dari significant akan dikatakan valid jika antar variabel mempunyai nilai korelasi lebih dari atau sama dengan ($<$) 0.5 (Hair et. Al., 2019)

3. *Measure of Sampling Adequacy (MSA)*

Nilai dari MSA adalah harus lebih dari atau sama dengan (\geq) 0.5 agar dapat mengetahui nilai masing-masing setiap variabel dari yang terkecil hingga terbesar (Hair et. Al, 2019)

4. *Factor Loading*

Nilai dari Factor Loading harus lebih dari atau sama dengan (\geq) 0.5 dan idealnya adalah lebih dari atau sama dengan (\geq) 0.7 (Hair et. Al., 2019).

3.7.2 Uji Reliabilitas

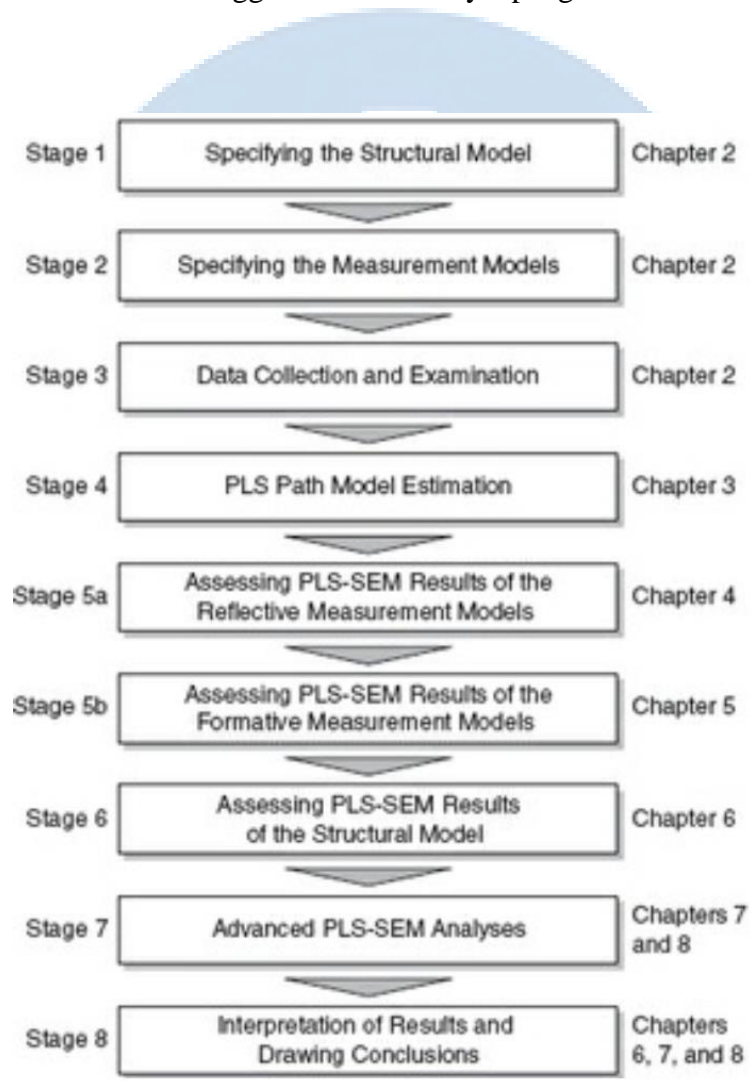
Uji reliabilitas merupakan sebuah alat untuk mengukur tingkat reliabel dari suatu kuesioner atau angket yang memiliki indikator-indikator. Kuesioner dapat dikatakan reliabel ketika pertanyaan yang dijawab oleh responden memiliki jawaban yang stabil, konsisten dan di isi dalam waktu yang berkala. Alat yang menghasilkan pengukuran reliabilitas kuesioner adalah *Cronbach Alpha* (α) dengan syarat bahwa nilai dari Cronbach Alpha harus lebih dari atau sama dengan (\geq) 0.7 (Ghozali, 2018).

3.8 Analisis Data Penelitian

Dalam proses analisis data penelitian, penulis menggunakan sebuah metode struktural yang disebut SEM (*Structural Equation Model*) yang merupakan sebuah teknik untuk mengefisiensi dalam proses analisis data sehingga memungkinkan penulis untuk melakukan uji terhadap hubungan timbal balik beberapa variabel yang teridentifikasi dalam persamaan dari regresi linear (Hair et. Al., 2017). SEM menjadi salah satu teknik yang dapat mengukur kinerja dari setiap dimensi dan melakukan penilaian terhadap sejauh mana variabel-variabel yang diteliti dan dipelajari dapat berfungsi dengan baik saat digabungkan dalam model yang terintegrasi.

Terdapat dua model dari SEM yaitu *Covariance Based SEM* (CB-SEM) dan *Partial Least Square SEM* (PLS-SEM). CB-SEM yang bersifat kovarians digunakan untuk menguji berupa konfirmasi atau menolak teori atau riset sedangkan PLS-SEM yang bersifat varians digunakan untuk eksplorasi dan

pengembangan teori atau riset (Hair et. Al., 2017). Pada penelitian ini menggunakan model PLS-SEM untuk menggambarkan adanya pengaruh antar variabel yang diteliti.



Gambar 3. 1 Stage PLS-SEM

Sumber: Hair et. Al., 2017

Menurut Hair et. Al. (2017), terdapat 8 (delapan) stage atau Langkah dalam proses pengujian atau analisis PLS-SEM, yaitu:

1. Stage 1 – *Specifying the Structural Model*

Untuk memulai analisis PLS-SEM, langkah pertama adalah membuat diagram. Ini disebut model jalur atau path model, dan digunakan untuk menggambarkan hipotesis penelitian dan menunjukkan bagaimana setiap variabel yang diteliti berhubungan satu sama lain.

2. Stage 2 – *Specifying the Measurement Model*

Setelah mengidentifikasi hubungan antara setiap variabel menggunakan teori pengukuran, tahap kedua analisis PLS-SEM adalah menggambarkan hubungan tersebut menggunakan model pengukuran. Teori pengukuran sangat penting untuk menghasilkan data yang valid. Jika hipotesis yang diuji menunjukkan bahwa ada hubungan struktural antara variabel-variabel, maka metode pengukuran variabel-variabel harus dijelaskan agar data yang digunakan valid.

3. Stage 3 – *Collectiong and Examining Data*

Pada *stage* ini, peneliti mengidentifikasi kesalahan (*error*) dalam data dan menjalankan uji validitas dan reliabilitas untuk memastikan bahwa data tersebut valid dan dapat diandalkan (*reliable*).

4. Stage 4 – *PLS Path Model Estimation*

Dalam tahap ini, peneliti dapat menghitung koefisien jalur dengan memahami cara algoritma PLS-SEM bekerja.

5. Stage 5 – *Evaluation of the Measurement Models*

Pada tahapan ke 5 (lima), terdapat pembagian tahapan yang dibagi menjadi 2 (dua) tahapan yaitu *Reflective* dan *Formative Measurement Model*. Kedua model akan dijabarkan pada tabel berikut:

Evaluation	Measurement	Paramter	Characteristic
Reflective measurement Model	<i>Internal Consistency Reliability</i>	<i>Cronbach's Alpha</i>	<i>Cronbach's Alpha ≥ 0.7</i>
		<i>Composite Reliability</i>	<i>Composite Reliability ≥ 0.7, exploratory research 0.6–0.7 dianggap wajar</i>
		<i>rho_A</i>	<i>rho_A > 0.7</i>
	<i>Convergent Validity</i>	AVE	<i>Average Variance Extracted (AVE) ≥ 0.5</i>
	<i>Indicator Loading</i>	<i>Outer Loadings</i>	<i>Outer Loading ≥ 0.7</i>
	<i>Discriminant Validity</i>	<i>Cross-Loadings</i>	<i>Indicator cross loading $>$ other construct cross loading value</i>
	<i>Discriminant Validity of Collinearity of Indicators</i>	<i>Fornell-Lacker Criterion</i>	<i>Indicator square root of AVE $>$ other construct square root of AVE</i>
		VIF	<i>Variance Inflation Factor (VIF) > 0.2 but < 5</i>

Evaluation	Measurement	Paramter	Characteristic
Formative Measurement Model	<i>Convergent Validity</i>	AVE	<i>Average Variance Extracted (AVE)</i> ≥0.5
	<i>Indicator Loading</i>	<i>Outer Loading</i>	<i>Outer Loading</i> ≥0.7

Tabel 3. 2 Evaluation of the Measurement Models

Sumber : Hair et. Al., 2017

6. Stage 6 – *Assesing PLS-SEM Result of the Structural Model*

Analisis dan evaluasi hasil model structural atau juga dikenal sebagai model structural adalah tahap keenam dari analisis PLS-SEM. Ini melibatkan mengevaluasi kemampuan model untuk membuat prediksi dan menjelaskan hubungan antar variabelnya. Adapun detail dari tahapan ini adalah sebagai berikut:

Measurement	Characteristic
<i>Coefficient of determination (R²value)</i>	R ² adalah ukuran kekuatan prediksi sampel. Nilai R ² yang lebih besar sebanding dengan akurasi prediksinya. Nilai R ² = 0.75 merupakan model kuat, Nilai R ² = 0.50 merupakan model sedang, Nilai R ² = 0.25 merupakan model lemah
Effect Size of F²	Ketika ada variabel tertentu yang dihilangkan dari model penelitian, ukuran ini digunakan. Ini dilakukan agar f2 dapat mengetahui apakah

Measurement	Characteristic
	<p>variabel yang dihilangkan memiliki dampak substantif pada variabel dependen.</p> <p>Nilai $F^2 = 0.25$ merupakan model kuat, Nilai $F^2 = 0.15$ merupakan model sedang, Nilai $F^2 = 0.02$ merupakan model lemah,</p>
Predictive Relevance (Q^2)	<p>Nilai Q^2 menunjukkan kekuatan prediktif model dan relevansinya di luar sampel.</p> <p>Jika nilai $Q^2 > 0$, maka ada korelasi prediksi antara struktur eksogen dan endogen.</p> <p>Jika nilai $Q^2 < 0$, maka tidak ada korelasi prediksi antara struktur eksogen dan endogen.</p>
Effect Size of Relevance (Q^2)	<p>Untuk menunjukkan seberapa baik model penelitian dapat memprediksi nilai awal, ukuran efek q^2 diperoleh dari proses blindfolding.</p>

Tabel 3. 3 Assesing PLS-SEM Result of the Structural Model

Sumber : Hair et. Al, 2017

7. Stage 7 – *Advanced PLS-SEM Analysis*

Tahap ketujuh dari analisis PLS-SEM adalah menganalisis data secara menyeluruh dan mengujinya dengan software yang digunakan.

8. Stage 8 – *Interpretation of Result and Drawing Conclusion*

Pada tahap ini, peneliti menginterpretasikan hasil analisis PLS-SEM dan menarik kesimpulan.

Dalam proses analisis data penelitian, terdapat beberapa indicator yang perlu di *reverse* atau transformasi data yang bertujuan untuk mengubah skala dari data asli menjadi bentuk lain atau sebaliknya sehingga memenuhi asumsi-asumsi yang

mendasari analisis ragam (Statistikian, 2013). Adapun terdapat variabel-variabel yang dilakukan transformasi data yaitu *Employee Brand Love* pada indikator EBL7, *Affective Commitment* pada indikator AC3, AC4, dan AC6, serta *Turnover Intention* pada indikator TO1, TO2, TO3, dan TO4.

3.9 Analisis Hipotesis

3.9.1 T-Values

Hipotesis penelitian dan bagaimana variabel independen mempengaruhi variabel dependen diuji dengan uji T. Uji T terbagi menjadi dua kategori: *One-Tailed* dengan syarat minimal atau $\geq 1,64$ dan *Two-Tailed* dengan syarat minimal atau $\geq 1,96$.

3.9.2 P-Values

Nilai P digunakan untuk menentukan signifikansi hubungan antar variabel penelitian. Nilai P harus kurang dari 0,05 untuk menunjukkan hubungan signifikan pada tingkat 5%.

