

BAB III

METODE PENELITIAN

Bab tiga ini membahas tentang desain penelitian, definisi operasional, dan pengukuran, pengujian instrument penelitian, Teknik penyampelan, objek penelitian, metode pengumpulan data, dan analisis data.

3.1 Desain Penelitian

Desain penelitian merupakan suatu rancangan atau kerangka kerja yang menjadi acuan dalam melaksanakan kegiatan penelitian. Di dalamnya mencakup langkah-langkah, pedoman, serta prosedur yang diperlukan untuk memperoleh dan mengolah data guna menjawab permasalahan yang berkaitan dengan bidang ekonomi syariah. Oleh karena itu, desain penelitian dapat dipahami sebagai perencanaan yang disusun secara terstruktur dan sistematis, yang bertujuan untuk menghasilkan jawaban atas rumusan masalah dan tujuan penelitian yang telah ditentukan sebelumnya (Sofyan Syathir, 2022).

Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan desain kausal. Pendekatan kuantitatif memungkinkan analisis berbasis data numerik yang diolah menggunakan metode statistik. Desain ini bertujuan untuk mengidentifikasi hubungan sebab-akibat antara keseimbangan kehidupan kerja, pencitraan perusahaan (*Employer Branding*), dan retensi karyawan pada pekerja dalam sebuah perusahaan. Desain ini menggunakan metode survai, Kesimpulan yang akan diperoleh adalah hasil yang diinginkan mempunyai hasil validitas eksternal dalam Perusahaan.

3.1.1 Populasi, Sampel, dan Teknik Penyampelan

1. Populasi.

Populasi merupakan kelompok umum yang terdiri dari objek atau individu yang memiliki ciri-ciri dan karakteristik tertentu, yang telah ditetapkan oleh peneliti sebagai fokus kajian untuk kemudian dianalisis dan ditarik kesimpulannya (Sugiyono, 2013). Dalam penelitian ini, populasi yang menjadi sasaran adalah para karyawan yang bekerja di wilayah Soloraya.

2. Sampel

Sampel penelitian ini adalah karyawan yang masih berkerja dalam perusahaan. Pemilihan sampel karyawan yang masih berkerja didasari pada pertimbangan bahwa karyawan yang

lama bekerja di sebuah Perusahaan lebih banyak serta rentan mengalami kebosanan di tempat kerja.

Teknik Penyampelan. Menurut Sugiyono (2001) sebagaimana dikutip oleh Viddy (2024) Teknik *sampling* adalah merupakan teknik pengambilan sampel. Sedangkan menurut Margono (2004) sebagaimana dikutip oleh Viddy (2024) menyatakan bahwa yang dimaksud dengan teknik *sampling* adalah cara untuk menentukan sampel yang jumlahnya sesuai dengan ukuran sampel yang akan dijadikan sumber data sebenarnya, dengan memperhatikan sifat-sifat dan penyebaran populasi agar diperoleh sampel yang representatif. Untuk menentukan sampel yang akan digunakan dalam penelitian, terdapat berbagai teknik *sampling* yang digunakan. Teknik *sampling* dalam penelitian ini adalah *consecutive sampling*. *Consecutive sampling* adalah Pemilihan sampel dengan menetapkan subyek yang memenuhi kriteria penilaian dalam kurun waktu tertentu hingga jumlah sampel terpenuhi (Dah, 2021). disajikan dalam tabel 3.1.

Tabel 3. 1 Asal responden

Kota Asal	Jumlah	presentase
Wonogiri	14	11.76%
Surakarta	45	36.97%
Sukoharjo	19	15.97%
Sragen	10	8.4%
Boyolali	4	3.36%
karanganyar	28	23.53%
Total	120	100

Keterangan:

$$\text{Jumlah Responden} = \frac{\text{Jumlah Karyawan}}{\text{Seluruh Karyawan Soloraya}} \times \text{Ukuran Sampel}$$

Berdasarkan tabel diatas, total responden dalam penelitian ini adalah 120 orang yang bekerja di Daerah Soloraya. Hair, *et al.* (2006) memberikan pedoman penentuan ukuran sampel berdasarkan besaran *factor loading* dalam penentuan validitas item kuesioner. Dalam penelitian ini, sebuah item kuesioner dikatakan valid bila mempunyai *factor loading* sebesar 0,50 .

Tabel 3. 2 Ukuran sampel berdasarkan nilai factor loading

<i>Factor Loading</i>	Ukuran sampel
0.30	350
0.35	250
0.40	200
0.45	150
0.50	120
0.55	100
0.60	85
0.65	70
0.70	60
0.75	50

Sumber : Hair *et al.* (2006 h. 128).

Ukuran sampel sesuai *factor loading* disajikan dalam tabel 3.2. Berdasarkan pedoman di atas, bila *factor loading* yang digunakan sebesar 0,50, maka jumlah responden minimal yang akan diambil dalam penelitian ini adalah 120 responden.

3.2 pengukuran Variabel

Pengukuran variabel dilakukan dengan menggunakan skala pengukuran tertentu berdasarkan indikator variabel.

1. Kelelahan Emosional

Kelelahan emosional adalah salah satu dari tiga komponen utama *burnout*, bersama dengan sinisme (depersonalisasi) dan penurunan pencapaian diri. Kelelahan emosional mencerminkan hilangnya energi emosional yang signifikan, membuat seseorang merasa lelah secara emosional dan mengalami keterasingan dari pekerjaan atau kehidupan sosialnya Maslach & Leiter (2021). Indikator kelelahan emosional ada 4 macam :

- a. Hilangnya perasaan dan perhatian : individu merasa tidak lagi peduli atau kurang empati terhadap orang lain.
- b. Hilangnya kepercayaan : munculnya rasa skeptis atau sinisme terhadap rekan kerja atau lingkungan sekitar.
- c. Hilangnya minat : kehilangan minat terhadap tugas atau aktivitas yang sebelumnya dianggap menarik.
- d. Hilangnya semangat : merasa kurang berenergi atau termotivasi dalam menjalankan aktivitas sehari-hari.

Alat ukur yang digunakan untuk mengukur kelelahan emosional yaitu menggunakan koesioner lima skala likert.

2. Retensi Karyawan

Retensi karyawan adalah upaya Perusahaan untuk mempertahankan karyawannya agar tetap berada di dalam organisasi, yang bertujuan untuk membantu mencapai target organisasi secara maksimal (Mathis & Jackson 2020). Beberapa indikator yang digunakan untuk mengukur retensi karyawan :

- a. Komponen organisasi : Nilai dan budaya organisasi, strategi dan peluang,serta kontinuitas dan keamanan kerja.
- b. Peluang karier : kemudahan ases yang mengembangkan karier didalam Perusahaan.
- c. Penghargaan : *system reward* yang adil dan kompetitif.
- d. Rancangan tugas dan pekerjaan : Desain pekerjaan yang menantang dan bermakna.
- e. Hubungan karyawan : kualitas hubungan antara karyawan dengan rekan kerja dan atasan.

Alat ukur yang digunakan untuk mengukur Retensi karyawan yaitu menggunakan koesioner lima skala likert.

3. Pencitraan Perusahaan (*Employer Branding*)

Employer Branding adalah proses menciptakan tempat kerja yang sangat bagus dan kemudian mempromosikannya kepada talenta yang pengetahuan dan keterampilannya dibutuhkan oleh organisasi untuk memenuhi tujuan dan sasaran bisnisnya. *Employer Branding* ini membantu organisasi fokus pada bagaimana mereka dapat mengidentifikasikan diri mereka dalam pasar mereka sebagai majikan staf saat ini, sebagai majikan potensial untuk rekrutan baru sebagai pemasok antara mitra untuk pelanggan (Hardung, S.,2019). Manajemen *Employer Branding* yang efektif harus menghasilkan penghematan yang signifikan dalam perekrutan dan retensi, dan mempromosikan tenaga kerja yang lebih terlibat dan produktif. Beberapa indikator yang sering digunakan untuk mengukur efektivitas *Employer Branding* meliputi :

- a. Nilai pengembangan : kesempatan yang diberikan Perusahaan kepada karyawan untuk berkembang dan meningkatkan keterampilan mereka.

- b. Nilai ekonomi : lingkungan kerja yang mendukung interaksi sosial dan membangun hubungan antar karyawan.
- c. Nilai sosial : lingkungan kerja yang mendukung interaksi sosial dan membangun hubungan antar karyawan.
- d. Nilai minat : Tingkat inovasi dan tantangan yang ditawarkan oleh Pekerja di Perusahaan tersebut.
- e. Nilai aplikasi : kesempatan bagi karyawan untuk menerapkan keterampilan mereka dan berkontribusi secara signifikan.

Alat ukur yang digunakan untuk Pencitraan Perusahaan adalah koesioner dengan lima skala likert.

4. Sumber data

Sumber data pada penelitian ini didapatkan langsung dari tanggapan responden dengan cara memberikan beberapa pertanyaan tertulis kepada subjek penelitian terkait dengan topik yang akan diteliti. Penentuan nilai setiap pertanyaan menggunakan skala likert atas dasar 5 poin yaitu:

- a. Sangat setuju 1
- b. Setuju 2
- c. Cukup setuju 3
- d. Tidak setuju 4
- e. Sangat Tidak setuju 5

3.3.1 Teknik Analisis

1. Uji Validitas

Uji validitas adalah Tingkat ketepatan suatu instrument dalam mengukur apa yang seharusnya diukur. Validitas menunjukkan kebenaran isi dan instrument yang digunakan penelitian (teherdoost, 2021). Artinya, validitas menilai apakah item dalam kuesioner benar-benar mencerminkan konstruk yang teoritis yang ingin diukur. Jika valid, maka hasil pengukuran dianggap akurat dan dapat dipercaya .

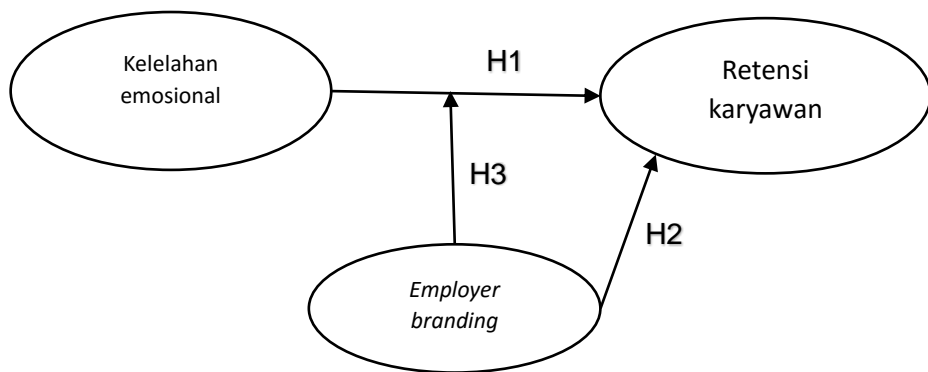
2. Uji Reliabilitas

Uji reabilitas adalah ukuran konsisten dari suatu alat ukur. Artinya instrument yang reliabel akan memberikan hasil yang stabil dan konsisten jika digunakan berulang kali dalam kondisi yang sama (McNeich, 2021). Reliabilitas biasanya diuji dengan koefisien Cronbach's Alpha, terutama untuk skala

likert. Nilai $\alpha \geq 0.70$ dianggap menunjukkan bahwa item dalam koesioner sudah cukup konsisten dan dapat digunakan dalam analisis lebih lanjut.

3.3.2 Teknis Analisis Data

Teknik analisis yang digunakan untuk menguji hipotesis penelitian adalah analisis regresi linier. Proses analisis linier, yaitu suatu teknik statistik yang digunakan untuk mengetahui pengaruh variabel independent terhadap variabel dependen. Tujuan regresi linier untuk mengetahui seberapa pengaruh kelelahan emosional (X) terhadap retensi karyawan (Y), baik secara langsung maupun melalui variabel mederasi *Employer Branding*(Z) dijelaskan sebagai berikut :



Gambar 3. 1 Model variabel

1. Penentuan Jenis Moderator

Penggunaan analisis regresi dengan variabel moderator (*moderated regression analysis, MRA*) dengan satu variabel X harus membandingkan tiga persamaan regresi untuk menentukan jenis variabel moderator (Ghozali, 2005). Ketiga persamaan tersebut adalah sebagai berikut:

- (1) $Y_i = \alpha + \beta_1 X_i + \varepsilon$
- (2) $Y_i = \alpha + \beta_1 X_i + \beta_2 Y_i + \varepsilon$
- (3) $Y_i = \alpha + \beta_1 X_i + \beta_2 Y_i + \beta_3 X_i * Z_i + \varepsilon$

Dari persamaan pertama adalah regresi linier sederhana yang menjelaskan hubungan antara satu variabel independent (X_i) terhadap variabel dependen (Y_i). Persamaan kedua merupakan bentuk regresi linier berganda, yang digunakan untuk melihat pengaruh dua variabel independent terhadap

(Yi). Persamaan ketiga menunjukkan regresi moderasi , yaitu model regresi yang menambahkan interaksi antara variabel independent (Xi) dan variabel variabel moderator (Zi) untuk mengetahui apakah hubungan antara Xi dan Yi dipengaruhi Z.

Penelitian ini menggunakan variabel moderator. Sehingga ketiga persamaan diatas dapat dituliskan seperti dibawah ini:

$$5. \quad RK = \alpha + \beta_1 KE + \varepsilon$$

$$6. \quad RK = \alpha + \beta_1 KE + \beta_2 EB + \varepsilon$$

$$7. \quad RK = \alpha + \beta_1 KE + \beta_2 EB + \beta_3 KE * EB + \varepsilon$$

Dimana, RK merupakan Retensi Karyawan; KE merupakan kelelahan emosional; EB merupakan *Employer Branding* ; α merupakan konstanta; β_1 , β_2 , β_3 merupakan koefisien regresi; (KE*EB) merupakan peran moderasi kelelahan emosional pada *Employer Branding*; ε merupakan *error term*, yaitu tingkat kesalahan penduga dalam penelitian.