

## **BAB 3 METODE PENELITIAN**

### **3.1. Jenis Penelitian**

Metode penelitian yang akan digunakan dalam penelitian ini adalah dengan pendekatan metode penelitian kuantitatif dengan menggunakan jenis penelitian korelasional. Metode penelitian kuantitatif adalah penelitian yang mengungkapkan gejala secara holistik-kontekstual melalui pengumpulan data yang spesifik, jelas, dan rinci (Hardani, 2020). Rancangan penelitian ini menggunakan jenis penelitian korelasional dengan tujuan untuk menguji secara empiris hubungan antara dua variabel. Dalam penelitian ini, peneliti akan menguji korelasi antara harga diri dalam konteks organisasi dengan komitmen organisasi.

### **3.2. Identifikasi Variabel Penelitian**

#### **3.2.1. Identifikasi Variabel Penelitian**

Variabel yang akan diuji dalam penelitian ini diidentifikasi sebagai berikut:

Variabel Tergantung : Komitmen Organisasi

Variabel Bebas : Harga Diri Dalam Konteks Organisasi

### 3.2.2. Definisi Operasional Variabel Penelitian

#### a) Komitmen Organisasi

Komitmen Organisasi merupakan sikap terhadap organisasi berupa ikatan psikologis pada karyawan dan organisasi yang mempengaruhi sejauh mana individu dapat mengidentifikasi tujuan dan nilai organisasi untuk tetap berada dalam organisasi tersebut. Pada penelitian ini, peneliti menggunakan tiga aspek komitmen organisasi yang dikemukakan Mowday dkk (1982) yaitu, kesediaan untuk mengerahkan upaya yang cukup besar atas nama organisasi, kepercayaan dan penerimaan yang kuat terhadap tujuan dan nilai organisasi, dan keinginan yang kuat untuk mempertahankan keanggotaan dalam organisasi.

Data komitmen organisasi akan diperoleh dari penyebaran skala komitmen organisasi yang disusun berdasarkan pada tiga aspek komitmen organisasi menurut Mowday dkk (1982). Semakin tinggi skor yang diperoleh dari skala komitmen organisasi maka semakin tinggi tingkat komitmen organisasi, begitu pula sebaliknya.

#### b) Harga Diri Dalam Konteks Organisasi

Harga diri dalam konteks organisasi adalah penilaian anggota organisasi, sejauh mana anggota percaya bahwa mereka dapat memenuhi kebutuhan mereka dengan berpartisipasi sebagai peran dalam konteks organisasi. Pada penelitian ini, harga diri dalam konteks organisasi diukur berdasarkan aspek-aspek harga diri menurut Coopersmith (1978) yang kemudian diterapkan ke dalam organisasi, yaitu aspek kebermaknaan (*significant*), aspek kekuasaan (*power*), aspek kompetensi (*competence*) dan aspek kebajikan (*virtue*).

Data harga diri dalam konteks organisasi diperoleh dari skala harga diri yang disusun berdasarkan empat aspek harga diri Coopersmith (1978) dan diterapkan ke dalam organisasi. Semakin tinggi skor yang diperoleh dari skala harga diri dalam konteks organisasi maka semakin tinggi tingkat harga diri dalam konteks organisasi, begitu pula sebaliknya.

### **3.3. Populasi dan Teknik Sampling**

#### **3.3.1. Populasi**

Populasi merupakan keseluruhan objek atau subjek penelitian dalam wilayah generalisasi yang memiliki kuantitas dan karakteristik tertentu (Hardani, 2020). Populasi akan ditentukan dengan pertimbangan permasalahan, tujuan, hipotesis, metode dan instrumen penelitian. Karakteristik populasi dalam penelitian ini adalah karyawan yang bekerja di PT. IRJ, dan masa abdi kerja sudah satu tahun atau satu tahun lebih.

#### **3.3.2. Teknik Sampling**

Dalam pemilihan sampel, haruslah menggunakan sampel dari populasi yang benar-benar dapat mewakili populasi yang diteliti (Siyoto & Sodik, 2015). Dengan pertimbangan tersebut peneliti menggunakan teknik *accidental sampling* dengan pertimbangan alat ukur yang disebarakan kepada karyawan diwakili oleh penanggung jawab perusahaan. *accidental sampling* merupakan teknik dalam menentukan sampel berdasarkan kebetulan, yaitu subjek yang secara kebetulan bertemu dengan peneliti dapat dipakai sebagai sampel, jika dipandang orang yang

kebetulan ditemui itu cocok untuk dijadikan sebagai sumber data. (Siyoto & Sodik, 2015).

Dengan teknik tersebut maka karyawan yang secara tidak sengaja mendapatkan dan mengerjakan alat ukur dapat dikatakan sebagai *accidental sampling*. Sampel yang digunakan dengan kriteria bahwa karyawan tersebut bekerja di PT. IRJ Jakarta.

### 3.4. Alat Ukur

#### 3.4.1. Alat Pengumpulan Data

Penelitian ini menggunakan metode pengambilan data dengan menggunakan skala *likert* yang terbagi menjadi dua item pernyataan yang terdiri dari item *favourable* dan item *unfavourable*. Prinsip pokok skala *likert* adalah menentukan posisi kedudukan seseorang dalam suatu kontinum sikap terhadap objek sikap, bermulai dari sikap sangat negatif sampai dengan sangat positif (Widoyoko, 2017).

Skala yang akan digunakan dalam penelitian ini terbagi menjadi dua skala, yaitu skala harga diri dalam konteks organisasi dan skala komitmen organisasi. Setiap skala menggunakan jenis skala *likert* yang terdiri dari item-item dengan empat pilihan jawaban yaitu Sangat Setuju (SS), Setuju (S), Tidak Setuju (TS), dan Sangat Tidak Setuju (STS). Skor dalam skala penilaian pernyataan *favourable* subjek akan mendapat skor 4 apabila memilih SS, mendapat skor 3 apabila memilih S, mendapat skor 2 apabila memilih TS, dan mendapat skor 1 apabila memilih STS. Sedangkan untuk item *unfavourable* subjek akan mendapat skor 1 apabila memilih SS, mendapat

skor 2 apabila memilih S, mendapat skor 3 apabila memilih TS, mendapat skor 4 apabila memilih STS.

### 3.4.2. Blueprint

#### a) Komitmen Organisasi

Skala ini dibuat untuk mengetahui tingkat komitmen yang dimiliki karyawan terhadap organisasinya. Dalam skala komitmen organisasi peneliti menggunakan tiga aspek komitmen organisasi menurut Mowday dkk (1982) dalam mengukur tingkat komitmen organisasi karyawan. Aspek-aspek tersebut adalah kepercayaan dan penerimaan yang kuat terhadap tujuan dan nilai organisasi, kesediaan untuk mengerahkan upaya yang cukup besar atas nama organisasi, dan kesediaan untuk mengerahkan upaya yang cukup besar atas nama organisasi.

**Tabel 3.1 Blue Print Skala Komitmen Organisasi**

No	Aspek-aspek	Item		Jumlah
		<i>Favorable</i>	<i>Unfavorable</i>	
1	kepercayaan dan penerimaan yang kuat terhadap tujuan dan nilai organisasi	5	5	10
2	kesediaan untuk mengerahkan upaya yang cukup besar atas nama organisasi	6	6	12
3	keinginan yang kuat untuk mempertahankan keanggotaan dalam organisasi	6	6	12
<b>Jumlah</b>		<b>17</b>	<b>17</b>	<b>34</b>

b) Harga Diri Dalam Konteks Organisasi

Skala harga diri dalam konteks organisasi dibuat untuk mengetahui tingkat harga diri dalam konteks organisasi karyawan didalam organisasi. Pierce dkk. (1989) mengukur harga diri dalam konteks organisasi dengan mengambil inti dari aspek harga diri Coopersmith (1978) yang dikonseptualisasikan ke dalam organisasi.

Skala harga diri dalam konteks organisasi mengacu pada aspek-aspek harga diri menurut Coopersmith (1978) yaitu, aspek kebermaknaan (*significant*), aspek kekuasaan (*power*), aspek kompetensi (*competence*), dan aspek kebajikan (*virtue*).

**Tabel 3.2 Blueprint Skala Harga Diri Dalam Konteks Organisasi**

No	Aspek-aspek	Item		Jumlah
		<i>Favorable</i>	<i>Unfavorable</i>	
1	<i>Significant</i>	4	4	8
2	<i>Power</i>	4	4	8
3	<i>Competence</i>	4	4	8
4	<i>Virtue</i>	4	4	8
<b>Jumlah</b>		<b>16</b>	<b>16</b>	<b>32</b>

### 3.5. Uji Validitas dan Uji Reliabilitas Alat Ukur

#### 3.5.1. Uji Validitas Alat Ukur

Uji Validitas merupakan pengujian alat ukur yang akan digunakan dapat mengukur apa yang seharusnya diukur (Sugiyono, 2013). Dalam penelitian ini pengujian validitas alat ukur termasuk kedalam kategori validitas konstruksi (*construct validity*). Validitas alat ukur harga diri dalam konteks organisasi dan komitmen organisasi diuji dengan menggunakan teknik korelasi *Pearson Product Moment*.

Nilai koefisien korelasi hasil perhitungan di atas akan dikoreksi kembali menggunakan teknik korelasi *Part Whole*.

### **3.5.2. Uji Reliabilitas Alat Ukur**

Reliabilitas alat ukur merupakan sejauh mana alat ukur dapat dengan konsisten mengukur berkali-kali dan menghasilkan data yang sama (Sugiyono, 2013). Uji reliabilitas alat ukur pada penelitian ini menggunakan teknik *Alpha Cronbach* dengan bantuan perangkat lunak *SPSS for Windows*.

### **3.6. Metode Analisis Data**

Setelah menyelesaikan pengambilan data, peneliti akan menganalisis data yang diperoleh dari jawaban partisipan atas kuesioner/angket yang disebar oleh peneliti. Analisa data akan menggunakan teknik korelasi *pearson product moment*, dengan bantuan perangkat lunak statistika *SPSS for Windows*. Analisa data yang dilakukan akan menjawab pengujian secara empiris hipotesis penelitian, sehingga dapat mengetahui ada atau tidaknya hubungan antara variabel harga diri dalam konteks organisasi dengan variabel komitmen organisasi yang akan diuji.