

BAB III

METODOLOGI PENELITIAN

3.1 Gambaran Umum Objek Penelitian

Objek penelitian ini adalah Generasi Z yang telah memiliki pengalaman kerja minimal dua tahun di wilayah Jakarta, atau mereka yang berstatus sebagai pekerja tetap dalam industri perhotelan. Pemilihan kelompok ini didasarkan pada temuan literatur yang menunjukkan dominasi Generasi Z dalam dunia kerja saat ini. Kriteria pemilihan ini bertujuan untuk mendapatkan data yang lebih relevan dengan dinamika dunia kerja kontemporer.

3.1.1 Generasi Z

Menurut Kamus Besar Bahasa Indonesia (KBBI), generasi adalah kumpulan individu yang memiliki waktu hidup yang sama (kbbi.kemdikbud.go.id). Indonesia memiliki 6 generasi yang dikelompokkan oleh Badan Pusat Statistik (BPS), yaitu Post Generasi Z (Post Gen Z), Generasi Z (Gen Z), Millennial, Generasi X (Gen X), Baby Boomer, dan Pre-Boomer.

Tabel 3. 1 Kelompok Generasi Menurut Umur

Tahun Kelahiran	Generasi
< 1945	Pre Bomber
1946-1964	Baby Boomer
1965-1980	Generasi X
1981-1996	Generasi Milenial
1997- 2012	Generasi Z

3.1.2 Industri Perhotelan

Industri perhotelan saat ini terus berkembang, menuntut penciptaan suasana yang nyaman dan beragam penawaran untuk menarik pelanggan. (Opit, 2023) Salah satu sektor dari industri pariwisata adalah sektor perhotelan. Hotel adalah bisnis penyedia akomodasi yang dilengkapi berbagai fasilitas untuk memenuhi kebutuhan dan kepuasan tamu. (Rusdiana, 2022). Prianka (2023) dalam bukunya yang berjudul “*Pengantar Bisnis Pariwisata: Perhotelan, Food and Beverage Service, dan Pengembangan Destinasi Wisata*” membagi departemen dalam industri perhotelan menjadi 10 yaitu:

- A. *Front Office*
- B. *Housekeeping*
- C. *Food and Beverage Service*
- D. *Food Production*
- E. *Marketing*
- F. *Accounting*
- G. *Purchasing*
- H. *Engineering*
- I. *Security*
- J. *Personeel*

3.2 Desain Penelitian

Penelitian merupakan istilah yang mungkin terasa mengintimidasi bagi sebagian orang, pada dasarnya hanya langkah sederhana untuk menemukan sebuah jalan keluar / solusi terhadap suatu masalah setelah dilakukan studi serta analisis yang terarah dan sistematis terhadap materi dan sumber (Sekaran, 2019: 1) Sedangkan, menurut Sekaran, dkk., Desain Penelitian ialah kerangka kerja

sistematis untuk mengumpulkan, mengukur, serta menginterpretasi data guna menjawab pertanyaan penelitian secara empiris. (Sekaran, dkk, 2019:103)

3.2.1 Metode Penelitian

Creswell (2014) di dalam bukunya menjelaskan bahwa terdapat tiga jenis pendekatan dalam melakukan penelitian, yaitu:

A. Kuantitatif

Creswell (2014) memandang penelitian kuantitatif sebagai suatu pendekatan yang menekankan pada pengukuran variabel-variabel dan pengujian hipotesis. Tujuan utama dari metode penelitian ini adalah untuk menjelaskan fenomena, menggeneralisasi temuan, dan mencari hubungan sebab-akibat.

B. Kualitatif

Penelitian kualitatif lebih fokus pada pemahaman mendalam terhadap makna dan pengalaman individu. Tujuan utama penelitian kualitatif adalah untuk mendeskripsikan, mengeksplorasi, dan memahami fenomena sosial atau manusia. (Creswell, 2014)

C. Mix-Method

Metode Campuran (*Mixed Methods*) adalah pendekatan penelitian yang menggabungkan kekuatan dari kedua dunia, yaitu metode kualitatif dan kuantitatif. Dalam metode ini, data dikumpulkan baik melalui analisis statistik yang khas dalam metode kuantitatif, maupun melalui proses pengumpulan data yang mendalam seperti yang dilakukan dalam metode kualitatif.

3.2.2 Jenis Desain Penelitian

Menurut Malhotra (2019:93), terdapat 2 jenis desain penelitian yaitu:

A. Exploratory

Malhotra (2019:92) menyatakan bahwa *exploratory research* merupakan sebuah rancangan penelitian yang bertujuan untuk memperoleh pemahaman mendalam tentang situasi permasalahan peneliti. Penelitian ini cenderung bersifat fleksibel dan mendalam suatu masalah yang sulit diukur.

B. Conclusive

Malhotra (2019:93) menyatakan bahwa *conclusive research* merupakan penelitian sistematis untuk membantu pengambil keputusan menimbang berbagai alternatif dan memilih opsi yang paling sesuai dengan tujuan yang ingin dicapai. Penelitian ini cenderung mengukur suatu fenomena yang dapat didefinisikan secara tepat. *Conclusive research* dibagi menjadi 2, yaitu:

1. Descriptive Research

Penelitian Deskriptif ialah tipe penelitian yang bertujuan untuk memberikan gambaran yang akurat mengenai suatu fenomena, khususnya karakteristik atau dinamika pasar.

2. Causal Research

Penelitian Kausal adalah jenis penelitian yang bertujuan untuk menemukan hubungan sebab akibat antara dua variabel atau lebih.

Penelitian ini bertujuan untuk menguji dan mendeskripsikan secara mendalam suatu fenomena dengan menggunakan metode penelitian **Kuantitatif**, dengan jenis penelitian ***Conclusive: Descriptive Research***. Data penelitian diperoleh dari hasil pengisian kuesioner oleh responden yang telah dipilih. Kuesioner yang digunakan mengadopsi

skala likert 5-point untuk mengukur seberapa setuju responden dengan pernyataan yang diberikan.

3.2.3 Data Penelitian

Dalam melakukan penelitian, seorang peneliti perlu mengumpulkan berbagai jenis data. Sumber data penelitian dibagi menjadi dua kategori utama (Malhotra (2017;92)), yaitu:

A. *Primary Data*

Primary data adalah hasil pengumpulan data yang diperoleh langsung dari sumber aslinya, seperti responden atau sampel penelitian. Data primer ini dapat dikumpulkan melalui berbagai metode, mulai dari wawancara mendalam, survei menggunakan kuesioner, observasi langsung, hingga eksperimen.

B. *Secondary Data*

Secondary data adalah data yang diperoleh dari sumber yang telah ada sebelumnya, atau dengan kata lain, bukan data yang dikumpulkan secara langsung oleh peneliti. Data sekunder ini dapat berupa informasi yang diambil dari publikasi ilmiah seperti jurnal, buku, laporan penelitian sebelumnya, data pemerintah, atau basis data online.

Dalam penelitian ini, data dikumpulkan dengan 2 sumber daya yaitu **data primer** dan **data sekunder**. Data primer diperoleh secara langsung melalui penyebaran kuesioner daring menggunakan Google Form. Selain itu, peneliti juga mengumpulkan data sekunder berupa jurnal, artikel, dan berita yang mendukung temuan dari data primer serta memberikan pemahaman yang lebih komprehensif tentang fenomena yang diteliti.

3.3 Populasi dan Sampel Penelitian

3.3.1 Populasi

Populasi adalah kumpulan elemen yang memiliki karakteristik yang sama dan relevan dengan tujuan penelitian. (Sekaran, dkk., 2019:221)

3.3.2 Sampling Frame

Sample merupakan bagian dari populasi yang dipilih secara representatif untuk mewakili karakteristik keseluruhan populasi. (Sekaran, dkk., 2019:222) Sedangkan unit sampel merupakan individu, kelompok, atau hal yang menjadi bahan penelitian dan dipilih dari populasi. (Sekaran, dkk., 2019:223) Maka, yang disebut sebagai *sampling frame* adalah daftar lengkap dari semua anggota populasi yang bisa dipilih untuk menjadi sampel. (Sekaran, dkk., 2019:225) Untuk memastikan hasil penelitian kami akurat dan relevan, peneliti hanya melibatkan peserta yang memiliki karakteristik tertentu. Peneliti telah menetapkan kriteria yang jelas untuk memilih peserta, dan semua peserta yang terlibat dalam penelitian ini memenuhi kriteria tersebut. *Sampling frame* yang peneliti gunakan yaitu:

- A. Karyawan merupakan Generasi Z (kelahiran 1997 - 2012)
- B. Karyawan bekerja di daerah Jakarta dalam industri perhotelan
- C. Karyawan merupakan karyawan tetap atau karyawan kontrak yang telah bekerja minimal 2 tahun

3.3.3 Sampling Technique

Sampling technique adalah proses memilih sebagian anggota dari suatu kelompok dengan tujuan untuk membuat generalisasi tentang

seluruh kelompok tersebut, sehingga kita dapat memperoleh informasi yang relevan dengan lebih efisien. (Sekaran, dkk, 2019:225)

A. *Probability Sampling*

Probability sampling, merupakan teknik *sampling* secara acak dari suatu populasi, dimana ketika sampel semakin banyak maka semakin akurat penelitian yang dilakukan. *Probability sampling* memungkinkan peneliti untuk menggeneralisasi tentang populasi yang lebih besar. (Mark, 2023: 297) Mark membagi *probability sampling* menjadi 4 jenis yaitu: 1) *Simple Random Sampling*, 2) *Systematic Random Sampling*, 3) *Stratified Random Sampling*, dan 4) *Cluster Sampling*.

B. *Non-Probability Sampling*

Non-Probability Sampling adalah metode pemilihan sampel dimana probabilitas setiap individu dalam populasi yang dipilih tidak diketahui, yang berarti sampel bukan merupakan pemilihan acak, dan temuan tidak dapat secara yakin digeneralisasi ke seluruh populasi. (Sekaran, dkk., 2019: 232). Sekaran membagi teknik ini menjadi 3 yaitu:

1. *Convenience Sampling*

Convenience sampling adalah metode pengumpulan data di mana informasi dikumpulkan dari individu-individu yang mudah diakses. Meskipun mudah dan murah, hasil penelitian yang diperoleh mungkin tidak mewakili seluruh populasi. Metode ini sering digunakan untuk mendapatkan informasi awal dengan cepat.

2. *Judgement Sampling*

Judgment sampling adalah metode pemilihan subjek yang dianggap paling kompeten atau berpengalaman untuk

memberikan informasi yang dibutuhkan. Metode ini digunakan ketika informasi yang dicari hanya dimiliki oleh sekelompok kecil orang yang memiliki pengetahuan khusus atau pengalaman langsung.

3. *Quota Sampling*

Quota sampling adalah metode pengumpulan data di mana kuota ditetapkan untuk memastikan bahwa kelompok-kelompok tertentu dalam populasi terwakili secara proporsional. Meskipun metode ini dapat memberikan gambaran tentang kelompok-kelompok tertentu, hasilnya tidak dapat diwakili untuk seluruh populasi.

Malhotra, 2017: 365 menambahkan satu teknik lain, selain yang telah disebutkan Sekaran, yaitu teknik *snowball*. Menurutnya Teknik *Snowball* merupakan teknik pengambilan sampel non probabilitas dimana sekelompok responden awal dipilih secara acak.

Dalam penelitian ini, teknik pengambilan sampel yang digunakan adalah *judgemental sampling*, salah satu jenis *non-probabilitas sampling*. Peneliti secara sengaja memilih partisipan yang memenuhi kriteria khusus yang telah ditentukan sebelumnya, dengan pertimbangan bahwa partisipan tersebut dianggap mampu mewakili karakteristik populasi yang ingin diteliti.

3.3.4 **Sampling Size**

Dalam penelitian, ukuran sampel merujuk pada banyaknya elemen yang dipilih dari populasi untuk dijadikan objek penelitian. Malhotra (2017) menekankan bahwa penentuan ukuran sampel ini memerlukan pertimbangan yang cermat, baik dari segi kualitas maupun

kuantitas data yang ingin diperoleh. Berdasarkan Hair, dkk. (2019), jumlah sampel yang memadai dalam penelitian ini adalah **120 responden**. Jumlah ini didapatkan dengan mengalikan jumlah indikator (24) dengan faktor pengali 5, sesuai dengan metode yang diusulkan.

3.4 Teknik Pengumpulan Data

3.4.1 Sumber dan Cara Pengumpulan Data

Penelitian ini menggunakan 2 teknik pengumpulan data, yaitu *primary data* yang didapat dari penyebaran kuesioner, dan *secondary data* yang peneliti ambil dari jurnal, artikel, berita, buku dan berbagai fenomena yang didapat melalui internet.

3.4.2 Metode Pengumpulan Data

Penelitian ini menggunakan kuesioner online melalui Google Form untuk mengumpulkan data. Kuesioner yang disebarakan berisikan pernyataan - pernyataan mengenai masing-masing variabel (*Training Satisfaction*, *Pay Satisfaction*, *Work Engagement*, dan *Turnover Intention*, dengan skala pengukuran likert 1 (Sangat Tidak Setuju) - 5 (Sangat Setuju). Penyebaran kuesioner melalui berbagai platform media sosial, mulai dari Instagram, TikTok, hingga LinkedIn.

3.5 Definisi Operasionalisasi Variabel

Operasionalisasi adalah pengurangan bentuk abstrak menjadi konsep yang dapat diukur secara nyata. (Sekaran, dkk., 2019:192). Penelitian ini melakukan pengujian pada 4 variabel, yang terdiri dari 2 variabel independen (*Training Satisfaction* dan *Pay Satisfaction*), 1 variabel mediasi (*Work Engagement*), dan 1 variabel dependen (*Turnover Intention*).

A. Variabel Independen

Variabel independen adalah variabel yang dikontrol dan diubah oleh peneliti untuk mengamati pengaruhnya terhadap variabel dependen. Mark, Dalam penelitian ini variabel *Training Satisfaction* dan *pay Satisfaction* menjadi variabel independen.

B. Variabel Dependen

Variabel dependen adalah variabel yang nilainya tergantung pada perubahan nilai variabel independen. Mark Dalam penelitian ini variabel *Turnover Intention* menjadi variabel dependen.

C. Variabel Mediasi

Variabel yang mengubah hubungan antara variabel independen dan dependen. Mark Dalam penelitian ini variabel *Work Engagement* menjadi variabel mediasi.

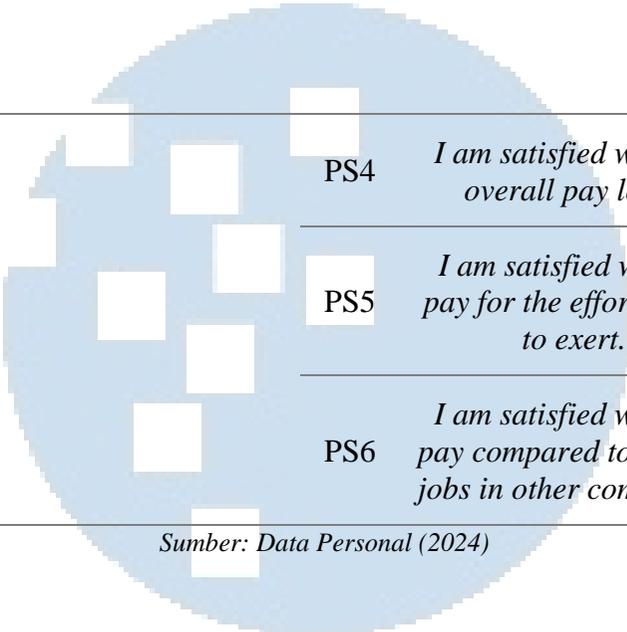


Tabel 3. 2 Tabel Operasionalisasi

Table	Definition	Code	Items from Journal	Measurement	Sources
Work Engagement	Work Engagement adalah sikap positif terhadap pekerjaan seseorang yang dicirikan oleh energi tinggi saat bekerja, rasa antusias, rasa bangga terhadap pekerjaannya, dan fokus untuk menikmati pekerjaannya (Syafitri & Iryanti, 2022)	WE1	<i>When I get up in the morning, I feel like going to work.</i>	Ketika saya bangun pagi, saya merasa ingin pergi bekerja.	Memon et al. (2020)
		WE2	<i>At my work, I feel bursting with energy.</i>	Di tempat kerja saya, saya merasa penuh dengan energi.	
		WE3	<i>At my job, I feel strong and vigorous.</i>	Di pekerjaan saya, saya merasa kuat dan bersemangat.	
		WE4	<i>My job inspires me.</i>	Pekerjaan saya menginspirasi saya.	
		WE5	<i>I am enthusiastic about my job</i>	Saya antusias dengan pekerjaan saya.	
		WE6	<i>I am proud of the work that I do</i>	Saya bangga dengan pekerjaan yang saya lakukan.	
		WE7	<i>I get carried away when I am working</i>	Saya terbawa suasana ketika sedang bekerja.	
		WE8	<i>I am immersed in my work.</i>	Saya tenggelam dalam pekerjaan saya.	
		WE9	<i>I feel happy when I am working intensely.</i>	Saya merasa senang ketika bekerja dengan intens.	

<i>Turnover Intention</i>	<i>Turnover Intention</i> merupakan kesadaran atau pemikiran karyawan untuk meninggalkan pekerjaannya. (Jeongdoo dan Hyounae., 2020)	TI1	<i>I am seriously considering leaving my current job to work at another company.</i>	Saya tidak akan meninggalkan pekerjaan saya saat ini dan mencari pekerjaan baru di perusahaan lain.	Memon et al. (2020)
		TI2	<i>I sometimes feel compelled to quit my job in my current workplace.</i>	Saya sangat menikmati pekerjaan saya saat ini dan tidak ingin berhenti.	
		TI3	<i>I will probably look for a new job in the next year.</i>	Saya yakin akan tetap bekerja di perusahaan ini dalam setahun mendatang.	
		TI4	<i>Within the next 6 months, I would rate the likelihood of leaving my present job as high.</i>	Saya berencana untuk terus bekerja di perusahaan ini dalam jangka waktu yang lama.	
		TI5	<i>I will quit this company if the given condition gets even a little worse than now.</i>	Saya akan bertahan di perusahaan ini selama kondisi kerja terus membaik atau setidaknya tetap seperti sekarang.	
<i>Training Satisfaction</i>	<i>Training Satisfaction</i> sebagai perasaan senang terhadap program pelatihan yang dilakukan oleh perusahaan sehingga karyawan dapat	TS1	<i>Overall, the on-the-job Training I receive is applicable to my job.</i>	Secara keseluruhan, on the job Training yang saya terima dapat	Memon et al. (2020)

	<i>mencapai tujuan yang telah ditetapkan oleh perusahaan. Latif (2012) dalam (Prilyana & Aseanty, 2020)</i>			diterapkan dalam pekerjaan saya.	
		TS2	<i>Overall, the Training I receive on the job meets my needs</i>	Secara keseluruhan, pelatihan yang saya terima di tempat kerja memenuhi kebutuhan saya.	
		TS3	<i>Overall, I am satisfied with the amount of Training I receive on the job.</i>	Secara keseluruhan, saya puas dengan jumlah pelatihan yang saya terima di tempat kerja.	
		TS4	<i>I am generally able to use what I learn on the job.</i>	Secara umum saya dapat menggunakan apa yang saya pelajari di tempat kerja.	
		PS1	<i>I am satisfied with my current pay.</i>	Saya puas dengan gaji saya saat ini.	
		PS2	<i>I am satisfied with how my increments are determined.</i>	Saya puas dengan cara penentuan kenaikan gaji saya.	
Pay Satisfaction	Kepuasan gaji merupakan keadaan ketika seseorang akan terpuaskan dengan gajinya ketika persepsi terhadap gaji dan apa yang mereka peroleh sesuai dengan yang diharapkan. (Rahertha, 2020)	PS3	<i>I am satisfied with the differences in pay levels among jobs in the company.</i>	Saya puas dengan perbedaan tingkat gaji antar pekerjaan di perusahaan ini.	Memon et al. (2020)



PS4

I am satisfied with my overall pay level.

Saya puas dengan tingkat gaji saya secara keseluruhan.

PS5

I am satisfied with my pay for the effort I have to exert.

Saya puas dengan gaji saya dibandingkan dengan usaha yang harus saya lakukan.

PS6

I am satisfied with my pay compared to similar jobs in other companies.

Saya puas dengan gaji saya dibandingkan dengan pekerjaan sejenis di perusahaan lain.

Sumber: Data Personal (2024)

UMN

UNIVERSITAS

MULTIMEDIA

NUSANTARA

3.6 Teknik Analisis Data

3.6.1 Uji Pre- Test

Sebelum melakukan *Main Test* penelitian, peneliti melakukan *Pre-Test* dengan menyebarkan kuesioner kepada sampel dengan jumlah yang kecil. *Pre -tes* ini dimaksudkan untuk menguji kelayakan variabel dari indikator terkait. Peneliti melakukan penyebaran kuesioner kepada minimal 30 orang dan maksimal 40 orang dengan *sampling frame* yang sama dengan *Main Test*, yaitu:

- A. Karyawan merupakan Generasi Z (kelahiran 1997 – 2012)
- B. Karyawan bekerja di daerah Jakarta dalam industri perhotelan
- C. Karyawan merupakan karyawan tetap atau karyawan kontrak yang telah bekerja minimal 2 tahun

3.6.2 Uji Instrumen

Penelitian ini melakukan dua tahap pengujian terhadap instrumen penelitian, yaitu uji validitas dan reliabilitas. Uji validitas bertujuan untuk memastikan bahwa pertanyaan-pertanyaan dalam kuesioner benar-benar mengukur apa yang ingin diukur. Sementara itu, uji reliabilitas bertujuan untuk memastikan bahwa hasil pengukuran konsisten jika dilakukan pengukuran ulang. Kedua uji ini sangat penting untuk memastikan bahwa data yang diperoleh dari kuesioner dapat diandalkan dan layak untuk dianalisis lebih lanjut.

3.6.2.1. Uji Validitas

Validitas dalam pengukuran mengacu pada sejauh mana suatu instrumen pengukuran dapat membuat kesimpulan yang

tepat tentang karakteristik yang ingin diukur. Dengan kata lain, validitas memastikan bahwa tes atau instrumen pengukuran benar-benar mengukur apa yang dimaksud untuk diukur. (Christensen et al., 2015: 157) Dalam penelitian ini mengacu pada pertanyaan yang diajukan dalam kuesioner sudah mewakili konsep yang ingin diukur. Terdapat 4 ukuran Validitas menurut Malhotra (2017), yaitu:

A. Kaiser Meyer-Olkin (KMO)

Measure of Sampling Adequacy Tes ini digunakan untuk mengecek apakah ukuran sampel yang diambil sudah cukup representatif dan apakah data yang dikumpulkan dapat dianalisis lebih lanjut menggunakan teknik faktor.

B. Bartlett's Test of Sphericity

Test ini bertujuan untuk menguji apakah asumsi bahwa variabel-variabel tidak saling terkait (korelasi) dapat ditolak.

C. Anti-image Correlation Matrix

Analisis korelasi parsial menunjukkan bahwa setiap pasangan variabel memiliki hubungan negatif yang signifikan. Temuan ini memberikan petunjuk awal bahwa variabel-variabel tersebut mungkin dapat dikelompokkan ke dalam beberapa faktor yang lebih umum.

D. Factor Loading of Component Matrix

Hasil uji ini menggambarkan tingkat keterkaitan antara variabel-variabel asli dengan komponen utama yang terbentuk melalui analisis

faktor. Ini membantu kita memahami sejauh mana faktor-faktor baru tersebut mampu menjelaskan variabilitas data

Malhotra (2017;712) menjelaskan parameter dari uji validitas sebagai berikut:

Tabel 3. 3 Uji Validitas

Ukuran Validitas	Syarat
Kaiser Meyer-Olkin (KMO)	Dinilai VALID jika $KMO \geq 0.5$
Bartlett's Test of Sphericity	Dinilai VALID jika $Sig. < 0.05$
Anti-image Correlation Matrix	Dinilai VALID jika $MSA \geq 0.5$
Factor Loading of Component Matrix	Dinilai VALID jika $CM \geq 0.5$

3.6.2.2. Uji Reliabilitas

Reliabilitas merupakan pengujian psikologis mengukur seberapa stabil atau konsisten skor yang diperoleh dari suatu instrumen pengukuran. Dengan kata lain, reliabilitas menunjukkan sejauh mana suatu tes dapat memberikan hasil yang sama jika diberikan pada waktu yang berbeda atau pada kelompok yang berbeda. (Christensen et al., 2015: 155) Malhotra (2017;160) menjelaskan parameter dari uji reliabilitas sebagai berikut:

Tabel 3. 4 Uji Reliabilitas

Ukuran Validitas	Syarat
Chronbach's Alpha	Dinilai VALID jika $Chronbach's Alpha > 0.6$

3.6.3 Uji Analisis SEM

Malhotra (2017:708) mendefinisikan SEM (*Structural Equation Modeling*) sebagai teknik analisis statistik yang memungkinkan kita untuk memodelkan hubungan yang kompleks antara berbagai variabel laten dan terukur. SEM digunakan untuk menguji dan mengkonfirmasi hubungan antara konsep-konsep abstrak (konstruks) yang diukur melalui variabel-variabel konkret. Dengan kata lain, SEM adalah alat yang powerful untuk menganalisis hubungan sebab-akibat yang kompleks dalam suatu model. Uji Analisis SEM ini dibagi menjadi 2 jenis, yaitu:

3.6.3.1. Measurement (Outer) Model

Menurut Hair et al., (2017), model pengukuran menjelaskan bagaimana kita mengukur konsep-konsep abstrak (variabel laten) dalam penelitian. Salah satu bagian penting dalam mengevaluasi model pengukuran adalah dengan melihat *muatan faktor*. Muatan faktor ini menunjukkan seberapa kuat hubungan antara setiap pertanyaan dalam kuesioner dengan konsep yang diukur, serta apakah hubungan tersebut signifikan secara statistik.

A. *Convergent validity*

Hair dkk. (2017) menjelaskan bahwa validitas konvergen dapat diukur dengan melihat seberapa kuat hubungan antara suatu ukuran dengan ukuran lain yang mengukur konsep yang sama. Kriteria yang umum digunakan adalah

nilai factor loading $\geq 0,7$ dan nilai *average variance extracted* (AVE) ≥ 0.5 .

B. Discriminant validity

Hair dkk. (2017) menjelaskan bahwa validitas diskriminan mengukur seberapa berbeda suatu konsep dengan konsep lain yang seharusnya berbeda. Ini bisa dilihat dari nilai *cross loading factor* setiap variabel yang harus $\geq 0,7$, dan dari hasil perbandingan korelasi antara variabel itu sendiri dengan variabel lain (kriteria Fornell-Larcker). Korelasi variabel dengan dirinya sendiri harus lebih tinggi.

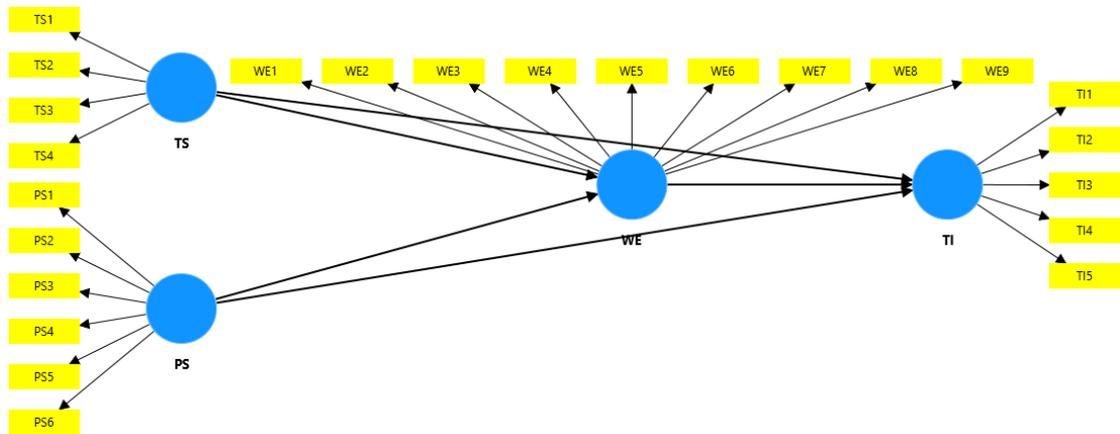
C. Reliability

Hair dkk. (2017) menyebutkan bahwa *composite reliability* dan *Cronbach alpha* adalah dua ukuran yang sering digunakan untuk menilai seberapa baik sekumpulan pertanyaan (item) dalam suatu kuesioner mengukur suatu konsep. Nilai kedua ukuran ini dipengaruhi oleh hubungan antar item tersebut.

3.6.3.2. Structural (Inner) Model

Model struktural (inner model) digunakan untuk menggambarkan hubungan sebab akibat antara variabel laten. Variabel laten adalah konsep abstrak yang tidak dapat diukur secara langsung, tetapi dapat didekati melalui variabel indikator. Model ini dibangun berdasarkan teori yang relevan dan memungkinkan kita untuk menguji hipotesis tentang hubungan kausal antara variabel-variabel laten. Dengan kategori

R2: 0,75 → kuat; 0,50 → sedang; dan 0,25 → lemah.



Gambar 3. 1 Model Penelitian Keseluruhan

Sumber: Data Personal (2024)

3.7 Uji Hipotesis

3.7.1 Path Coefficient

Dalam pengujian hipotesis, *Path Coefficient* berfungsi sebagai alat untuk memodelkan hubungan sebab akibat antara variabel-variabel dalam suatu model analisis jalur. Nilai *Path Coefficient* menunjukkan kekuatan dan arah hubungan tersebut, di mana nilai positif mengindikasikan hubungan searah dan nilai negatif mengindikasikan hubungan berlawanan arah. Parameter dari path analysis ini dapat dilihat dari hasil pengujian, jika nilai ≥ 0 menunjukkan korelasi positif, sedangkan nilai ≤ 0 menunjukkan korelasi negatif.

3.7.2 T-Statistic

Dalam pengujian hipotesis, t-statistic digunakan untuk menguji apakah terdapat hubungan yang signifikan antara variabel independen dan variabel dependen. Nilai t-statistic yang tinggi menunjukkan bahwa

kemungkinan besar terdapat hubungan yang nyata antara kedua variabel tersebut, seperti yang dijelaskan oleh Hair dkk. (2017). Parameter dari uji T-statistic ini adalah jika *one tailed* - $t \geq 1,64$ *two tailed* - $t \geq 1,96$

3.7.3 *P-Value*

Dalam pengujian hipotesis, terdapat risiko untuk menolak hipotesis nol yang sebenarnya benar. Artinya, kita bisa saja menyimpulkan bahwa tidak ada hubungan antara dua variabel, padahal sebenarnya ada hubungan yang signifikan. Hal ini dapat terjadi karena dalam statistik, kita selalu bekerja dengan tingkat kepercayaan tertentu, bukan kepastian mutlak. Seperti yang dijelaskan oleh Hair dkk. (2017), kesalahan jenis ini disebut sebagai kesalahan tipe I. Parameter dari uji P-value ini adalah jika $p\text{-values} \geq 0,05 \rightarrow H_0$ diterima (tidak berpengaruh) dan jika, $p\text{-values} \leq 0,05 \rightarrow H_0$ ditolak (berpengaruh.)

3.7.4 Uji Mediasi

Variabel mediasi adalah variabel yang menggambarkan suatu kondisi, dan berfungsi sebagai penghubung atau perantara dalam proses hubungan antara variabel endogen dan variabel eksogen. (Hair et al., 2017). Dalam penelitian ini penulis menggunakan variabel *work engagement* sebagai variabel mediasi, yang memediasi hubungan antara *training-pay satisfaction* terhadap *turnover intention*. Dalam uji variabel mediasi, penulis menganalisis *specific indirect effect* melalui laporan *Bootstrapping* yang dihasilkan menggunakan Smart PLS 4. Menurut Cepeda-Carrión et al. (2017), untuk menganalisis efek mediasi, perlu dilihat perubahan pengaruh dari hubungan langsung (*direct effects*) ke hubungan tidak langsung (*indirect path*). Terdapat tiga kategori analisis efek mediasi, yaitu: *no mediation effects*, *full mediation effects*, dan *partial mediation effects*.

a. *No Mediation*: Terjadi ketika tidak ada efek mediasi atau hanya ada efek langsung antara variabel eksogen dan endogen. Dalam hal ini, hubungan langsung memiliki pengaruh signifikan, sementara hubungan tidak langsung (melalui mediasi) tidak signifikan.

b. *Full Mediation*: Terjadi ketika hubungan langsung antara variabel eksogen dan endogen tidak signifikan, sementara hubungan tidak langsung (melalui mediasi) signifikan. Dalam kondisi ini, variabel mediasi memiliki peran penuh atau disebut full mediation.

c. *Partial Mediation*: Terjadi ketika hubungan langsung antara variabel eksogen dan endogen memiliki pengaruh signifikan, dan hubungan tidak langsung (melalui mediasi) juga memiliki pengaruh signifikan. Dalam hal ini, variabel mediasi tidak berperan penuh, atau disebut partial mediation.

