

BAB III

METODELOGI PENELITIAN

3.4 Desain Penelitian

Menurut Malhotra (2004) desain penelitian memiliki definisi sebagai sebuah kerangka kerja yang digunakan dalam melakukan sebuah penelitian. Desain penelitian memberikan serangkaian prosedur yang dibutuhkan untuk mendapatkan informasi yang diperlukan untuk menstruktur dan atau menjawab permasalahan penelitian. Pada penelitian ini peneliti menggunakan desain penelitian konklusif dan desain penelitian deskriptif.

3.1 Penelitian Konklusif

Penelitian konklusif adalah penelitian yang dilakukan untuk membantu pembuat keputusan dalam menentukan, mengevaluasi, dan memilih alternatif terbaik untuk diambil pada situasi tertentu. Penelitian konklusif bertujuan untuk menguji hipotesis dan menguji pengaruh satu variabel terhadap variabel lain. Karakteristik dari tipe penelitian ini adalah informasi yang dibutuhkan harus terdefinisi dengan jelas, proses penelitian bersifat formal dan terstruktur, jumlah sampel besar dan representatif, serta analisa data dilakukan secara kuantitatif. Hasil dari penelitian konklusif adalah kesimpulan yang dapat dijadikan sebagai masukan (*input*) bagi pengambilan keputusan (Malhotra, 2004).

3.2 Penelitian Deskriptif

Penelitian konklusif terbagi menjadi penelitian deskriptif dan penelitian kausal. Penelitian kali ini menggunakan penelitian deskriptif, yaitu tipe riset konklusif yang bertujuan mendeskripsikan karakteristik. Penelitian deskriptif bercirikan adanya formulasi hipotesis spesifik. Jadi, informasi yang dibutuhkan dirumuskan secara jelas (Malhotra, 2004).

Penelitian ini dilakukan dalam satu kali periode (*cross sectional design*). Pengumpulan data dilakukan melalui teknik survei kuesioner kepada responden, yaitu melalui daftar pertanyaan yang disusun secara sistematis dengan beberapa pilihan jawaban yang mudah dipahami (Malhotra, 2004). Selanjutnya hasil dari kuesioner akan diolah dengan menggunakan program *SPSS 11.5 for Windows*, kemudian pengolahan data dilakukan dengan menggunakan metode *Structural Equation Modelling* (SEM) pada program *Lisrel 8.7 for Student*.

3.2 Metode Pengumpulan Data

Data penelitian diperoleh dari data primer dan data sekunder. Malhotra (2004) mengatakan bahwa data primer dihasilkan secara langsung oleh peneliti untuk tujuan tertentu dalam menjawab pertanyaan penelitian. Pada penelitian ini, data primer didapatkan dari hasil survei dengan menyebarkan kuesioner. Kuesioner disebarkan kepada karyawan Hotel Prima, Hotel Santika, Hotel Green Apita, dan Hotel Grage Cirebon, sementara itu wawancara dilakukan secara formal dengan manajer atau asisten manajer hotel dan secara informal dengan karyawan hotel.

Kuesioner diisi secara *self-administered*, yaitu responden langsung mengisi kuesioner tersebut. Kuisisioner yang telah diisi oleh karyawan dikumpulkan kembali ke bagian SDM di masing-masing hotel, kecuali pada Hotel Santika peneliti bertemu langsung dengan responden.

Data sekunder adalah data yang dikumpulkan dari berbagai sumber-sumber yang sudah ada sebelumnya untuk berbagai tujuan, misalnya dari literatur jurnal, maupun artikel dari majalah, koran, dan situs-situs *website* mengenai objek penelitian ini (Malhotra, 2004).

3.3 Populasi Penelitian dan Metode Sampling

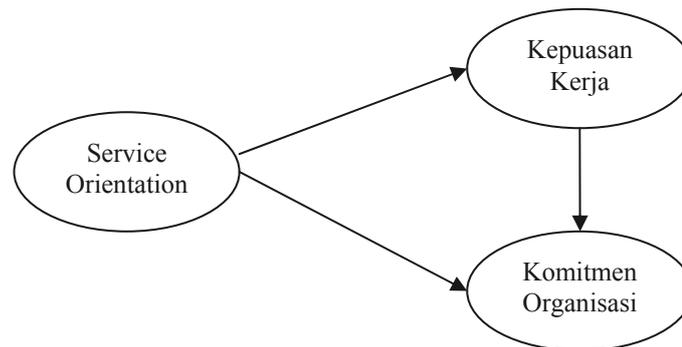
Populasi dalam penelitian ini adalah seluruh karyawan hotel bintang tiga di wilayah kota Cirebon. Ukuran sampel yang digunakan sebanyak 120 karyawan hotel bintang tiga yang bekerja di Hotel Prima, Hotel santika, Hotel Green Apita, dan Hotel Grage Cirebon. Alasan peneliti memilih keempat hotel tersebut karena memiliki kesamaan klasifikasi sebagai hotel bintang tiga.

Dalam penelitian ini, metode *sampling* yang digunakan peneliti adalah *non probability sampling*, dengan teknik *purposive sampling*. Peneliti menggunakan teknik tersebut karena menginginkan responden memiliki ciri-ciri khusus, yaitu telah bekerja selama satu tahun di perusahaan. Teknik tersebut dipilih karena mengeluarkan biaya yang rendah, relatif mudah untuk dilakukan, dan memerlukan waktu yang tidak terlalu lama (Santoso, 2004).

3.4 Kerangka Penelitian

Penelitian ini bersumber dari penelitian terdahulu dan merupakan replikasi dari penelitian yang telah dilakukan Yi-Jen Chen (2007) yang dilakukan pada industri hotel di Taiwan. Penelitian yang dilakukan Chen (2007) menunjukkan bahwa orientasi pelayanan berhubungan positif dengan kepuasan kerja dan juga orientasi pelayanan berhubungan positif dengan komitmen organisasi, serta kepuasan kerja berhubungan positif dengan komitmen organisasi. Gambar 3-1 dibawah ini adalah model penelitian yang dikembangkan Chen (2007).

Gambar 3-1 Model Penelitian Chen (2007)



Sumber: Yi-Jen Chen (2007)

3.4.1 Variabel Penelitian

Gambar 4-1 diatas menunjukkan bahwa ada pengaruh antara orientasi pelayanan dengan kepuasan kerja dan komitmen organisasi, serta kepuasan kerja dengan komitmen organisasi. Berikut adalah penjelasan atas variabel-variabel tersebut:

1. Kuesioner Orientasi pelayanan

Kuesioner untuk orientasi pelayanan diambil dari kuesioner SERV*OR yang dikembangkan oleh Robert S. Lytle (1998) dengan sepuluh variabel, yaitu *service vision*, *servant leadership*, *customer treatment*, *employee empowerment*, *service rewards*, *service training*, *service technology*, *service failure prevention*, *service failure recovery*, dan *service standard communication*. Kuesioner SERV*OR terdiri dari 36 butir pertanyaan. Variabel teramati *service vision* terdiri dari 3 butir pertanyaan, *servant leadership* 6 butir pertanyaan, *customer treatment* 3 butir pertanyaan, *employee empowerment* 3 butir pertanyaan, *service rewards* 2 butir pertanyaan, *service training* 3 butir pertanyaan, *service technology* 3 butir pertanyaan, *service failure prevention* 3 butir pertanyaan, *service failure recovery* 5 butir pertanyaan, dan *service standard communication* 5 butir pertanyaan.

Tabel 3-1 Sebaran Butir Kuesioner Orientasi pelayanan

Variabel teramati	No. Pertanyaan	Jumlah
Service Vision	SO1, SO2, SO3	3
Servant Leadership	SO4, SO5, SO6, SO7, SO8, SO9,	6
Customer Treatment	SO10, SO11, SO12	3
Employee Empowerment	SO13, SO14, SO15	3
Service Rewards	S016, SO17	2
Service Training	SO18, S019, SO20	3
Service Technology	SO21, SO22, SO23	3
Service Failure Prevention	SO24, SO25, SO26	3
Service Failure Recovery	SO27, SO28, SO29, SO30, SO31	5
Service Standard Communication	SO32, S033, SO34, SO35, SO36	5
Total		36

Sumber: Tabel hasil olahan peneliti

2. Kuesioner Kepuasan Kerja

Kuesioner kepuasan kerja digunakan untuk mengukur kepuasan karyawan terhadap pekerjaannya. Kuesioner kepuasan kerja diambil dari *Minnesota Satisfaction Questionnaire* yang dikembangkan oleh Weiss at. al., (1979). Kuesioner kepuasan kerja terdiri dari lima variabel, yaitu pekerjaan itu sendiri, rekan kerja, gaji, promosi, dan supervisi dengan 40 butir kuesioner. Masing-masing variabel pada kuesioner kepuasan kerja terdiri dari 8 butir pertanyaan.

Tabel 3-2 Sebaran Butir Kuesioner Kepuasan Kerja

Variabel teramati	No. Pertanyaan	Jumlah
Pekerjaan	JS1, JS2, JS3, JS4, JS5, JS6, JS7, JS8	8
Rekan Kerja	JS9, JS10, JS11, JS12, JS13, JS14, JS15, JS16,	8
Gaji / Imbalan	JS17, JS18, JS19, JS20, JS21, JS22, JS23, JS24	8
Promosi	JS25, JS26, JS27, JS28, JS29, JS30, JS31, JS32	8
Supervisi	JS33, JS34, JS35, JS36, JS37, JS38, JS39, JS40	8
Total		40

Sumber: Tabel hasil olahan peneliti

3. Kuesioner Komitmen Organisasi

Kuesioner komitmen organisasi digunakan untuk mengukur komitmen karyawan terhadap organisasinya. Kuesioner komitmen organisasi dikembangkan oleh Allen dan Meyer (1990) yang terdiri dari tiga variabel, yaitu komitmen afektif, komitmen kontinuan, dan komitmen normatif dengan 24 butir pertanyaan. Masing-masing variabel pada kuesioner komitmen organisasi terdiri dari 8 butir pertanyaan

Tabel 3-3 Sebaran Butir Kuesioner Komitmen Organisasi

Variabel teramati	No. Pertanyaan	Jumlah
Komitmen Afektif	KO1, KO2, KO3, KO4, KO5, KO6, KO7, KO8	8
Komitmen Kontinuan	KO9, KO10, KO11, KO12, KO13, KO14, KO15, KO16	8
Komitmen Normatif	KO17, KO18, KO19, KO20, KO21, KO22, KO23, KO24	8
Total		24

Sumber: Tabel hasil olahan peneliti

Dalam penyusunan kuesioner, kuesioner diberikan dengan menggunakan skala *likert* atas lima tingkatan, yaitu :

1. Sangat Tidak Setuju
2. Tidak Setuju
3. Cukup Setuju
4. Setuju
5. Sangat Setuju

3.4.2 Hipotesis Penelitian

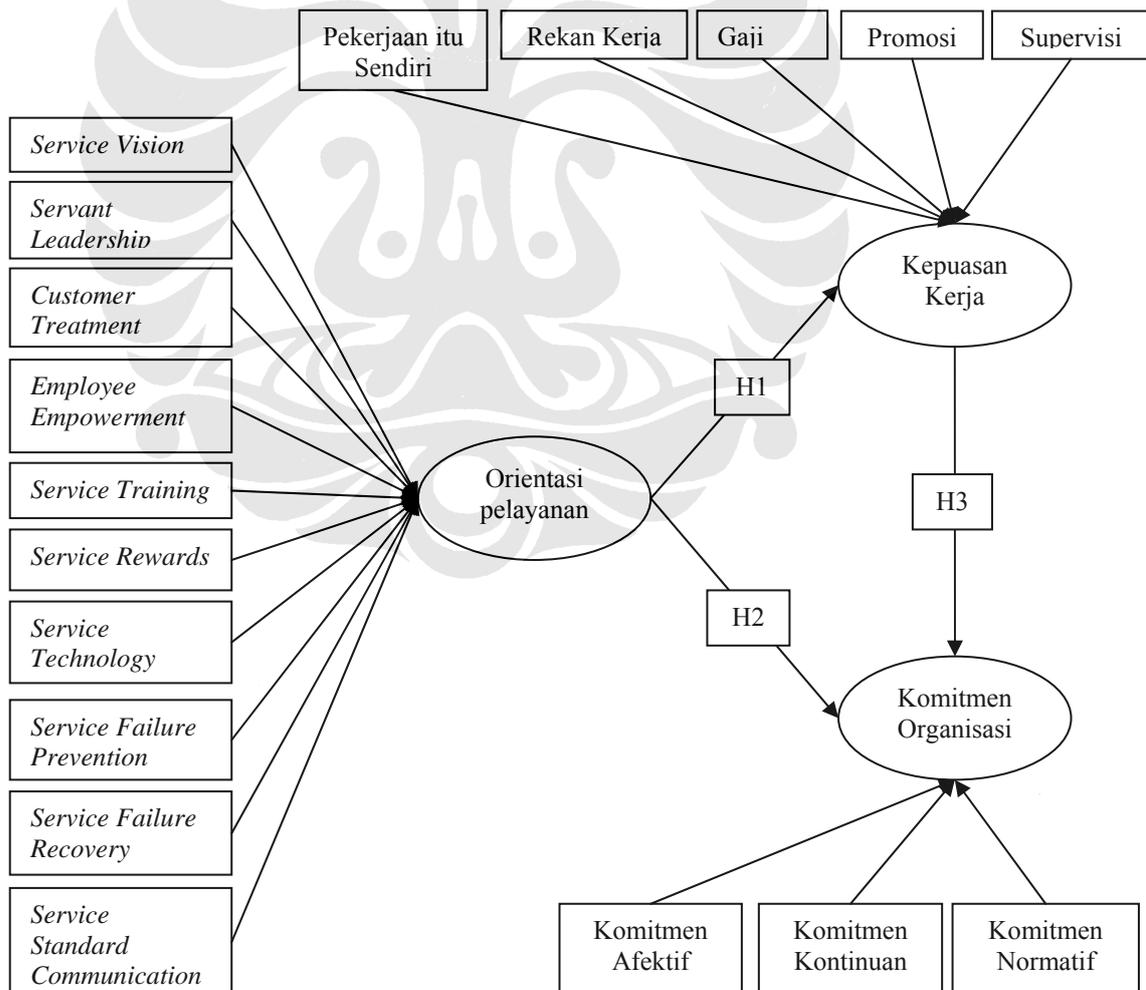
Menguji ada atau tidaknya pengaruh dari variabel independen terhadap variabel dependen perlu dirumuskan terlebih dahulu, seperti halnya yang terlihat pada model kerangka penelitian pada gambar di bawah ini, hubungan antara tiap variabel teramati akan membantu dalam membangun hipotesis penelitian. Dalam penelitian ini, peneliti akan

menguji ada tidaknya hubungan positif antara orientasi pelayanan (variabel independen) dengan kepuasan kerja dan komitmen organisasi (variabel dependen) serta seberapa besar pengaruh yang diberikan oleh variabel independen terhadap variabel dependen.

Berdasarkan penjelasan diatas maka hipotesis yang dikemukakan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

- H1: Orientasi pelayanan berpengaruh positif terhadap kepuasan kerja
- H2: Orientasi pelayanan berpengaruh positif terhadap komitmen organisasi
- H3: Kepuasan kerja berpengaruh positif terhadap komitmen organisasi

Gambar 3-2 Model Kerangka Pemikiran Penelitian



Sumber: Model Yi-Jen Chen (2007) dan hasil olahan peneliti

3.4.3 Metode Estimasi

Metode estimasi yang akan dipakai pada penelitian ini adalah *Maximum Likelihood* (ML). *Maximum Likelihood* akan menghasilkan estimasi parameter yang efisien, valid, dan reliabel apabila data yang digunakan adalah *multivariate normality* dan akan *robust* (tidak terpengaruh/kuat) terhadap penyimpangan *multivariate normality* yang sedang (*moderate*). Tetapi estimasi pada *Maximum Likelihood* akan bias apabila pelanggaran terhadap *multivariate normality* sangat besar.

Menurut Hair (1998) *Maximum Likelihood* akan memberikan hasil yang valid dengan ukuran sampel sebanyak 50, namun ukuran sampel sekecil ini tidak dianjurkan. Ukuran sampel yang secara umum diterima untuk mendapatkan hasil yang sesuai dengan penggunaan *Maximum Likelihood* adalah 100. Walaupun tidak ada ukuran sampel yang standar, ukuran sampel yang dianjurkan adalah antara 100-200 sampel.

3.5 Operasional Variabel Penelitian

Penyusunan operasional variabel-variabel penelitian dalam kuesioner ini ditujukan agar kuesioner yang disusun dapat mencerminkan masalah dari model penelitian yang digunakan. Di bawah ini adalah operasional variabel-variabel penelitian yang disertai dengan indikator pertanyaan yang akan ditanyakan dalam kuesioner. Pertanyaan-pertanyaan dalam kuesioner ini akan menggunakan pertanyaan yang terstruktur, dan untuk meminimalisasikan kesalahan penelitian, tiap bagian diawali dengan instruksi pengisian, serta untuk pertanyaan yang menggunakan skala *likert*, peneliti akan memberikan penjelasan untuk tiap-tiap skala.

Tabel 3-4 Operasional Variabel Penelitian

Variabel Laten / Variabel teramati	Indikator Pertanyaan
Orientasi pelayanan	
<i>Service Vision</i>	<ol style="list-style-type: none"> 1. Menurut anda apakah komitmen pada pelayanan di perusahaan (hotel) ini merupakan suatu kesungguhan, bukan hanya sekedar ucapan 2. Menurut anda apakah pelanggan dipandang sebagai peluang untuk dilayani, bukan hanya sekedar sumber pendapatan perusahaan (hotel) 3. Menurut anda apakah pada dasarnya perusahaan (hotel) ini bertujuan untuk melayani kebutuhan pelanggannya
<i>Servant Leadership</i>	<ol style="list-style-type: none"> 1. Menurut anda apakah manajemen di perusahaan (hotel) ini secara konsisten mengkomunikasikan pentingnya pelayanan 2. Menurut anda apakah pihak manajemen di perusahaan (hotel) ini secara teratur meluangkan waktu untuk terjun langsung dan berinteraksi dengan pelanggan serta karyawan <i>front-line</i> 3. Menurut anda apakah manajemen di perusahaan (hotel) ini secara konstan mengukur kualitas pelayanan 4. Menurut anda apakah manajemen di perusahaan (hotel) ini menunjukkan bahwa mereka peduli pada pelayanan dan bersedia berkorban untuk itu 5. Menurut anda apakah manajemen di perusahaan (hotel) ini menyediakan fasilitas, bukan hanya sekedar ucapan, untuk meningkatkan kemampuan karyawan dalam memberikan pelayanan terbaik 6. Menurut anda apakah manager di perusahaan (hotel) ini memberikan masukan pribadi dan mencontohkan bagaimana menciptakan pelayanan berkualitas
<i>Customer Treatment</i>	<ol style="list-style-type: none"> 1. Menurut anda apakah karyawan di perusahaan (hotel) ini memperhatikan pelanggan selayaknya mereka ingin diperhatikan 2. Menurut anda apakah karyawan di perusahaan (hotel) ini berusaha sangat keras untuk pelanggan 3. Menurut anda apakah perusahaan (hotel) ini terlihat lebih bersahabat dan santun dibandingkan dengan pesaing perusahaan (hotel) lain
<i>Employee Empowerment</i>	<ol style="list-style-type: none"> 1. Menurut anda apakah karyawan di perusahaan (hotel) ini memiliki cara tersendiri untuk mengurangi ketidaknyamanan pada pelanggan 2. Menurut anda apakah keputusan di perusahaan (hotel) ini dibuat "dekat dengan pelanggan". Dengan kata lain, karyawan sering membuat keputusan penting tanpa meminta persetujuan manajemen 3. Menurut anda apakah karyawan di perusahaan (hotel) ini memiliki kebebasan dan wewenang dalam bertindak secara mandiri untuk menghasilkan pelayanan terbaik
<i>Service Rewards</i>	<ol style="list-style-type: none"> 1. Menurut anda apakah perusahaan (hotel) ini terlihat jelas menjunjung tinggi pelayanan terbaik 2. Menurut anda apakah manajemen di perusahaan (hotel) ini memberikan insentif dan penghargaan yang layak pada semua tingkatan jabatan berdasar kualitas pelayanan, bukan sekedar produktivitas
<i>Service Training</i>	<ol style="list-style-type: none"> 1. Menurut anda apakah setiap karyawan di perusahaan (hotel) ini menerima pelatihan keterampilan pribadi (<i>personal skills training</i>), yang dapat meningkatkan kemampuan karyawan untuk memberikan kualitas pelayanan yang tinggi 2. Menurut anda apakah perusahaan (hotel) ini menghabiskan banyak waktu dan usaha pada kegiatan pelatihan simulasi yang dapat membantu karyawan dalam memberikan tingkat pelayanan yang lebih tinggi ketika berhadapan dengan pelanggan

	<ol style="list-style-type: none"> Menurut anda apakah selama sesi pelatihan, perusahaan (hotel) ini melakukannya disertai latihan untuk mengidentifikasi dan meningkatkan sikap kepada pelanggan
<i>Service Technology</i>	<ol style="list-style-type: none"> Menurut anda apakah perusahaan (hotel) ini meningkatkan kemampuan pelayanan melalui penggunaan teknologi yang paling mutakhir Menurut anda apakah teknologi di perusahaan (hotel) ini digunakan untuk membangun dan mengembangkan tingkatan kualitas pelayanan yang lebih tinggi Menurut anda apakah perusahaan (hotel) ini menggunakan teknologi canggih untuk mendukung tindakan dari karyawan <i>front-line</i>
<i>Service Failure Prevention</i>	<ol style="list-style-type: none"> Menurut anda apakah perusahaan (hotel) ini memiliki cara tersendiri dalam mencegah masalah pelanggan Menurut anda apakah perusahaan (hotel) ini memiliki cara tersendiri dalam mencegah masalah pelanggan daripada bereaksi terhadap setiap masalah yang muncul Menurut anda apakah perusahaan (hotel) ini secara aktif mendengarkan pelanggan
<i>Service Failure Recovery</i>	<ol style="list-style-type: none"> Menurut anda apakah perusahaan (hotel) ini memiliki sistem penanganan komplain pelanggan yang terbaik dalam menindaklanjuti pelayanan yang diberikan Menurut anda apakah perusahaan (hotel) ini telah membentuk tim pemecah masalah untuk meningkatkan kemampuan perusahaan dalam menyelesaikan kegagalan pelayanan Menurut anda apakah perusahaan (hotel) ini memiliki layanan telepon untuk mengkonfirmasi bahwa pelayanan telah diberikan dengan baik Menurut anda apakah perusahaan (hotel) ini memberikan jaminan pelayanan yang nyata kepada setiap pelanggan Menurut anda apakah setiap karyawan di perusahaan (hotel) ini mengetahui faktor-faktor apa yang menentukan baik atau buruknya pelayanan yang diberikan
<i>Service Standard Communication</i>	<ol style="list-style-type: none"> Menurut anda apakah perusahaan (hotel) ini tidak menunggu pelanggan untuk komplain. Perusahaan (hotel) ini menggunakan standar internal untuk menunjukkan kesalahan sebelum perusahaan menerima komplain pelanggan Menurut anda apakah perusahaan (hotel) ini melakukan setiap usaha untuk menjelaskan hasil dari riset pelanggan kepada setiap karyawan dengan cara yang bisa dimengerti Menurut anda apakah setiap karyawan di perusahaan (hotel) ini memahami seluruh standar pelayanan yang telah ditetapkan oleh seluruh departemen Menurut anda apakah perusahaan (hotel) ini telah mengembangkan rantai tujuan yang menghubungkan setiap departemen dalam mendukung visi perusahaan Menurut anda apakah pengukuran kinerja pelayanan di perusahaan (hotel) ini disampaikan secara terbuka kepada seluruh karyawan tanpa melihat jabatan atau fungsi
Kepuasan Kerja	
Pekerjaan itu Sendiri	<ol style="list-style-type: none"> Menghayati pekerjaan saya Beban kerja seimbang dengan kemampuan saya Perusahaan (hotel) menyediakan sarana pelengkap kerja sesuai kebutuhan Perusahaan (hotel) memberikan kesempatan pada karyawan untuk rotasi ke bagian lain Pekerjaan yang saya lakukan sesuai dengan minat saya Karyawan memiliki kebebasan untuk mengembangkan cara baru dalam penyampaian masalah

	<ol style="list-style-type: none"> 7. Kondisi sirkulasi udara tempat kerja sudah baik 8. Tanggung jawab pekerjaan yang diberikan sesuai dengan kemampuan saya
Rekan Kerja	<ol style="list-style-type: none"> 1. Rekan kerja menganggap saya sebagai mitra kerja sejajar 2. Rekan kerja peduli terhadap problem pekerjaan karyawan lain 3. Terdapat suasana kekeluargaan diantara sesama rekan kerja 4. Karyawan bekerja sama dengan semua rekan kerja 5. Menikmati kerja sama yang terjalin diantara sesama rekan kerja 6. Terdapat persaingan yang sehat diantara sesama rekan kerja 7. Terdapat dukungan yang kuat di antara sesama rekan kerja 8. Kritik dari rekan kerja tidak terasa mengganggu saya
Gaji	<ol style="list-style-type: none"> 1. Gaji yang saya terima telah sebanding dengan tanggung jawab yang dibebankan kepada saya 2. Bonus yang diberikan oleh perusahaan (hotel) kepada karyawan sesuai 3. Perusahaan (hotel) memberikan tunjangan kesehatan yang memadai kepada karyawan 4. Fasilitas kerja karyawan dengan jabatan yang sama nampak seragam 5. Ada kebijaksanaan cuti yang diberikan oleh perusahaan kepada karyawan 6. Perusahaan (hotel) memberikan penghargaan atas hasil kerja saya 7. Perusahaan (hotel) memberikan gaji lembur yang sesuai 8. Gaji yang diberikan perusahaan (hotel) adil di antara karyawan
Promosi	<ol style="list-style-type: none"> 1. Karyawan berkesempatan mengikuti program pelatihan dan pengembangan untuk meningkatkan kemampuan 2. Kriteria promosi karir adil 3. Peluang pengembangan karir lebih ditentukan berdasarkan kualitas prestasi kerja 4. Setiap karyawan berkesempatan mencapai jabatan tertentu 5. Informasi kesempatan promosi terbuka bagi karyawan 6. Pemimpin memberikan dorongan untuk karir saya 7. Terdapat kesempatan bagi karyawan untuk mengembangkan aktualisasi diri 8. Karyawan memiliki peluang untuk mengembangkan karir
Supervisi	<ol style="list-style-type: none"> 1. Pemimpin memberikan motivasi kepada karyawan untuk meningkatkan hasil kerja 2. Pemimpin memperhatikan ide-ide karyawan 3. Pemimpin mampu bersikap tegas pada karyawan di saat yang tepat 4. Pemimpin memberikan dukungan dalam meningkatkan hasil kerja 5. Pemimpin bersedia membantu karyawan dalam menyelesaikan tugas demi kepentingan bersama 6. Pemimpin memberikan pujian atas keberhasilan kerja karyawan 7. Pemimpin memberikan kesempatan kepada saya untuk memahami informasi baru yang berkaitan dengan perkembangan perusahaan 8. Pemimpin memberikan kepercayaan terhadap pekerjaan yang saya lakukan
Komitmen Organisasi	
Komitmen Afektif	<ol style="list-style-type: none"> 1. Saya akan merasa bahagia sekali menghabiskan waktu saya untuk berkarir di perusahaan ini 2. Saya menikmati ketika mendiskusikan perusahaan ini dengan orang di luar perusahaan 3. Saya sungguh merasa bahwa masalah perusahaan ini adalah masalah saya 4. Saya pikir saya tidak dapat secara mudah terikat dengan perusahaan lain seperti pada perusahaan ini 5. Saya merasa seperti menjadi bagian keluarga dari perusahaan ini 6. Saya merasa terikat secara emosional dengan perusahaan ini

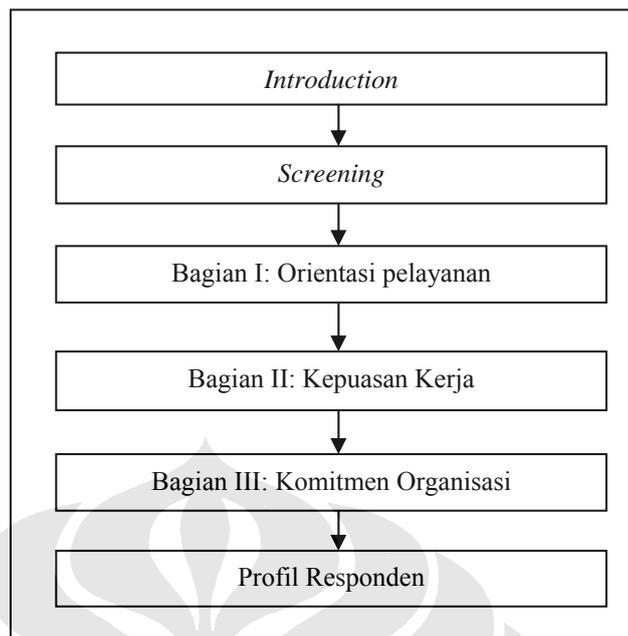
	<ol style="list-style-type: none"> 7. Perusahaan ini memiliki arti yang besar bagi diri saya sendiri 8. Saya merasakan suatu rasa memiliki yang kuat terhadap perusahaan ini
Komitmen Kontinuan	<ol style="list-style-type: none"> 1. Saya takut tentang apa yang mungkin terjadi jika saya berhenti dari perusahaan ini tanpa memiliki pilihan tempat lain yang akan menerima saya 2. Adalah sangat sulit bagi saya untuk meninggalkan perusahaan ini meskipun saya menginginkannya 3. Terlalu banyak hal dalam kehidupan saya yang akan terganggu jika saya memutuskan meninggalkan perusahaan ini 4. Saya harus membayar dengan mahal (pengorbanan finansial) untuk keluar dari perusahaan ini sekarang juga 5. Saat ini, tetap berada di perusahaan ini adalah masalah kebutuhan sama halnya dengan keinginan 6. Satu pilihan utama saya melanjutkan bekerja di perusahaan ini adalah bahwa dengan keluar akan membutuhkan pengorbanan personal yang cukup besar, perusahaan lain mungkin tidak memberikan semua keuntungan yang saya dapatkan di perusahaan ini 7. Satu dari sedikit konsekuensi serius meninggalkan perusahaan ini adalah kelangkaan lowongan kerja yang tersedia 8. Saya merasa bahwa saya mempunyai terlalu sedikit pilihan sebagai pertimbangan untuk keluar dari perusahaan ini
Komitmen Normatif	<ol style="list-style-type: none"> 1. Saya berpikir bahwa orang-orang sekarang terlalu sering berpindah dari satu perusahaan ke perusahaan lain 2. Saya percaya bahwa seseorang harus selalu setia kepada perusahaannya 3. Berpindah dari satu perusahaan ke perusahaan lain merupakan suatu hal yang tidak etis bagi saya 4. Satu pilihan saya untuk tetap bekerja di perusahaan ini adalah saya yakin bahwa loyalitas penting dan karenanya saya merasa memiliki kewajiban moral untuk tinggal 5. Jika saya mendapat tawaran kerja yang lebih baik di perusahaan lain, saya merasa bukanlah hal yang benar untuk meninggalkan perusahaan ini 6. Saya mendapatkan pelajaran dan meyakini nilai untuk tetap loyal pada satu perusahaan 7. Menurut saya, akan lebih baik bila seseorang tetap tinggal pada satu perusahaan hingga akhir karir mereka 8. Saya merasa bahwa keinginan untuk menjadi pegawai tetap dalam sebuah perusahaan merupakan hal yang bijaksana

Sumber: Tabel hasil olahan peneliti

3.6 Desain/Sistematika Kuesioner

Untuk penggambaran yang lebih jelas mengenai kuesioner yang akan digunakan dalam penelitian ini, peneliti membuat sebuah bagan kuesioner. Bagian awal kuesioner berupa *introduction* hingga bagian akhir kuesioner berupa profil responden, bagan desain kuesioner dapat dilihat pada gambar 3-3 dibawah ini:

Gambar 3-3 Desain Kuesioner



Sumber: Bagan hasil olahan peneliti

1. *Introduction*

Bagian ini merupakan tahap perkenalan yang berisi mengenai profil peneliti, yaitu nama peneliti, tingkat semester, dan asal universitas. Selain itu diberitahukan juga tujuan dari penelitian ini, tema penelitian yang sedang dilakukan, dan meminta kesediaan responden untuk mengisi kuesioner ini.

2. *Screening*

Bagian ini ditujukan untuk melakukan identifikasi apakah responden yang mengisi kuesioner merupakan bagian dari *population of interest* atau tidak, yang mencakup pertanyaan mengenai apakah responden telah bekerja di perusahaan selama satu tahun lamanya.

3. Bagian I: Orientasi pelayanan

Bagian ini ditujukan untuk mengetahui pendapat responden mengenai faktor-faktor orientasi pelayanan yang telah diterapkan di perusahaan. Variabel dari pertanyaan yang mewakili bagian ini adalah *service vision*, *servant leadership*, *customer treatment*,

employee empowerment, service rewards, service training, service technology, service failure prevention, service failure recovery, dan service standard communication.

4. Bagian II : Kepuasan Kerja

Bagian ini ditujukan untuk mengetahui pendapat responden mengenai faktor-faktor yang dapat mendorong kepuasan kerja karyawan atas pekerjaannya. Variabel dari pertanyaan yang mewakili bagian kepuasan kerja adalah pekerjaan itu sendiri, rekan kerja, gaji, promosi, dan supervisi.

5. Bagian III : Komitmen Organisasi

Bagian ini ditujukan untuk mengetahui pendapat responden mengenai faktor-faktor yang menyebabkan karyawan memiliki komitmen terhadap organisasi atau perusahaan. Variabel dari pertanyaan yang mewakili bagian ini adalah komitmen afektif, komitmen kontinuan, atau komitmen normatif.

6. Profil Responden

Bagian ini merupakan bagian akhir dari kuesioner yang ditujukan untuk mengetahui latar belakang responden. Informasi yang ingin diperoleh adalah jenis kelamin, usia, masa kerja, tingkat pendidikan, dan status pernikahan.

3.7 Metode Analisis Data

3.7.1 Uji Validitas dan Reliabilitas

Untuk menguji kelayakan konstruk dari pertanyaan-pertanyaan yang diajukan pada kuesioner penelitian, peneliti kemudian melakukan uji validitas dan reliabilitas. Evaluasi ini dilakukan terhadap setiap konstruk secara terpisah melalui evaluasi terhadap validitas konstruk dan evaluasi terhadap reliabilitas konstruk (Sitinjak dan Sugiarto, 2006).

Validitas berhubungan dengan apakah suatu variabel mengukur apa yang seharusnya diukur (Sitinjak dan Sugiarto, 2006). Validitas dalam penelitian ini menyatakan derajat

ketepatan alat ukur penelitian terhadap isi atau arti sebenarnya yang diukur. Suatu instrumen penelitian dianggap valid jika informasi yang ada pada tiap indikator berkorelasi erat dengan informasi dari indikator-indikator tersebut sebagai satu kesatuan.

Menurut Ridgon dan Ferguson (1991) dan Doll, Xia, Torkzadeh (1994) dalam Wijanto (2008) menyatakan suatu variabel dapat dikatakan mempunyai validitas yang baik terhadap konstruk atau variabel latennya, jika:

- Nilai *t-value* lebih > 1,96 pada tingkat kepercayaan 95%.
- Muatan faktor standarnya (*standardized loading factors*) $\geq 0,70$. Sementara itu, Igarria et al., (1997) menyatakan bahwa *standardized loading factors* $\geq 0,50$ adalah sangat signifikan. Igarria et al., (1997) menambahkan, jika ada nilai muatan faktor standar < 0,50 tetapi masih $\geq 0,30$ maka variabel yang terkait bisa dipertimbangkan untuk tidak dihapus.

Reliabilitas adalah konsistensi suatu pengukuran (Wijanto, 2008). Reliabilitas yang tinggi menunjukkan bahwa indikator-indikator (variabel-variabel teramati mempunyai konsistensi tinggi dalam mengukur variabel latennya). Menurut Hair et. al., (1995) dalam Sitinjak dan Sugiarto (2006) pengukuran reliabilitas untuk SEM dapat dilakukan dengan menggunakan *Composite Reliability* atau *Construct Reliability Measure*. Reliabilitas suatu konstruk dikatakan baik, jika nilai *construct reliability*-nya $\geq 0,70$ (Wijanto, 2008).

$$\text{Construct Reliability} = (\Sigma\lambda)^2 / [(\Sigma\lambda)^2 + \Sigma(\theta)]$$

Dimana :

λ = *Loading indicator*

θ = *Error variance indicator*

3.7.2 Analisis Model Persamaan Struktural

Structural Equation Modeling (SEM) merupakan suatu teknik statistik yang mampu menganalisis variabel laten, variabel teramati, dan kesalahan pengukuran secara langsung. SEM mampu menganalisis hubungan antara variabel laten dengan variabel indikatornya, hubungan antara variabel laten yang satu dengan variabel laten yang lain, juga mengetahui besarnya kesalahan pengukuran (Sitinjak dan Sugiarto, 2006). Hal tersebut sejalan dengan pendapat ahli yang mengatakan SEM tidak seperti analisis *multivariate* biasa yang tidak bisa menguji regresi berganda ataupun analisis faktor secara bersama-sama (Bollen, 1989 dalam Ghozali 2005). Disamping hubungan kausal searah, SEM juga memungkinkan menganalisis hubungan dua arah.

Setelah model terbentuk, maka diperlukan analisis dalam uji kecocokan model, indikator-indikator yang dapat digunakan antara lain (Wijanto, 2008):

1. *Chi square /degrees of freedom* (χ^2/df)

Chi-Square digunakan untuk menguji seberapa dekat kecocokan antara matrik kovarian sampel dengan matrik kovarian model. Joreskog dan Sorbom (1989) mengatakan bahwa χ^2 seharusnya lebih diperlakukan sebagai ukuran *goodness of fit* (atau *badness of fit*) dan bukan sebagai uji statistik. χ^2 dapat disebut juga sebagai *badness of fit* karena nilai χ^2 yang besar menunjukkan kecocokan yang tidak baik (*bad fit*) sedangkan nilai χ^2 yang kecil menunjukkan *good fit* (kecocokan yang baik).

2. *Non-Centrality Parameter* (NCP)

NCP merupakan ukuran perbedaan antara matrik kovarian sampel (Σ) dengan matrik kovarian model ($\Sigma(\theta)$). NCP juga merupakan ukuran *badness of fit* dimana semakin besar perbedaan antara Σ dengan $\Sigma(\theta)$ semakin besar nilai NCP. Jadi, kita perlu mencari NCP yang nilainya kecil atau rendah.

3. *Goodness of Fit Indices (GFI)*

GFI dapat diklasifikasikan sebagai uji kecocokan absolut, karena pada dasarnya GFI membandingkan model yang dihipotesiskan dengan tidak ada model sama sekali. Nilai GFI harus berkisar antara 0 (*poor fit*) sampai 1 (*perfect fit*), dan nilai $GFI \geq 0,90$ merupakan *good fit* (kecocokan yang baik), sedangkan $0,80 \leq GFI < 0,90$ sering disebut *marginal fit*.

4. *Root Mean Square Residual (RMR)*

RMR mewakili nilai rerata residual yang diperoleh dari mencocokkan matrik varian-kovarian dari model yang dihipotesiskan dengan matrik varian-kovarian dari data sampel. *Standardized RMR* mewakili nilai rerata seluruh *standardized residuals*, dan mempunyai rentang dari 0 ke 1. Model yang mempunyai kecocokan yang baik (*good fit*) akan mempunyai nilai *Standardized RMR* $< 0,05$.

5. *Root Mean Square Error of Approximation*

RMSEA merupakan salah satu indeks yang informatif dalam SEM. Nilai $RMSEA \leq 0,05$ menandakan *close fit*, sedangkan $0,05 < RMSEA \leq 0,08$ menunjukkan *good fit* (Brown dan Cudek, 1993). McCallum (1996) menambahkan bahwa nilai RMSEA antara 0,08 sampai 0,10 menunjukkan *mediocre (marginal fit)*, serta nilai $RMSEA > 0,10$ menunjukkan *poor fit*.

6. *Expected Cross-Validation Index (ECVI)*

ECVI diusulkan sebagai sarana untuk menilai, dalam sampel tunggal, *likelihood* bahwa model divalidasi silang (*cross-validated*) dengan sampel-sampel dengan ukuran yang sama dari populasi yang sama (Browne dan Cudeck, 1989). ECVI digunakan untuk perbandingan model dan semakin kecil nilai ECVI sebuah model semakin baik tingkat kecocokannya.

7. Adjusted Goodness-of-Fit Index (AGFI)

AGFI adalah perluasan dari GFI yang disesuaikan dengan rasio antara *degree of freedom* dari *null/independence/baseline* model dengan *degree of freedom* dari model yang dihipotesiskan atau diestimasi. Seperti halnya GFI, nilai AGFI berkisar antara 0 sampai 1. Nilai $AGFI \geq 0,90$ menunjukkan *good fit*, sedangkan $0,80 \leq AGFI < 0,90$ sering disebut sebagai *marginal fit*.

8. Normed Fit Index (NFI)

NFI mempunyai nilai yang berkisar antara 0 sampai 1. Nilai $NFI \geq 0,90$ menunjukkan *good fit*, sedangkan $0,80 \leq NFI < 0,90$ sering disebut sebagai *marginal fit*.

9. Relative Fit Index (RFI)

Nilai RFI akan berkisar antara 0 sampai 1. Nilai $RFI \geq 0,90$ menunjukkan *good fit*, sedangkan $0,80 \leq RFI < 0,90$ sering disebut sebagai *marginal fit*.

10. Incremental Fit Index (IFI)

Nilai IFI akan berkisar antara 0 sampai 1. Nilai $IFI \geq 0,90$ menunjukkan *good fit*, sedangkan $0,80 \leq IFI < 0,90$ sering disebut sebagai *marginal fit*.

11. Comparative Fit Index (CFI)

Nilai CFI berkisar antara 0 sampai 1. Nilai $CFI \geq 0,90$ menunjukkan *good fit*, sedangkan $0,80 \leq CFI < 0,90$ sering disebut sebagai *marginal fit*.

Pada penelitian ini peneliti menggunakan program *Lisrel* sebagai sarana pengolahan data. Program ini mengharuskan peneliti menulis perintah *syntax* (perintah persamaan) dan hasilnya adalah *path diagram* yang dapat memberikan informasi mengenai *loading factor*, *t-value*, serta *error variance* dari indikator-indikator dalam variabel laten, serta hubungan kausal antara variabel eksogen dengan variabel endogen.