

BAB III

METODOLOGI PENELITIAN

3.1 Gambaran Umum Objek Penelitian

Penelitian ini berfokus pada Generasi Z yang bekerja di sektor *Food & Beverage* di wilayah Tangerang sebagai objek penelitian. Pemilihan objek penelitian ini didasarkan pada data dan temuan yang telah disajikan dalam latar belakang, yang menunjukkan bahwa Generasi Z saat ini menjadi kelompok yang mendominasi angkatan kerja. Hal ini sejalan dengan tren global yang mencatat peningkatan jumlah pekerja dari generasi ini di berbagai sektor, termasuk sektor *Food & Beverage*, yang menjadi salah satu industri dengan pertumbuhan signifikan.

3.2 Desain Penelitian

3.2.1 *Research Data*

Menurut Burns & Veeck (2019) dalam bukunya *Marketing Research Ninth Edition*, desain penelitian adalah metode yang digunakan untuk mengumpulkan dan menganalisis data yang dibutuhkan dalam penelitian. Mereka mengemukakan bahwa pemilihan desain penelitian dibagi ke dalam dua metode berbeda, yang masing-masing memiliki perannya sendiri dalam proses pengumpulan data penelitian, yaitu :

1. *Quantitative Research*

Metode kuantitatif adalah pendekatan penelitian yang menggunakan serangkaian pertanyaan terstruktur dengan opsi jawaban yang sudah ditentukan untuk responden, sehingga proses pengumpulan data menjadi formal dan terarah. Pendekatan ini juga meliputi penelitian deskriptif kuantitatif, yang bertujuan untuk memberikan gambaran objektif mengenai suatu kondisi tertentu melalui data numerik. Proses penelitian ini meliputi tahapan pengumpulan data, interpretasi data, hingga penyajian hasil penelitian (Zuhra, 2016, 38).

2. *Qualitative Research*

Penelitian kualitatif merupakan pendekatan yang berfokus pada pemahaman mendalam terhadap fenomena sosial atau perilaku manusia melalui pengumpulan dan analisis data deskriptif yang tidak terstruktur. Data biasanya dikumpulkan menggunakan metode seperti wawancara, observasi partisipatif, diskusi kelompok, atau analisis dokumen, yang dirancang untuk mengeksplorasi perspektif, motivasi, dan pengalaman individu atau kelompok dalam suatu konteks tertentu (Creswell & Poth, 2018). Pengumpulan data dalam penelitian ini bersifat dinamis dan fleksibel, memungkinkan peneliti untuk menyesuaikan pertanyaan berdasarkan respons narasumber dan mendalami aspek-aspek yang relevan selama wawancara berlangsung (Patton, 2015). Metode ini tidak dalam bentuk baku, dikarenakan pertanyaan dan pengamatan yang dilakukan secara wawancara kepada beberapa narasumber dan bersifat terbuka yang sering kali tidak dapat dicapai melalui metode penelitian kuantitatif yang lebih terstruktur.

Pada penelitian ini, peneliti menggunakan pendekatan kuantitatif untuk menganalisis masalah yang berkaitan dengan pengembangan karir organisasi dan retensi karyawan Generasi Z pada industri *food & beverage* di wilayah Tangerang. Pengumpulan data dilakukan dengan menyebarkan kuesioner kepada responden yang telah ditentukan dengan batasan dan kriteria tertentu. Kuesioner ini menggunakan skala *Likert* 1-5, sehingga responden dapat memberikan jawaban sesuai dengan tingkat persepsi atau pengalaman yang mereka rasakan.

3.2.2 **Jenis Penelitian**

Dalam buku *Research Methods for Business: A Skill-Building Approach* edisi terbaru oleh Uma Sekaran dan Roger Bougie, penelitian bisnis umumnya terbagi menjadi tiga jenis:

1. *Descriptive Research*

Descriptive Research adalah penelitian yang bertujuan untuk mengumpulkan dan menyajikan data guna menggambarkan

karakteristik atau fungsi dari subjek tanpa memanipulasi variabel-variabel yang ada. Biasanya, metode ini menggunakan survei, observasi, atau studi kasus untuk memberikan gambaran tentang fenomena yang ada (Sekaran & Bougie, 2019).

2. *Exploratory Research*

Exploratory Research adalah penelitian yang bertujuan untuk menyelidiki masalah atau bidang yang kurang dipahami, dengan mengumpulkan wawasan awal yang seringkali menggunakan metode kualitatif seperti wawancara atau studi kasus. Jenis penelitian ini sangat ideal untuk menggali konsep baru, mengembangkan hipotesis, atau memahami masalah kompleks yang belum memiliki definisi jelas (Sekaran & Bougie, 2019).

3. *Causal Research*

Causal Research adalah penelitian yang berfokus pada pengujian hubungan sebab-akibat dengan mengidentifikasi bagaimana satu variabel mempengaruhi variabel lainnya. Hal ini biasanya dilakukan melalui eksperimen, di mana peneliti memanipulasi satu atau lebih variabel untuk mengamati dampaknya pada variabel lain (Sekaran & Bougie, 2019).

Dalam penelitian ini, peneliti menerapkan metode *descriptive research* dengan memanfaatkan sumber data primer berupa jawaban responden yang diperoleh melalui penyebaran kuesioner menggunakan media *Google Form*, serta data sekunder yang mencakup kumpulan jurnal, artikel, dan berita yang relevan untuk mendukung fenomena yang berkaitan dengan objek penelitian ini.

3.3 Populasi dan Sampel Penelitian

3.3.1 Populasi

Menurut Bhandari (2023), populasi adalah seluruh kelompok yang ingin diteliti untuk menarik kesimpulan, yang tidak terbatas pada manusia saja, melainkan juga dapat mencakup benda, kejadian, organisasi, negara, spesies, dan lainnya. Populasi mencakup entitas yang dipilih oleh peneliti untuk

dianalisis lebih lanjut, dengan karakteristik yang sama sesuai dengan tujuan studi. Dalam hal ini, penelitian bertujuan untuk menggali dan memahami elemen-elemen tersebut secara mendalam, menggunakan populasi yang relevan sesuai dengan permasalahan yang ingin dipecahkan. Pada penelitian ini peneliti telah menetapkan kelompok populasi yang menjadi sasaran penelitian, yaitu Gen Z yang bekerja di industri *Food and beverage*.

3.3.2 Sampel

Menurut Sekaran & Bougie (2016) dalam bukunya berjudul "*Research Methods for Business*", terdapat dua teknik digunakan pada pengambilan sampel, yaitu *probability sampling* dan *non- probability sampling*. Masing-masing dari teknik tersebut memiliki strategi pengambilan yang berbeda-beda. Hal tersebut didasarkan dengan tingkat generalisasi yang diinginkan oleh peneliti seperti waktu, sumber daya penelitian, dan tujuan penelitian.

1. *Probability Sampling*

Probability sampling merupakan pengambilan sampel dengan elemen dalam populasi. *Probability sampling* digunakan dalam sebuah penelitian ketika perwakilan sampel penting digunakan untuk kepentingan generalisasi yang lebih luas. Dalam *probability sampling* terdapat 4 jenis teknik, yaitu:

a. *Systematic Sampling*

Systematic Sampling merupakan teknik secara sistematis, dengan setiap elemen populasi yang dimulai acak dan mengikuti interval dari pengambilan sampel dalam memilih setiap elemennya. *Systematic Sampling* biasanya digunakan dalam penelitian pada bentuk survei dengan skala besar. Dengan menggunakan teknik *systematic sampling* membantu sampel mudah diambil, teridentifikasi dengan mudah, dan sampel tersebar dengan merata pada penelitian.

b. *Stratified Random Sampling*

Stratified Random Sampling merupakan teknik dengan berdasarkan pada jenis karakteristik atau strata dengan diambil

secara acak di setiap tingkatan yang telah ditentukan oleh peneliti.

c. *Cluster Sampling*

Cluster Sampling merupakan teknik yang berdasarkan pada sebuah kelompok dalam berskala besar dari elemen didalam populasi. Pada teknik ini, target populasi akan dibagi menjadi beberapa *cluster* yang kemudian dari cluster tersebut akan diambil sampel secara acak.

d. *Double Sampling*

Double Sampling merupakan teknik yang dilakukan dengan mengumpulkan informasi dari bahan-bahan dan studi yang sama dari bagian kelompok. Sebagai dasar untuk dilakukannya pengujian lebih lanjut dari pemilihan sampel.

2. *Non - Probability Sampling*

Non - Probability Sampling merupakan teknik pengambilan sampel dengan elemen-elemen yang tidak memiliki peluang yang diketahui untuk dapat dipilih sebagai sebuah subyek penelitian. Pada *non-probability sampling* terdiri dari 4 jenis teknik didalamnya, sebagai berikut:

a. *Convenience Sampling*

Convenience sampling merupakan teknik yang digunakan dalam mengumpulkan informasi-informasi dari elemen populasi yang tersedia. Tujuan menggunakan *Convenience Sampling* agar dapat memperoleh sampel yang sesuai dengan kebutuhan yang diperlukan oleh peneliti. *Convenience sampling* cenderung digunakan untuk mendapatkan informasi dasar secara cepat dan efisien.

b. *Purposive Sampling*

Purposive sampling merupakan teknik dengan melakukan pengambilan sampel secara terbatas. Teknik ini digunakan berdasarkan pada jenis karakteristik orang yang akan

memberikan informasi. Hal ini dikarenakan, karakteristik atau tipe orang tersebut yang dipergunakan oleh peneliti dalam melakukan penelitian.

c. *Judgement Sampling*

Judgement Sampling merupakan teknik oleh peneliti dalam memilih anggota dari sampel secara sengaja dalam memenuhi beberapa karakteristik atau kriteria yang ditentukan oleh peneliti. Sampel yang akan dipilih oleh peneliti tersebut diharapkan mempunyai pengetahuan, pemahaman dan pengalamannya sendiri dalam memberikan informasi terkait peristiwa yang sedang diteliti oleh peneliti.

d. *Quota Sampling*

Quota Sampling merupakan teknik yang akan diambil oleh peneliti untuk memastikan dalam memilih sampel berdasarkan karakteristik dari kelompok-kelompok populasi melalui penetapan kuota dari kebutuhan penelitian. Kuota yang ditetapkan dalam penelitian akan didasarkan pada jumlah total dari setiap populasi di dalamnya.

e. *Snowball Sampling*

Snowball Sampling merupakan teknik dalam pengambilan sampel khusus dengan rujukan sampel yang diperlukan untuk penelitian lebih lanjut dengan melibatkan probabilitas dari responden yang kemudian memperoleh responden tambahan dengan bantuan dari informasi responden awal terkait.

Pada penelitian ini yang dilakukan, peneliti menggunakan teknik pengambilan sampel *Non-Probability Sampling* dengan metodenya yaitu *Snowball Sampling*. Metode teknik *Snowball Sampling* dipergunakan pada penelitian ini dengan cara mencari satu atau beberapa individu yang memiliki pengalaman atau pengetahuan yang relevan tentang topik penelitian, seperti karyawan atau manajer di industri F&B. Kemudian, responden pertama ini akan

merekomendasikan orang lain yang juga memiliki pengalaman serupa, dan proses ini terus berlanjut hingga jumlah sampel yang diinginkan tercapai. Dengan subjek penelitiannya yaitu pegawai Generasi Z yang bekerja pada industri *Food & Beverage* dengan rentang usia 21-27 tahun. Serta responden-responden penelitian ini lokasi kerjanya berdomisili di wilayah Tangerang.

3.2.3 Sample Size

Sampel adalah bagian dari populasi yang dipilih untuk dijadikan sampel atau contoh dalam suatu penelitian. Sampel dipilih untuk mewakili populasi yang lebih besar dan digunakan untuk mengambil kesimpulan atau generalisasi tentang populasi secara keseluruhan. Sampel dapat didefinisikan sebagai kelompok yang dipilih dari populasi dan diukur untuk mengambil kesimpulan tentang populasi (Yonandes, 2017, 26). Sampel diambil karena penelitian ini tidak mungkin meneliti seluruh anggota populasi pegawai yang bekerja di wilayah Tangerang.

Dalam menentukan jumlah minimal sampel yang harus di kumpulkan. Menurut Hair *et al.* (2014), beranggapan bahwa “dalam menentukan banyaknya jumlah sampel yang harus dikumpulkan pada penelitian akan berhubungan dengan banyaknya indikator pertanyaan yang akan digunakan pada kuesioner penelitian”. Dengan diasumsikan $n \times 5$ indikator penelitian. Pada penelitian ini, peneliti menggunakan sebanyak 25 indikator pertanyaan sehingga pada perhitungannya 25 pertanyaan dikali 5, maka sebanyak 125 responden. Maka, jumlah responden yang diperlukan untuk dikumpulkan oleh peneliti pada penelitian ini yakni minimal sebanyak 125 responden ($25 \times 5 = 125$).

3.4 Teknik Pengumpulan Data

3.4.1 Sumber dan Cara Pengumpulan Data

Menurut Cooper dan Schindler (2014), dalam pengumpulan data penelitian dapat dilakukan terbagi menjadi dua yaitu dengan *primary data* dan *secondary data*. Penelitian ini mengandalkan sumber dan metode

pengumpulan data melalui *primary data*. Seluruh data yang digunakan, termasuk jurnal, artikel, dan fenomena yang relevan, diperoleh melalui studi literatur dan penelusuran sumber informasi. Pendekatan ini tidak melibatkan wawancara langsung atau pengumpulan *secondary data*, melainkan memanfaatkan informasi yang telah tersedia dari berbagai sumber terpercaya untuk mendukung analisis dalam penelitian.

3.4.2 Metode Pengumpulan Data

Pada penelitian ini dilakukan secara metode kuantitatif, peneliti menggunakan *survey research* untuk mengumpulkan data informasi. *Survey research* dilakukan oleh peneliti dengan cara menyusun daftar-daftar pertanyaan mengenai pengembangan karir organisasi, retensi karyawan, kepuasan kerja, keterlibatan organisasi dan pemberdayaan karyawan. Pengumpulan data ini dilakukan dengan cara menyebarkan kuesioner secara *online* menggunakan media *Google Form* kepada para pegawai sesuai dengan kriteria yang sudah ditetapkan.

3.5 Operasionalisasi Variabel

Menurut Sekaran & Bougie (2016), variabel-variabel merupakan “sesuatu yang dapat mengambil dan menjadi suatu nilai-nilai yang bervariasi didalamnya untuk diteliti”. Nilai-nilai tersebut berbeda dan menyesuaikan dengan objek penelitiannya. Sehingga, suatu variabel penelitian dapat dipahami sebagai peristiwa, karakteristik, usur, atau sifat yang dapat diukur dengan menggunakan nilai-nilai atau angka pada hasil pengujian.

3.5.1 Variabel Eksogen/Independen (X)

Menurut Sekaran & Bougie (2016), beranggapan bahwa “variabel *independent* atau variabel bebas merupakan variabel yang mempengaruhi variabel *dependent* terhadap untuk memperoleh hasil pengujian pada pengaruh positif atau *negative*”. Serta yang mempengaruhi terkait adanya kenaikan atau penurunan dari variabel *dependent* atau variabel terikat

tersebut. Dalam penelitian yang dilakukan ini, variabel *independent* yang digunakan oleh peneliti yaitu Pengembangan Karir Organisasi.

3.5.2 Variabel Endogen/Dependen (Y)

Menurut Sekaran & Bougie (2016), beranggapan bahwa variabel *dependent* dipahami sebagai variabel utama dalam setiap penelitian berlangsung untuk menemukan variabel lain yang akan mempengaruhinya. Variabel *dependent* tersebut muncul dikarenakan adanya keterkaitan dengan dipengaruhi oleh variabel *independent*. Dalam penelitian yang dilakukan ini, variabel *dependent* yang digunakan oleh peneliti yaitu Retensi Karyawan.

3.5.3 Variabel Mediasi

Variabel mediasi atau yang dikenal juga sebagai variabel penghubung dan perantara, merupakan variabel yang membantu memperjelas hubungan antara variabel independen dan variabel dependen. Variabel ini berperan dalam menjelaskan mekanisme atau proses yang memungkinkan variabel independen memengaruhi variabel dependen, seperti yang dijelaskan oleh Maholtra (2020). Dalam penelitian ini, variabel mediasi yang digunakan yaitu Kepuasan Kerja dan Keterlibatan Organisasi.

3.5.4 Variabel Moderasi

Variabel moderasi atau variabel penguat dan/atau pengubah hubungan, adalah variabel yang memengaruhi kekuatan atau arah hubungan antara variabel independen dan variabel dependen. Variabel ini didefinisikan sebagai faktor yang dapat mempertegas atau melemahkan hubungan antara variabel independen dengan variabel dependen, sesuai dengan penjelasan Maholtra (2020). Variabel moderasi dalam penelitian ini bertujuan untuk menjelaskan bagaimana kondisi tertentu dapat memengaruhi hubungan antara variabel yang diteliti. Dalam penelitian ini, variabel moderasi yang digunakan yaitu Pemberdayaan Karyawan.

3.6 Teknik Analisis Data

3.6.1 Uji Pre-Test

Penelitian ini melibatkan uji *pre-test* dengan mendistribusikan survei menggunakan *Google Form* kepada sejumlah sampel yang lebih kecil dibandingkan dengan jumlah responden pada uji utama (*Main Test*). Tujuan uji ini adalah untuk mengevaluasi validitas dan kelayakan indikator pertanyaan yang akan digunakan dalam uji utama (*Main Test*). Responden *pre-test* terdiri dari 30 individu yang memenuhi kriteria, yaitu merupakan karyawan Generasi Z yang bekerja di industri *Food and Beverage* di wilayah Tangerang.

3.6.2 Uji Instrumen

3.6.2.1 Uji Validitas

Menurut Sugiyono (Zuhra, 2014), uji validitas bertujuan untuk menentukan sejauh mana kuesioner dapat mengukur apa yang dimaksud dalam penelitian. Syarat validitas minimal adalah nilai r hitung lebih besar dari r tabel. Uji validitas dilakukan dengan aplikasi IBM SPSS *Statistics* menggunakan analisis faktor, seperti *Kaiser-Meyer-Olkin* (KMO) dan *Bartlett's Test*, *Anti-Image Correlation Test*, serta *Factor Loading of Component Matrix*. *Bartlett's Test of Sphericity* mengevaluasi korelasi antar variabel, di mana nilai signifikansi $< 0,05$ menunjukkan korelasi rendah, sementara nilai $> 0,05$ menunjukkan korelasi tinggi sehingga analisis faktor dapat dilanjutkan (Subagja, 2020).

Pengujian KMO mengukur kelayakan analisis faktor dengan nilai minimal 0,5 agar proses dapat dilanjutkan. *Anti-Image Correlation Test* menampilkan *Measure of Sampling Adequacy* (MSA), di mana variabel dengan nilai MSA $< 0,5$ harus dihilangkan. Sedangkan pada *Factor Loading of Component Matrix*, korelasi antara faktor dan variabel dianggap valid jika nilainya $\geq 0,5$. Langkah-langkah ini memastikan bahwa variabel penelitian memenuhi syarat untuk analisis lanjutan (Verdian, 2019).

3.6.2.2 Uji Reliabilitas

Menurut Sugiyono (Sesaria, 2020, 10), uji reliabilitas adalah seberapa baik hasil pengukuran dengan objek yang sama menghasilkan data yang sama. Uji reliabilitas ini dilakukan pada responden sebanyak 125 pegawai, dengan menggunakan pertanyaan yang telah dinyatakan valid dalam uji validitas dan akan ditentukan reliabilitasnya. Menggunakan program IBM SPSS *Statistics* dengan melihat nilai *cronbach's alpha* > 0.6 .

3.6.3 Analisis Data Penelitian Menggunakan SEM

3.6.3.1 Measurement (Outer) Model

Measurement Model menentukan metode yang digunakan untuk mengukur variabel laten dan konstruksi, sebagaimana dijelaskan oleh Hair et al. (2017). Dalam pengujian **outer model**, terdapat beberapa aspek yang digunakan untuk mengevaluasi ukuran dan signifikansi, yaitu:

a. *Convergent Validity*

Menilai sejauh mana suatu indikator memiliki hubungan positif dengan indikator lain dalam konstruk yang sama (Hair et al., 2017). Validitas konvergen ditentukan melalui nilai *factor loadings* (≥ 0.7) dan *average variance extracted* (AVE) dengan nilai minimum AVE ≥ 0.5 .

b. *Discriminant Validity*

Menunjukkan sejauh mana suatu konstruk dapat dibedakan dari konstruk lain dan tidak memiliki korelasi tinggi (Hair et al., 2017). Validitas diskriminan dievaluasi melalui nilai *cross loading* indikator (≥ 0.7) dan kriteria *Fornell-Larcker*, di mana korelasi konstruk dengan dirinya sendiri harus lebih besar dibandingkan dengan korelasinya terhadap konstruk lain.

c. *Reliability*

Menilai konsistensi internal suatu konstruk dengan menggunakan *composite reliability* dan *Cronbach's alpha*, yang menggambarkan

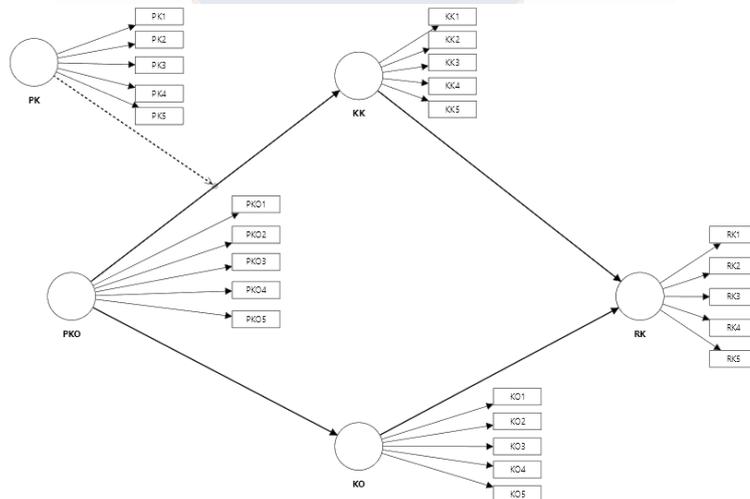
hubungan antar indikator dalam konstruk. Nilai reliabilitas dihitung berdasarkan komposit dari masing-masing indikator yang mendukung konstruk tersebut, sesuai dengan panduan Hair et al. (2017).

3.6.3.2 Structural (Inner) Model

Model struktural menggambarkan hubungan antar variabel laten, dengan lokasi dan urutan konstruksi yang ditentukan berdasarkan teori atau pengalaman penelitian, sebagaimana dijelaskan oleh Hair et al. (2017).

Tabel 3. 1 *Structural Model*

Kategori	Parameter
<i>R</i> ²	0,75 = Kuat 0,50 = Sedang 0.25 = Lemah



Gambar 4.1 Model Keseluruhan Penelitian

Sumber: Data Personal (2024)

3.7 Uji Hipotesis

1. *Path Coefficient*

Pada pengujian hipotesis, *path coefficient* digunakan untuk memodelkan hubungan antar variabel. Indikator ini menunjukkan kekuatan dan arah hubungan dalam model analisis jalur, yang dapat bernilai positif maupun negatif.

2. *T-Statistic*

T-statistic digunakan dalam pengujian hipotesis untuk menentukan apakah variabel independen memiliki pengaruh terhadap variabel dependen dalam konteks tertentu, sebagaimana dijelaskan oleh Hair et al. (2017).

3. *P-Value*

Dalam pengujian hipotesis, *p-value* menggambarkan kemungkinan melakukan kesalahan dalam menolak hipotesis nol yang sebenarnya benar. Hal ini berarti meskipun koefisien jalur tidak benar-benar nol, hasilnya dapat menunjukkan bahwa perbedaan tersebut tidak signifikan, sesuai dengan penjelasan Hair et al. (2017).

Tabel 3. 2 Uji Hipotesis

Kategori	Parameter
<i>β-Coefficients</i>	nilai ≥ 0 menunjukkan korelasi positif nilai ≤ 0 menunjukkan korelasi negative
<i>P-values</i>	<i>p-values</i> $\geq 0,05 \rightarrow$ Ho diterima (tidak berpengaruh) <i>p-values</i> $\leq 0,05 \rightarrow$ Ho ditolak (berpengaruh)
<i>T-values</i>	<i>one tailed</i> - $t \geq 1,64$ <i>two tailed</i> - $t \geq 1,96$