

## BAB 3

### METODE PENELITIAN

#### 3.1. Jenis Penelitian

Metode penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah penelitian kuantitatif. Penelitian kuantitatif merupakan salah satu jenis penelitian yang berfokus pada perilaku tertentu yang dapat diukur melalui perhitungan (Cozby & Bates, 2012). Cozby dan Bates (2012) juga menyatakan bahwa penelitian kuantitatif harus didasarkan oleh analisis data statistik.

Penelitian kuantitatif ini menggunakan jenis penelitian kuantitatif korelasional. Penelitian kuantitatif korelasional bertujuan untuk menggambarkan dan mengukur hubungan antara dua atau lebih variabel (Creswell, 2014).

#### 3.2. Identifikasi dan Definisi Operasional Variabel

##### 3.2.1. Identifikasi Variabel

Penelitian ini menggunakan dua variabel, yaitu variabel tergantung dan variabel bebas. Variabel-variabel yang digunakan dalam penelitian ini adalah

Variabel tergantung : *Work engagement*

Variabel bebas : *Meaningfulness*

### 3.2.2. Definisi Operasional Variabel

*Work engagement* adalah suatu kondisi individu yang sedang menjalankan peran kerja dapat melakukan pekerjaannya dengan mengekspresikan dirinya secara maksimal. Kondisi tersebut juga dapat terlihat dari bagaimana seseorang bersemangat, mau terlibat, merasa puas, dan antusias saat bekerja. *Work engagement* dapat diukur melalui tiga aspek, yaitu *vigor*, *dedication*, dan *absorption*. Semakin tinggi skor, maka semakin tinggi pula tingkat *work engagement*, dan sebaliknya.

*Meaningfulness* merupakan sebuah refleksi dari sebuah pekerjaan yang dapat memberikan makna, tujuan, dan nilai bagi individu, sehingga dapat memberi dampak positif bagi karyawan dan juga organisasi. *Meaningfulness* terdiri dari tiga aspek, yaitu *positive meaning*, *meaning making*, dan *greater good motivations*. Tingkat *meaningfulness* yang tinggi akan ditandai dengan skor yang tinggi, dan juga sebaliknya.

### 3.3. Subjek Penelitian

#### 3.3.1. Populasi

Menurut Cozby dan Bates (2012), populasi adalah keseluruhan dari individu yang akan diteliti. Dalam penelitian ini, populasi yang akan digunakan adalah generasi milenial dengan rentang usia 24-39 tahun yang sudah bekerja minimal satu tahun. Subjek dalam penelitian ini berasal dari beberapa kota, diantaranya Jakarta, Semarang, Tangerang, dan Bekasi.

### 3.3.2. Teknik Pengambilan Sampel

Sampel merupakan kelompok yang dipilih dari populasi untuk diteliti (Coolican, 2014). Untuk mendapatkan sampel yang sesuai dengan tujuan dan karakteristik yang telah ditetapkan, peneliti perlu menggunakan teknik *sampling*. Teknik *sampling* yang digunakan dalam penelitian ini adalah *accidental sampling*. *Accidental sampling* adalah sebuah teknik untuk menentukan sampel dengan menentukan orang berdasarkan ketersediaannya (Cozby & Bates, 2012).

Dalam penelitian ini, sampel yang digunakan adalah generasi milenial dan sudah bekerja minimal satu tahun. Lokasi yang digunakan dalam penelitian ini adalah Jakarta, Semarang, Tangerang, dan Bekasi.

### 3.3.3. Metode Pengumpulan Data

Penelitian ini merupakan penelitian payung yang dilakukan bersama Lucia Trisni Widhianingtanti S.Psi., M.Si dan Eugenius Tintus Reinaldi, S.Psi., M.Psi. Dalam penelitian ini, alat pengumpulan data yang akan digunakan peneliti adalah skala likert. Dengan menggunakan skala likert, subjek akan diminta untuk memilih satu dari beberapa alternatif pilihan jawaban.

Peneliti menggunakan skala yang telah diadaptasi melalui proses *back translation* milik Beaton, Bombardier, Guillemin, dan Ferraz (2000). Beaton, dkk (2000) menjelaskan bahwa proses adaptasi skala dilakukan untuk memaksimalkan kesetaraan semantik, idiomatik, pengalaman, dan konseptual antara sumber dan kuesioner target. Proses ini dilakukan

melalui enam tahap. Tahap pertama merupakan tahap "*Initial Translation*". Tahap ini dilakukan dengan mengubah bahasa asli skala (Bahasa Inggris) menjadi bahasa target (Bahasa Indonesia). Tahap kedua merupakan tahap "*Synthesis of The Translation*". Dalam tahap ini, peneliti akan menyimpulkan hasil terjemahan secara umum. Selanjutnya merupakan tahap "*Back Translation*". Dalam tahap ini, kesimpulan terjemahan diubah ke dalam bahasa asli (Bahasa Inggris) oleh orang yang berbeda.

Tahap keempat adalah tahap "*Expert Committee*". Tahap ini bertujuan untuk melakukan *review* semua hasil terjemahan dan melihat perbedaan dari tiap hasil terjemahan. Setelah itu, *expert committee* akan menghasilkan beberapa keputusan, seperti kesetaraan semantik, kesetaraan idiomatik, kesetaraan pengalaman, dan kesetaraan konseptual. Tahap kelima merupakan tahap "*Test of The Prefinal Version*". Dalam tahap ini, peneliti menyebarkan kuesioner kepada 30 sampai 40 orang untuk menguji validitas dari kuesioner. Tahap keenam merupakan tahap "*Submission of Documentation to The Developers or Coordinating Committee for Appraisal of The Adoption Process*". Dalam tahap ini peneliti mengirim semua laporan dan formulir kepada pihak pengembangan instrumen. Pihak tersebut akan melakukan verifikasi bahwa tahapan yang direkomendasikan telah diikuti dan laporan telah mencerminkan proses yang baik.

Skala yang akan digunakan untuk mengukur variabel dalam penelitian ini adalah

a. Skala *work engagement*

Skala *work engagement* yang digunakan merupakan *Utrecht Work Engagement Scale* (UWES) yang diadaptasi dan telah direvisi. Skala ini berisi 17 item *favorable*. Skala ini memiliki tujuh alternatif jawaban yang terdiri dari tidak pernah, hampir tidak pernah, jarang, kadang-kadang, sering, sangat sering, dan selalu.

Subjek memilih jawaban tidak pernah saat tidak pernah merasakan hal yang sama sesuai dengan pernyataan. Subjek memilih jawaban hampir tidak pernah saat merasa sesuai dengan pernyataan sebanyak beberapa kali dalam setahun atau kurang. Subjek memilih jawaban jarang saat merasa sesuai dengan pernyataan sebanyak satu kali dalam sebulan atau kurang. Subjek memilih jawaban kadang-kadang saat merasa sesuai dengan pernyataan sebanyak beberapa kali dalam satu bulan. Subjek memilih jawaban sering saat merasa sesuai dengan pernyataan sebanyak satu kali dalam seminggu. Subjek memilih jawaban sangat sering saat merasa sesuai dengan pernyataan sebanyak beberapa kali dalam seminggu. Terakhir, subjek memilih jawaban selalu saat merasa sesuai dengan pernyataan setiap hari.

Dalam melakukan *scoring*, tiap alternatif jawaban memiliki nilai yang berbeda. Skor 0 diberikan untuk jawaban tidak pernah, skor 1 untuk jawaban hampir tidak pernah, skor 2 untuk jawaban jarang, skor 3 untuk kadang-kadang, skor 4 untuk sering, skor 5 untuk sangat sering, dan skor 6 untuk selalu.

Tabel 3. 1 *Blue-Print* Skala *Work Engagement*

| No            | Aspek             | Item      |
|---------------|-------------------|-----------|
| 1             | <i>Vigor</i>      | 6         |
| 2             | <i>Dedication</i> | 5         |
| 3             | <i>Absorption</i> | 6         |
| <b>Jumlah</b> |                   | <b>17</b> |

b. Skala *meaningfulness*

Skala *meaningfulness* yang digunakan merupakan skala *Working and Meaning Inventory* (WAMI) yang sudah melalui proses adaptasi. Skala ini memiliki 10 item yang terdiri dari sembilan item *favorable* (1, 2, 4, 5, 6, 7, 8, 9, dan 10) dan satu item *unfavorable* (3). Skala ini memiliki lima alternatif jawaban yang terdiri dari Sangat Tidak Setuju (STS), Tidak Setuju (TS), Netral (N), Setuju (S), dan Sangat Setuju (SS).

Pada item *favorable* skor tertinggi 5 diberikan diberikan untuk jawaban Sangat Setuju (SS), skor 4 untuk jawaban Setuju (S), skor 3 untuk jawaban Netral (N), skor 2 untuk jawaban Tidak Setuju (TS), dan skor 1 untuk jawaban Sangat Tidak Setuju (STS).

Pada item *unfavorable* skor tertinggi 5 diberikan diberikan untuk jawaban Sangat Tidak Setuju (STS), skor 4 untuk jawaban Tidak Setuju (TS), skor 3 untuk jawaban Netral (N), skor 2 untuk jawaban Setuju (S), dan skor 1 untuk jawaban Sangat Setuju (SS).

Tabel 3. 2 *Blue-Print* Skala *Meaningfulness*

| No            | Aspek                           | Item      |             | Jumlah    |
|---------------|---------------------------------|-----------|-------------|-----------|
|               |                                 | Favorable | Unfavorable |           |
| 1             | <i>Positive Meaning</i>         | 4         | -           | 4         |
| 2             | <i>Meaning Making</i>           | 3         | -           | 3         |
| 3             | <i>Greater Good Motivations</i> | 2         | 1           | 3         |
| <b>Jumlah</b> |                                 | <b>9</b>  | <b>1</b>    | <b>10</b> |



### **3.4. Uji Coba Alat Ukur**

#### **3.4.1. Uji Validitas**

Validitas merupakan salah satu syarat yang penting agar alat ukur dapat digunakan. Menurut Coolican (2014), alat ukur akan valid jika mengukur apa yang seharusnya diukur. Alat ukur yang digunakan akan diuji dengan menggunakan pengujian *Confirmatory Factor Analysis* (CFA). *Confirmatory factor analysis* bertujuan untuk mengukur validitas konstruk. Validitas konstruk digunakan untuk mengetahui ketepatan variabel yang digunakan dalam metode penelitian (Cozby & Bates, 2012). Dengan menggunakan *confirmatory factor analysis* (CFA), peneliti dapat mengetahui item-item yang terdapat dalam suatu faktor dan hubungan satu faktor dengan faktor lainnya, saling melengkapi atau tidak (Pituch & Stevens, 2016).

#### **3.4.2. Uji Reliabilitas**

Reliabilitas merupakan sejauh mana pengukuran dapat diulangi dan mendapatkan hasil yang serupa (konsisten) (Coolican, 2014). Pengukuran dapat dikatakan reliabel saat pengukuran tersebut stabil, konsisten, dan tepat (Cozby & Bates, 2012). Dalam penelitian ini, peneliti menggunakan *Alpha Cronbach* untuk menguji reliabilitas.

### **3.5. Metode Analisis Data**

Metode analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah *Pearson Product Moment*. *Pearson Product Moment* bertujuan untuk

menghitung koefisien korelasi penelitian (Cozby & Bates, 2012). Maka dari itu, dalam penelitian ini *Pearson Product Moment* digunakan untuk menguji bagaimana korelasi dari *meaningfulness* dan *work engagement* pada generasi milenial.

