

BAB III

OBJEK DAN METODE PENELITIAN

3.1 Objek Penelitian

Penelitian ini mengambil objek penelitian seputar *Employer Brand*, *Self Efficacy*, *Employee Engagement*, dan *Organization Citizenship Behaviour*, dengan ruang lingkup Pengaruh *Employer Brand* dan *Self Efficacy* terhadap *Organization Citizenship Behaviour* yang dimediasi oleh variabel *Employee Engagement* pada Dosen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Siliwangi.

3.2 Metode Penelitian

Metode penelitian untuk data yang digunakan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut.

3.2.1 Jenis Penelitian

Penelitian ini menggunakan jenis penelitian kuantitatif, yaitu suatu penelitian yang bersifat verifikatif (untuk menguji kebenaran / membuktikan suatu hipotesis), yang berfungsi untuk menjelaskan gambaran terhadap obyek yang diteliti melalui data sampel atau populasi dengan angka. Tujuan dari penelitian ini adalah mengungkapkan fakta, fenomena, variabel dan keadaan yang terjadi saat penelitian berjalan dan menyuguhkan apa adanya. Dengan data yang berupa angka tersebut kemudian diolah dan dianalisis untuk mendapatkan suatu informasi ilmiah dibalik angka-angka tersebut.

3.2.2 Operasionalisasi Variabel

Operasionalisasi variabel adalah segala sesuatu yang berbentuk apa saja yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari sehingga diperoleh informasi tentang hal tersebut kemudian ditarik kesimpulannya (Sugiyono, 2019:221). Adapun definisi operasional penelitian, indikator, ukuran serta skala yang digunakan pada penelitian ini yaitu sebagai berikut.

Tabel 3.1
Definisi Operasional Variabel

No	Variabel	Definisi Operasional	Indikator	Ukuran	Skala
(1)	(2)	(3)	(4)	(5)	(6)
1.	Employer Brand (X1)	<i>Employer brand</i> dapat membangun, meningkatkan dan menjaga citra dan persepsi positif perusahaan kepada jobseeker dan existing employee.	1. Interest value 2. Social value 3. Economic value 4. Development value 5. Application value	1. Jasa berkualitas 2. Lingkungan kerja yang aman, nyaman, dan menyenangkan (kolaboratif) 3. Kompensasi yang menarik 4. kesempatan promosi yang baik 5.kegiatan kemanusiaan	Ordinal
2.	Self Efficacy (X2)	<i>Self efficacy</i> merupakan keyakinan seseorang terhadap dirinya sendiri mengenai kemampuannya dalam mengerjakan tugas untuk mencapai hasil tertentu.	1. tingkat (level) 2. keluasan (generality) 3. kekuatan (strength)	1. Keyakinan diri atas pencapaian tugas secara cepat dan tepat 2. Bekerja secara efektif di berbagai tugas 3. Bekerja dengan baik walaupun dii situasi sulit	Ordinal

No	Variabel	Definisi Operasional	Indikator	Ukuran	Skala
(1)	(2)	(3)	(4)	(5)	(6)
3.	Employee Engagement (Z)	<i>Employee engagement</i> merupakan usaha yang dilakukan organisasi guna memahami hubungan organisasi dengan karyawan pada tingkat keterikatan maupun komitmen yang dimiliki oleh karyawan terhadap organisasi dalam pencapaian tujuan bersama.	1. Vigor 2. Dedication 3. Absorption	1. Kekuatan dan ketahanan fisik/mental 2. Merasa bangga terhadap tempat bekerja 3. Tekun, bertanggungjawab, totalitas dalam bekerja	Ordinal
4	Organizational Citizenship Behavior (Y)	OCB sebagai perilaku individual yang bersifat bebas, yang tidak secara langsung dan eksplisit mendapat penghargaan dari sistem imbalan formal, dan yang secara keseluruhan mendorong keefektifan fungsi-fungsi organisasi (Organ, 1988)	1. Altruisme 2. Courtesy 3. Civic Virtue 4. Conscientiousness 5. Sportsmanship	1. Sukarela membantu pekerjaan rekan kerja 2. Menjaga instansi kerja, membangun kebersamaan dan kekompakkan bersama tim 3. menghadiri diskusi yang dianggap penting meski tidak diwajibkan 4. Mejalankan pekerjaan sesuai prosedur meskipun tidak mendapat pengawasan dari pimpinan 5. Memfokuskan terhadap hal positif dibandingkan hal negatif (toleransi, menghindari konflik)	Ordinal

3.2.3 Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data yaitu suatu kegiatan mengumpulkan data-data yang diteliti untuk memperoleh data yang sesungguhnya saat melakukan penelitian. Teknik pengumpulan data dapat dilakukan dengan cara wawancara, kuesioner, observasi, dokumentasi, dan triangulasi (Sugiyono, 2020:193-330).

Adapun teknik pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini adalah berupa kuesioner (angket), wawancara dan observasi yang terstruktur-terukur, serta studi dokumentasi kepada dosen FEB Universitas Siliwangi.

3.2.3.1 Jenis dan Sumber Data

Adapun jenis dan sumber data yang penulis perlukan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

- 1) Data primer yaitu data yang diperoleh langsung dari responden yang berhubungan dengan objek penelitian, yaitu *employer brand*, *self efficacy*, *employee engagement*, dan *organizational citizenship behavior*.
- 2) Data sekunder yaitu data dan informasi dalam bentuk jadi yang telah dimiliki oleh Fakultas Ekonomi Universitas Siliwangi, seperti data dosen, sejarah singkat organisasi, Visi dan Misi, dan aktivitas pada umumnya.

3.2.2.2 Populasi Sasaran

Populasi adalah jumlah keseluruhan dari individu-individu yang hendak diteliti. Populasi yang digunakan dalam penelitian ini adalah seluruh dosen yang ada di Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Siliwangi. Berdasarkan informasi yang penulis dapatkan di website resmi PDDikti dengan keyword detail data terkait Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Siliwangi, diperoleh jumlah data staff dosen adalah sebagai berikut:

Tabel 3.2

Jumlah Dosen FEB Unsil

Prodi	Jumlah Dosen
Ekonomi Pembangunan	19 dosen
Manajemen	28 dosen
Akuntansi	21 dosen
Perbankan dan Keuangan	17 dosen
Populasi dosen FEB Unsil	85 dosen

(Sumber: PDDikti, Dosen Universitas Siliwangi, 2024)

Berdasarkan data dari Tabel 3.2 di atas, maka total jumlah (populasi) dosen yang ada di FEB Unsil adalah sebanyak 85 dosen.

3.2.2.3 Penentuan Sampel

Sampel adalah bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi tersebut. Penggunaan sampel diperlukan disebabkan oleh

keterbatasan untuk meneliti keseluruhan populasi. Dikarenakan responden dalam penelitian ini adalah dosen FEB Universitas Siliwangi yang memiliki karakteristik pekerjaan yang sama, sehingga setiap anggota populasi mempunyai peluang yang sama untuk ditarik menjadi anggota sampel. Oleh karena itu, digunakan teknik *probability sampling* jenis *simple random sampling*.

Probability sampling diartikan sebagai teknik pengambilan sampel yang memberikan kesempatan yang sama bagi setiap anggota populasi untuk dipilih sebagai anggota sampel. Sedangkan *simple random sampling* adalah pengambilan anggota sampel dari populasi yang dilakukan secara acak tanpa memperhatikan strata yang ada dalam populasi itu (Sugiyono, 2018: 80).

Adapun untuk menentukan jumlah sampel dalam penelitian ini, penyusun menggunakan rumus Slovin, dengan rumus sebagai berikut: $n = N / (1 + Ne^2)$

Keterangan:

n = Jumlah Sampel

N = Jumlah Populasi

e = Batas toleransi kesalahan (error tolerance) 5%

Jika populasi (N) sebanyak 85 dosen, dengan 5% sebagai toleransi kesalahan yang ditetapkan, maka jumlah sampel dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

$$n = N / (1 + Ne^2)$$

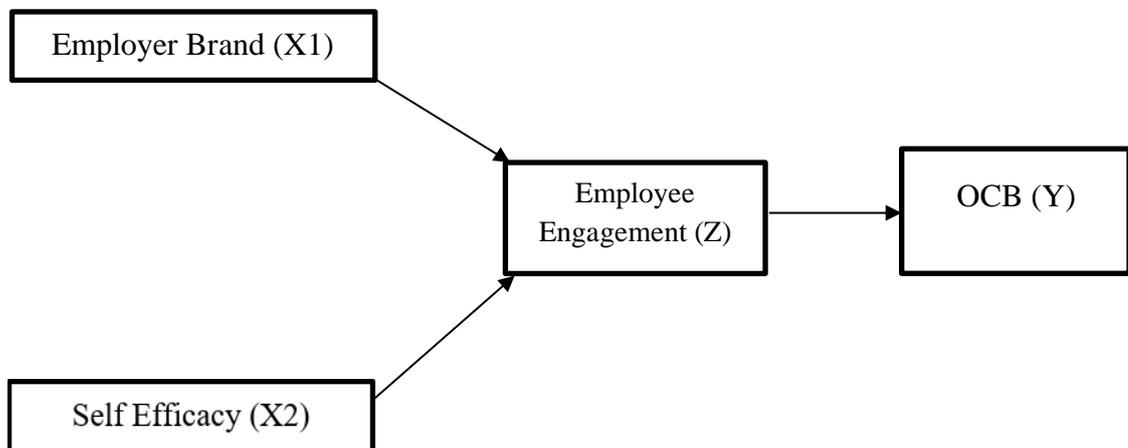
$$n = 85 / (1 + (85 \times (5\%)^2))$$

$$n = 70,1$$

Maka jumlah sampel yang akan diteliti secara *simple random sampling* (secara acak) adalah sebanyak 70 dosen.

3.2.4 Model Penelitian

Untuk mengetahui gambaran umum pengaruh *Employer Brand & Self Efficacy* terhadap *Organizational Citizenship Behaviour* (OCB) yang dimediasi *Employee Engagement* pada dosen di Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Siliwangi, maka disajikan model penelitian sebagai berikut.



Gambar 3.1
Model Penelitian

3.2.5 Teknis Analisis Data

Teknik analisis data untuk mengukur variabel-variabel dalam penelitian ini, menggunakan software program Smart PLS 4.0, dengan cara memasukkan hasil dari operasionalisasi variabel yang akan diuji. Adapun analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah:

3.2.5.1 Analisis Deskriptif

Instrumen yang digunakan untuk pengumpulan data dalam penelitian ini adalah kuesioner. Dalam penelitian ini, skala likert digunakan untuk mengembangkan instrument yang dipakai untuk mengukur sikap, persepsi dan pendapat seseorang terhadap permasalahan suatu objek dan potensi ada, perencanaan tindakan dan pelaksanaan tindakan serta hasil tindakan. Hasil pengukuran dengan skala likert akan menghasilkan data interval. Untuk lebih jelas, dilihat pada tabel berikut.

Tabel 3. 3

Formasi Nilai, Notasi dan Predikat Untuk Pernyataan Positif

Nilai (Q-)	Nilai (Q+)	Keterangan	Notasi	Predikat
1	5	Sangat Setuju	SS	Sangat Baik
2	4	Setuju	S	Baik
3	3	Netral	N	Kurang Baik
4	2	Tidak Setuju	TS	Tidak Baik
5	1	Sangat Tidak Setuju	STS	Sangat Tidak Baik

Sumber: Olahan Data Primer, 2024

Berikut rumus yang digunakan untuk perhitungan hasil kuesioner dengan persentase dan skor:

$$X = F / N \times 100\%$$

Keterangan:

X = jumlah persentase jawaban

F = jumlah jawaban/frekuensi

N = jumlah responden

Setelah diketahui jumlah nilai dari keseluruhan sub variabel maka dapat ditentukan interval perinciannya, rumus NJI (Nilai Jenjang Interval) sebagai berikut.

NJI = (nilai tertinggi - nilai terendah) : jumlah kriteria pertanyaan

3.2.5.2 Analisis *Structural Equation Model (SEM) Partial Least Square (PLS)*

Pengujian hipotesis penelitian dilakukan dengan pendekatan *Structural Equation Model (SEM)* berbasis *Partial Least Square (PLS)*. PLS adalah model persamaan struktural (SEM) yang berbasis komponen atau varian. *Structural Equation Model (SEM)* adalah salah satu bidang kajian statistik yang dapat menguji sebuah rangkaian hubungan yang relatif sulit terukur secara bersamaan.

SEM adalah teknik analisis multivariate yang merupakan kombinasi antara analisis faktor dan analisis regresi (korelasi), yang bertujuan untuk menguji hubungan antar variabel yang ada pada sebuah model, baik itu antar indikator dengan konstruknya, ataupun hubungan antar konstruk (Santoso, 2017).

PLS merupakan pendekatan alternatif yang bergeser dari pendekatan SEM berbasis covariance menjadi berbasis varian (Ghozali dan Latan, 2012). SEM yang berbasis kovarian umumnya menguji kausalitas atau teori sedangkan PLS lebih bersifat predictive model. Namun ada perbedaan antara SEM berbasis covariance based dengan component based PLS adalah dalam penggunaan model persamaan struktural untuk menguji teori atau pengembangan teori untuk tujuan prediksi.

Teknik analisis dalam penelitian ini menggunakan teknik PLS yang dilakukan dengan dua tahap, yaitu:

- 1) Tahap pertama adalah melakukan uji measurement model, yaitu menguji validitas dan reliabilitas konstruk dari masing-masing indikator.
- 2) Tahap kedua adalah melakukan uji structural model yang bertujuan untuk mengetahui ada tidaknya pengaruh antar variabel/korelasi antara konstruk konstruk yang diukur dengan menggunakan uji t dari PLS itu sendiri.

1. Measurement (Outer) Model

Penelitian ini menggunakan kuesioner dalam mengumpulkan data penelitian. Untuk mengetahui tingkat validitas dan reliabilitas dari kuesioner tersebut maka peneliti menggunakan program SmartPLS 4.0. Prosedur pengujian validitas adalah convergent validity yaitu dengan

mengkorelasikan skor item (*component score*) dengan construct score yang kemudian menghasilkan nilai loading factor. Nilai loading factor dikatakan tinggi jika komponen atau indikator berkorelasi lebih dari 0,70 dengan konstruk yang ingin diukur. Namun demikian untuk penelitian tahap awal dari pengembangan, loading factor 0,5 sampai 0,6 dianggap cukup (Ghozali dan Latan, 2012).

Reliabilitas menyatakan sejauh mana hasil atau pengukuran dapat dipercaya atau dapat diandalkan serta memberikan hasil pengukuran yang relatif konsisten setelah dilakukan beberapa kali pengukuran. Untuk mengukur tingkat reliabilitas variabel penelitian, maka digunakan koefisien alfa atau cronbachs alpha dan composite reliability. Item pengukuran dikatakan reliabel jika memiliki nilai koefisien alfa lebih besar dari 0,6 (Ghozali dan Latan, 2012).

Analisa outer model dilakukan untuk memastikan bahwa measurement yang digunakan layak untuk dijadikan pengukuran (valid dan reliabel) (Husein, 2011). Ada beberapa perhitungan dalam analisa ini:

- a. Convergent validity adalah nilai loading faktor pada variabel laten dengan indikator-indikatornya. Nilai yang diharapkan > 0,7.
- b. Discriminant validity adalah nilai crossloading faktor yang berguna apakah konstruk memiliki diskriminan yang memadai.

Caranya dengan membandingkan nilai konstruk yang dituju harus lebih besar dengan nilai konstruk yang lain.

- c. Composite reliability adalah pengukuran apabila nilai reliabilitas $> 0,7$ maka nilai konstruk tersebut mempunyai nilai reliabilitas yang tinggi.
- d. Average Variance Extracted (AVE) adalah rata-rata varian yang setidaknya sebesar 0,5.
- e. Cronbach alpha adalah perhitungan untuk membuktikan hasil composite reliability dimana besaran minimalnya adalah 0,6.

2. *Structural (Inner) Model*

Pada analisa model ini adalah untuk menguji hubungan antara konstruksi laten. Ada beberapa perhitungan dalam analisa ini:

- a. R Square adalah koefisien determinasi pada konstruk endogen. Kriteria batasan nilai R square ini dalam tiga klasifikasi, yaitu 0,67 sebagai substantial; 0,33 sebagai moderat dan 0,19 sebagai lemah (Chin dalam Sarwono, 2013).
- b. Effect size (F square) untuk mengetahui kebaikan model. Interpretasi nilai f square yaitu 0,02 memiliki pengaruh kecil; 0,15 memiliki pengaruh moderat dan 0,35 memiliki pengaruh besar pada level struktural (Chin dalam Ghazali, 2015 : 80).
- c. Prediction relevance (Q square), dilakukan untuk mengetahui kapabilitas prediksi seberapa baik nilai yang dihasilkan. Apabila nilai yang didapatkan 0.02 (kecil), 0.15 (sedang) dan

0.35 (besar). Hanya dapat dilakukan untuk konstruk endogen dengan indikator reflektif.

3.2.5.3 Pengujian Hipotesis

Pengujian hipotesis dapat dilihat dari nilai t-statistik dan nilai probabilitas. Apabila hipotesis penelitian tersebut dinyatakan ke dalam hipotesis statistik maka:

Ho : $\beta_1 = 0$, tidak terdapat pengaruh dari Employer Brand (variabel X1) terhadap Employee Engagement (variabel Z).

Ha : $\beta_1 \neq 0$, terdapat pengaruh dari Employer Brand (variabel X1) terhadap Employee Engagement (variabel Z).

Ho : $\beta_2 = 0$, tidak terdapat pengaruh dari Self Efficacy (variabel X2) terhadap Employee Engagement (variabel Z).

Ha : $\beta_2 \neq 0$, terdapat pengaruh dari Self Efficacy (variabel X2) terhadap Employee Engagement (variabel Z).

Ho : $\beta_3 = 0$, tidak terdapat pengaruh dari Employee Engagement (variabel Z) terhadap Organizational Citizenship Behavior (variabel Y).

Ha : $\beta_3 \neq 0$, terdapat pengaruh dari Employee Engagement (variabel Z) terhadap Organizational Citizenship Behavior (variabel Y).

Ho : $\beta_4 = 0$, tidak terdapat pengaruh dari Employer Brand (variabel X1) terhadap Organizational Citizenship Behavior (variabel Y) melalui Employee Engagement (Z).

Ha : $\beta_4 \neq 0$, terdapat pengaruh dari Employer Brand (variabel X1) terhadap Organizational Citizenship Behavior (variabel Y) melalui Employee Engagement (Z).

Ho : $\beta_5 = 0$, tidak terdapat pengaruh dari Self Efficacy (variabel X2) terhadap Organizational Citizenship Behavior (variabel Y) melalui Employee Engagement (Z).

Ha : $\beta_5 \neq 0$, terdapat pengaruh dari Self Efficacy (variabel X2) terhadap Organizational Citizenship Behavior (variabel Y) melalui Employee Engagement (Z).

Pengujian hipotesis menggunakan analisis full model structural equation modeling (SEM) dengan SmartPLS. Pengujian hipotesis dengan melihat nilai perhitungan *path coefisien* pada pengujian *inner* model. Pengujian hipotesis antara variabel dengan melihat nilai t statistik atau p-value. Jika nilai p value < 0.05 maka terdapat pengaruh signifikan.

Kriteria uji:

- Ho diterima (tidak terdapat pengaruh), jika p value > 0.05.
- Ho ditolak (terdapat pengaruh), jika p value < 0.05.

Kemudian untuk mengetahui seberapa besar pengaruh langsung suatu variabel penelitian, maka dapat melihat nilai f square yaitu pengaruh variable langsung pada level structural dengan kriteria (f square 0,02 rendah. 0,15 moderat dan 0,35 tinggi). Sedangkan dalam pengukuran pengaruh tidak langsung, maka dilakukan pengujian mediasi dan f square efek mediasi disebut statistik ϵ yang diperoleh dengan cara mengkuadratkan koefisien mediasi (Lachowicz et al, 2018). Efek mediasi atau ϵ dapat diinterpretasikan besar pengaruh mediasi rendah (0,02), pengaruh mediasi sedang/moderat (0,075) dan pengaruh mediasi tinggi (0,175) (Hair et al, 2021).