

## BAB III

### METODE PENELITIAN

#### 3.1. Waktu dan Tempat Penelitian

Penelitian dilakukan pada tiga *platform startup* jenis perjalanan dan akomodasi yakni Traveloka, Tiket.com dan Pegi-peg. Ketiga *startup* ini menyediakan layanan terbaik terkait dunia *travelling*. Peneliti mencoba untuk mengamati apa kebijakan pengelolaan sumber daya manusia untuk membentuk *employee engagement* khususnya pada generasi milenial.

Adapun tujuan dari penelitian ini yaitu untuk mengetahui dan menganalisis *employee engagement* pada ketiga perusahaan startup tersebut. Penelitian ini dilakukan secara langsung pada ketiga variabel yang telah dipilih oleh peneliti untuk dilakukan survey kepada responden. Ketiga variabel yang telah dipilih itu, 2 variabel adalah yang paling banyak dipilih responden pada survei pendahuluan yakni *work climate* dan *ethical leadership*. Variabel *self-efficacy* dipilih oleh peneliti untuk menjadi variabel mediasi antara *work climate* dan *ethical leadership* terhadap *employee engagement*.

Rencana waktu dalam penelitian ini membutuhkan waktu selama delapan bulan terhitung mulai bulan April 2023 sampai bulan November 2023. Waktu tersebut efektif bagi Peneliti untuk melakukan penelitian.

**Tabel 3.1 Timeline Penelitian**

No.	Nama Kegiatan	Bulan							
		4	5	6	7	8	9	10	11
1.	Survei Awal (penentuan topik penelitian)	✓	✓						
2.	Menyusun latar belakang, rumusan masalah dan tujuan penelitian		✓	✓					
3.	Melakukan kajian pustaka				✓	✓	✓		

4.	Seminar proposal								✓	
5.	Menyusun dan menguji instrumen penelitian								✓	
6.	Menyebarkan Kuesioner								✓	
7.	Mengumpulkan dan mengolah data								✓	
8.	Menganalisis data dan pembahasan									✓
9.	Menyusun luaran (jurnal)									✓
10.	Seminar Tesis									✓

Sumber: Data diolah oleh peneliti (2023)

### 3.2. Desain Penelitian

Penelitian ini dilakukan dengan menggunakan metode kuantitatif. Penelitian kuantitatif menurut Sekaran dan Bougie (2017) adalah metode penelitian ilmiah yang menggunakan datanya yang berbentuk angka dan diolah dengan perhitungan statistika (Sekaran & Bougie, 2017). Data diperoleh melalui media kuesioner berupa tanggapan atas pertanyaan yang dijawab oleh karyawan perusahaan *startup* yakni Traveloka, Tiket.com dan Pegi-peg.

Perolehan data dalam penelitian ini menggunakan metode survei. Prosedurnya dilakukan dengan pendekatan jenis penelitian deskriptif dan eksplanatori, sehingga menghasilkan survei deskriptif yang lebih detail. Pendekatan ini dipilih untuk diterapkan karena peneliti mencari data dalam penelitian ini dengan menyebarkan kuesioner secara online. Penelitian ini menyelidiki variabel penelitian melalui penjelasan gambar dan grafik yang lebih dipahami dengan menggunakan penelitian deskriptif.

Paradigma yang digunakan dalam penelitian ini adalah paradigma kuantitatif yang merupakan satu pendekatan penelitian yang dibangun berdasarkan filsafat positivisme. Dalam penelitian ini, peneliti menggunakan data primer untuk semua faktor, termasuk variabel independen seperti *work*

*climate* ( $X_1$ ), *ethical leadership* ( $X_2$ ), variabel *intervening* yaitu *self-efficacy* ( $Z$ ), dan variabel dependen yaitu *employee engagement* ( $Y$ ).

### 3.3. Populasi dan Sampel

#### 3.3.1. Populasi

Keseluruhan objek yang akan diteliti dinamakan populasi. Populasi dapat dimengerti sebagai keseluruhan objek atau individu yang akan diteliti, memiliki karakteristik tertentu, jelas dan lengkap (Sekaran & Bougie, 2017). Populasi dalam penelitian ini adalah karyawan pada perusahaan startup Traveloka, Tiket.com dan Pegipegi.

#### 3.3.1. Sampel

Sampel merupakan bagian dari populasi. Ini terdiri dari beberapa anggota yang dipilih darinya. Dengan kata lain, beberapa, tetapi tidak semua, elemen populasi membentuk sampel (Sekaran & Bougie, 2017). Pengambilan sampel pada penelitian ini menggunakan metode *non probability sampling* dengan penentuan sampel yakni *purposive sampling*. Menurut Sekaran dan Bougie (2017) *purposive sampling* adalah desain terbatas untuk orang-orang spesifik yang dapat memberikan informasi yang diperlukan karena hanya mereka yang memiliki informasi atau memenuhi kriteria yang ditetapkan penelitian (Sekaran & Bougie, 2017).

Metode *purposive sampling* yang digunakan dalam penelitian ini adalah pengambilan sampel penilaian, dimana sampel dipilih berdasarkan penilaian peneliti bahwa dia adalah pihak yang paling baik untuk dijadikan sampel penelitiannya. Sampel yang dipilih adalah:

1. Merupakan karyawan dari perusahaan startup Traveloka, Tiket.com atau Pegipegi
2. Merupakan karyawan tetap
3. Masa kerja diatas 3 tahun

Ukuran minimal sampel yang diambil dalam penelitian ini adalah 200 responden dengan *factor loading* sebesar 0,4 (Hair et al., 2009). Hal tersebut juga sejalan dengan alasan peneliti dikarenakan peneliti mengambil sampel untuk menjadikan cadangan jika responden tidak sesuai dengan

kriteria yang telah dijelaskan oleh peneliti sebelumnya, sehingga peneliti cukup dalam sekali dan efisien dalam mengumpulkan kuesioner dari responden.

### **3.4. Pengembangan Instrumen**

Peneliti menggunakan data primer untuk semua variabel, meliputi variabel bebas (*independent*) yakni *work climate* ( $X_1$ ), *ethical leadership* ( $X_2$ ), variabel *intervening* yaitu *self-efficacy* ( $Z$ ) dan *employee engagement* ( $Y$ ) sebagai variabel terikat (*dependent*). Teknik pengumpulan data yang Peneliti gunakan dalam penelitian ini dijelaskan sebagai berikut:

#### **3.4.1. Employee Engagement**

##### **a. Definisi Konseptual**

*Employee engagement* adalah keadaan positif dari para karyawan terhadap pekerjaannya dengan merasakan bersemangat dalam bekerja dan dengan penuh kesadaran memberikan kemampuan maksimal yang dimiliki untuk menghasilkan kinerja terbaik.

##### **b. Definisi Operasional**

*Employee engagement* adalah keadaan positif dari para karyawan traveloka, tiket.com, dan pegipegi terhadap pekerjaan mereka dengan merasakan kondisi bersemangat dalam bekerja sehingga memberikan kemampuan untuk menghasilkan kinerja terbaik.

*Employee engagement* diukur dengan dimensi semangat (*vigour*) yang dituangkan dalam 6 (enam) pernyataan, dedikasi (*dedication*) yang dituangkan dalam 5 (lima) pernyataan dan keasyikan (*absorbtion*) dituangkan dalam 6 (enam) pernyataan. Data *employee engagement* pada penelitian ini merupakan data primer yang didapat melalui penyebaran kuesioner secara online, menggunakan skala likert 5 (lima) poin yaitu Sangat Tidak Setuju (STS), Tidak Setuju (TS), Netral (N), Setuju (S), Sangat Setuju (SS).

##### **c. Instrumen Penelitian**

Instrumen penelitian variabel *employee engagement* yang disajikan pada penelitian ini menggunakan indikator *Utrecht Work Engagement Scale* (W. B. Schaufeli et al., 2006) :

**Tabel 3.2 Instrumen Penelitian *Employee Engagement***

No.	Dimensi	Pernyataan
1.	Semangat ( <i>Vigour</i> )	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Ketika saya bangun di pagi hari, saya merasa ingin pergi bekerja.</li> <li>2. Di tempat kerja saya, saya merasa penuh dengan energi.</li> <li>3. Di tempat kerja saya, saya selalu bertahan, bahkan ketika segala sesuatunya tidak berjalan dengan baik.</li> <li>4. Saya dapat terus bekerja untuk waktu yang sangat lama pada suatu waktu.</li> <li>5. Di pekerjaan saya, saya sangat tangguh, secara mental.</li> <li>6. Di pekerjaan saya, saya merasa kuat dan bersemangat.</li> </ol>
2.	Dedikasi ( <i>Dedication</i> )	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Bagi saya, pekerjaan saya menantang.</li> <li>2. Pekerjaan saya menginspirasi saya.</li> <li>3. Saya antusias dengan pekerjaan saya.</li> <li>4. Saya bangga dengan pekerjaan yang saya lakukan.</li> <li>5. Saya menemukan pekerjaan yang saya lakukan penuh makna dan tujuan.</li> </ol>
3.	Keasyikan ( <i>Absorbtion</i> )	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Ketika saya bekerja, saya melupakan semua hal lain di sekitar saya.</li> <li>2. Waktu berlalu ketika saya bekerja.</li> <li>3. Saya terbawa suasana saat bekerja.</li> <li>4. Sulit untuk melepaskan diri dari pekerjaan saya.</li> <li>5. Saya tenggelam dalam pekerjaan saya.</li> <li>6. Saya merasa senang ketika saya bekerja dengan intens.</li> </ol>

Sumber: Schaufeli et al (2006)



### 3.4.2. *Work Climate*

#### a. Definisi Konseptual

*Work climate* dapat didefinisikan sebagai keadaan lingkungan kerja yang positif bagi karyawan dan seluruh pihak yang terlibat dalam organisasi sehingga karyawan merasakan kenyamanan dalam bekerja dan saling mendukung seluruh pihak di organisasi dalam bekerja.

#### b. Definisi Operasional

*Work climate* dapat didefinisikan sebagai keadaan lingkungan kerja pada perusahaan Traveloka, Tiket.com, dan Pegi-Pegi yang positif bagi karyawan dan seluruh pihak yang terlibat dalam organisasi sehingga karyawan merasakan kenyamanan dalam bekerja dan saling mendukung seluruh pihak di organisasi dalam bekerja.

*Work climate* diukur dengan dimensi skala pengawasan yang baik (*good supervision scale*) yang dituangkan dalam 5 (lima) pernyataan, skala beban kerja (*workload scale*) yang dituangkan dalam 5 (lima) pernyataan dan skala pilihan-independensi (*choice-independence scale*) dituangkan dalam 5 (lima) pernyataan. Data *work climate* pada penelitian ini merupakan data primer yang didapat melalui penyebaran kuesioner secara online, menggunakan skala likert 5 (lima) poin yaitu Sangat Tidak Setuju (STS), Tidak Setuju (TS), Netral (N), Setuju (S), Sangat Setuju (SS).

#### c. Instrumen Penelitian

Iklim kerja diukur dengan indikator *Workplace Climate Questionnaire* (Kirby et al., 2003) :

**Tabel 3.3 Indikator *Work Climate***

No.	Dimensi	Pernyataan
1.	Skala pengawasan yang baik ( <i>good supervision scale</i> )	1. Sebagian besar supervisor benar-benar berusaha keras untuk mengenal karyawan. 2. Supervisor di sini melakukan upaya nyata untuk memahami kesulitan yang mungkin dialami karyawan dengan pekerjaan mereka.

		<ol style="list-style-type: none"> <li>3. Supervisor dalam organisasi ini tampaknya berusaha keras untuk bersikap ramah terhadap karyawan.</li> <li>4. Para pengawas dalam organisasi ini tampaknya selalu siap untuk memberikan bantuan dan saran tentang cara terbaik untuk mempelajari sesuatu yang baru.</li> <li>5. Supervisor dalam organisasi ini umumnya menganggap serius ide dan minat karyawan.</li> </ol>
2.	Skala beban kerja ( <i>Workload scale</i> )	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Beban kerja di sini terlalu berat.</li> <li>2. Kadang-kadang tampak bagi saya bahwa pekerjaan saya mengharuskan saya untuk melakukan terlalu banyak hal yang berbeda.</li> <li>3. Dalam organisasi ini Anda diharapkan menghabiskan banyak waktu untuk mempelajari berbagai hal sendiri.</li> <li>4. Tampaknya ada terlalu banyak pekerjaan yang harus diselesaikan di sini.</li> <li>5. Ada banyak tekanan pada Anda sebagai karyawan di sini.</li> </ol>
3.	Skala pilihan-independensi ( <i>choice-independence scale</i> )	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Ada peluang nyata dalam organisasi ini bagi orang-orang untuk memilih tugas-tugas tertentu yang mereka kerjakan.</li> <li>2. Organisasi ini tampaknya benar-benar mendorong kita untuk mengembangkan minat kita sendiri yang berhubungan dengan pekerjaan sejauh mungkin.</li> <li>3. Kita tampaknya diberi banyak pilihan di sini dalam pekerjaan yang harus kita lakukan.</li> <li>4. Organisasi ini memberi Anda kesempatan untuk melakukan pekerjaan Anda dengan cara yang sesuai dengan cara belajar Anda sendiri.</li> <li>5. Karyawan di sini memiliki banyak pilihan tentang bagaimana mereka mempelajari tugas-tugas baru.</li> </ol>

Sumber: Kirby et al (2003)

### 3.4.3. *Ethical Leadership*

#### a. Definisi Konseptual

*Ethical leadership* didefinisikan sebagai kepemimpinan yang mengutamakan perilaku yang sesuai dengan nilai-nilai kebenaran, sifat-sifat utama dan norma yang berlaku dalam organisasi sehingga pemimpin menunjukkan perilaku yang tepat kepada pengikut melalui komunikasi, dukungan, dan pengambilan keputusan yang tepat dapat mencapai kinerja yang maksimal.

**b. Definisi Operasional**

*Ethical leadership* didefinisikan sebagai kepemimpinan yang diberikan oleh para pemimpin Traveloka, Tiket.com, dan Pegi-Pegi untuk menunjukkan perilaku yang tepat kepada pengikut melalui komunikasi, dukungan, dan pengambilan keputusan yang tepat dapat mencapai kinerja yang maksimal.

*Ethical leadership* diukur dengan dimensi (1) kejujuran; (2) keadilan; (3) integritas; (4) altruisme dan; (5) kepedulian terhadap nilai-nilai.

Data *ethical leadership* pada penelitian ini merupakan data primer yang didapat melalui penyebaran kuesioner secara online, menggunakan skala likert 5 (lima) poin yaitu Sangat Tidak Setuju (STS), Tidak Setuju (TS), Netral (N), Setuju (S), Sangat Setuju (SS).

**c. Instrumen Penelitian**

Instrumen penelitian variabel *ethical leadership* menggunakan skala kuesioner *ethical leadership* yang dikembangkan oleh (Brown & Treviño, 2006) :

**Tabel 3.4 Indikator *Ethical Leadership***

No.	Dimensi	Pernyataan
1.	Kejujuran	1. Pemimpin saya jujur dan dapat dipercaya untuk mengatakan kebenaran 2. Pemimpin saya dapat dipercaya untuk melaksanakan janji dan komitmen 3. Pemimpin saya mengakui kesalahan dan bertanggung jawab atasnya



2.	Keadilan	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Pemimpin saya bersikap adil dan tidak memihak saat memberikan tugas kepada anggota</li> <li>2. Pemimpin saya bersikeras melakukan apa yang adil dan etis meskipun itu tidak mudah</li> </ol>
3.	Integritas	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Pemimpin saya menjaga agar tindakannya tetap konsisten dengan nilai-nilai yang dinyatakan (“menjalankan perkataan”)</li> <li>2. Pemimpin saya menganggap kejujuran dan integritas sebagai nilai pribadi yang penting</li> </ol>
4.	Altruisme	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Pemimpin saya memberi contoh perilaku etis dalam keputusan dan tindakannya</li> <li>2. Pemimpin saya memberi contoh dedikasi dan pengorbanan diri untuk organisasi</li> </ol>
5.	Kepedulian terhadap nilai-nilai	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Pemimpin saya menunjukkan kepedulian yang kuat terhadap nilai-nilai etika dan moral</li> <li>2. Pemimpin saya mengomunikasikan standar etika yang jelas bagi para anggota</li> <li>3. Pemimpin saya menentang penggunaan praktik tidak etis untuk meningkatkan kinerja</li> </ol>

Sumber: Brown dan Trevino (2006)

#### 3.4.4. Self-Efficacy

##### a. Definisi Konseptual

*Self-efficacy* adalah keyakinan seseorang atas kemampuan motivasi dirinya untuk mencapai tujuan dengan mengatasi berbagai tantangan dan masalah yang ada didalam pekerjaan, sehingga mereka dapat mengerjakan tugas atau pekerjaan tertentu dengan baik.

##### b. Definisi Operasional

*Self-efficacy* adalah keyakinan seseorang karyawan Traveloka, Tiket.com, dan Pegi-Pegi atas kemampuan motivasi dirinya untuk mencapai tujuan dengan mengatasi berbagai tantangan dan masalah

yang ada didalam pekerjaan, sehingga mereka dapat mengerjakan tugas atau pekerjaan tertentu dengan baik.

*Self-efficacy* diukur dengan dimensi *magnitude* (tingkat kesulitan tugas) melalui indikator menghindari situasi dan perilaku di luar batas kemampuan, analisis pilihan perilaku yang akan dicoba, dan menyesuaikan dan menghadapi langsung tugas-tugas yang sulit. Dimensi kedua adalah *generality* (luas bidang perilaku) dengan indikator keyakinan yang menyebar pada berbagai bidang perilaku dan keyakinan hanya pada bidang khusus. Dimensi ketiga adalah *strength* (derajat keyakinan atau pengharapan) dengan indikator keyakinan efikasi yang lemah, menilai dirinya tidak mampu menyelesaikan tugas, keyakinan yang mantap bertahan dalam usahanya dan memiliki keyakinan akan kesuksesan terhadap apa yang dikerjakannya. Data *self-efficacy* pada penelitian ini merupakan data primer yang didapat melalui penyebaran kuesioner secara online, menggunakan skala likert 5 (lima) poin yaitu Sangat Tidak Setuju (STS), Tidak Setuju (TS), Netral (N), Setuju (S), Sangat Setuju (SS).

c. Instrumen Penelitian

Instrumen penelitian *self-efficacy* yang disajikan pada penelitian ini menggunakan kuesioner dari Bandura (2006):

**Tabel 3.5 Indikator Self-Efficacy**

1.	<i>Magnitude</i> (tingkat kesulitan tugas)	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Menghindari situasi dan perilaku di luar batas kemampuan</li> <li>2. Analisis pilihan perilaku yang akan dicoba</li> <li>3. Menyesuaikan dan menghadapi langsung tugas-tugas yang sulit</li> </ol>
2.	<i>Generality</i> (luas bidang perilaku)	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Keyakinan yang menyebar pada berbagai bidang perilaku</li> <li>2. Keyakinan hanya pada bidang khusus</li> </ol>

3.	<i>Strength</i> (derajat keyakinan atau pengharapan)	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Keyakinan efikasi yang lemah</li> <li>2. Menilai dirinya tidak mampu menyelesaikan tugas</li> <li>3. Keyakinan yang mantap bertahan dalam usahanya</li> <li>4. Memiliki keyakinan akan kesuksesan terhadap apa yang dikerjakannya.</li> </ol>
----	--	---

Sumber: Bandura (2006)

### 3.1. Teknik Analisis Data

Teknik analisis data yang akan dilakukan untuk menguji penelitian ini menggunakan metode (*structural equation modeling – partial least square*) SEM-PLS. SEM-PLS kini banyak diterapkan di banyak disiplin ilmu sosial, antara lain manajemen organisasi, manajemen internasional, manajemen sumber daya manusia, system informasi manajemen operasional, manajemen pemasaran, akuntansi manajemen, dan manajemen strategis.

Metode SEM-PLS sangat menarik bagi banyak peneliti karena memungkinkan mereka untuk memperkirakan model kompleks dengan banyak konstruksi, variabel indikator, dan jalur *structural* tanpa memaksakan asumsi distribusi (*non-parametric*) pada data. Selain itu, metode ini dapat bekerja secara efisien dengan ukuran sampel yang kecil.

PLS-SEM adalah pendekatan kasual-prediktif yang menekankan prediksi dalam memperkirakan model statistik, yang strukturnya dirancang untuk memberikan penjelasan kasual (Hair et al., 2017). Oleh sebab itu, model yang digunakan dalam penelitian ini adalah model sebab akibat (*causal modeling*) atau hubungan dan pengaruh, atau disebut juga dengan analisis jalur (*path analysis*).

Dalam analisis data, Peneliti menggunakan program SMARTPLS 3.0 yang dilakukan meliputi tiga tahap yaitu Analisis outer model, Analisis inner model, dan pengujian hipotesis. Interpretasi hasil penelitian, Peneliti mengacu pada buku yang berjudul *partial least squares structural equation modelling* (PLS-SEM: A Workbook (Hair Jr et al., 2021).

### 3.5.1. Analisis *Outer Model* (Model Pengukuran)

Model pengukuran atau analisis outer model digunakan untuk menentukan bagaimana setiap variabel yang tampak dalam bentuk indikator atau instrument berhubungan dengan variabel tersembunyinya. Variabel laten dalam Smart-PLS didefinisikan sebagai variabel yang nilai kuantitatifnya tidak dapat diamati secara langsung tetapi dapat disimpulkan menggunakan model matematis dari variabel lain yang dapat diamati dan dikuantifikasi secara langsung. Sedangkan variabel manifes adalah variabel yang besaran kuantitatifnya dapat ditentukan secara langsung. Sedangkan variabel manifes adalah variabel yang besaran kuantitatifnya dapat ditentukan secara langsung, berupa skor responden untuk setiap item pada instrument atau kuesioner dalam penelitian ini.

Berikut ini merupakan beberapa pengukuran yang dilakukan pada Analisis outer model menggunakan indikator model reflektif:

a. *Convergent Validity*

Merupakan indikasi berdasarkan korelasi antara skor item/skor komponen dengan skor konstruk, yang ditunjukkan oleh *standardized loading factor*, yang mencerminkan besarnya korelasi antara masing-masing item pengukuran (indikator) dengan konstruk. Nilai faktor muatan luar lebih besar dari 0,70 lebih disukai karena menunjukkan bahwa konstruk menjelaskan lebih dari 50% varian indikator, menunjukkan bahwa indikator tersebut sah (Hair Jr et al., 2021).

b. *Cronbach's Alpha*

Ukuran tambahan ketergantungan konsistensi internal yang menggunakan ambang batas yang sama dengan reliabilitas komposit. Alpha Cronbach lebih besar dari 0,6 (Parimita et al., 2017).

c. *Average Variance Extracted (AVE)*

Didefinisikan sebagai rata-rata keseluruhan beban kuadrat dari indikator konstruk (yaitu, jumlah beban kuadrat dibagi dengan jumlah indikator). AVE minimum disarankan adalah 0,50. Nilai 0,50 atau lebih tinggi menunjukkan bahwa konstruk menjelaskan 50% atau lebih

variasi indikator yang Menyusun konstruk. Akibatnya, nilai prediksi AVE lebih besar dari 0,4. Semakin besar nilai AVE yang dicapai, semakin baik dan beragam rangkaian indikatornya (Hair Jr et al., 2021).

d. *Composite reliability*

Indikator konstruk yang dapat dipertimbangkan mengingat koefisien variabel laten. Jika nilai yang diperoleh pada langkah-langkah tersebut lebih dari 0,60, maka konstruk tersebut dianggap sangat reliabel.

e. *Discriminant Validity*

Pendekatan pengukuran yang menilai indikator reflektif menggunakan ukuran cross loading dengan konstruk. Jika korelasi antara konstruk dengan item pengukuran lebih besar dari ukuran konstruk lainnya, hal ini menunjukkan bahwa ukuran blok mereka lebih besar dari blok lainnya.

### **3.5.2. Analisis *Inner Model* (Model Pengukuran)**

Inner model atau model structural diuji untuk mengetahui pengaruh dan keterikatan antara konstruk, nilai signifikan, dan R-square dari model penelitian. Model struktural dinilai menggunakan R-square, f-square, dan *variance inflation factor* (VIF). Untuk penyelidikan ini, model dalam dihitung sebagai berikut:

1. R-Square ( $R^2$ ), pengujian R-square ( $R^2$ ) merupakan cara untuk mengukur tingkat *Goodness of Fit* (GOF) suatu model struktural. Nilai R-Square ( $R^2$ ) digunakan untuk menilai seberapa besar proporsi variasi nilai variabel laten dependen tertentu yang dapat dijelaskan oleh variabel variabel laten independen:
  - a. Nilai  $R^2 = 0.75$  mengindikasikan bahwa pengaruh variabel laten independen terhadap variabel laten dependen, besar/kuat.
  - b. Nilai  $R^2 = 0.50$  mengindikasikan bahwa pengaruh variabel laten independen terhadap variabel laten dependen, sedang.
  - c. Nilai  $R^2 = 0.25$  mengindikasikan bahwa pengaruh variabel laten independen terhadap variabel laten dependen, lemah/kecil.



2. F-Square ( $F^2$ ), nilai f-square ( $f^2$ ) digunakan untuk menilai seberapa besar pengaruh relative dari variabel laten independen terhadap variabel laten dependen:
  - a. Nilai ( $f^2$ ) = 0.02 mengindikasikan bahwa pengaruh variabel laten independen terhadap variabel laten dependen, lemah/kecil.
  - b. Nilai ( $f^2$ ) = 0.15 mengindikasikan bahwa pengaruh variabel laten independen terhadap variabel laten dependen, sedang.
  - c. Nilai ( $f^2$ ) = 0.35 mengindikasikan bahwa pengaruh variabel laten independen terhadap variabel laten dependen, besar/baik.
3. *Variance Inflation Factor* (VIF), VIF adalah pengujian kolinearitas untuk membuktikan korelasi yang kuat antara variabel kuat atau tidak. Jika terdapat korelasi yang kuat berarti model korelasi tersebut mengandung masalah:
  - a. Nilai VIF > 0.05, terdapat masalah kolinearitas dalam model korelasi.
  - b. Nilai VIF < 0.05, tidak terdapat masalah kolinearitas dalam model korelasi

### **3.5.3. Pengujian Hipotesis**

#### **1. Analisis *direct effect* (Pengaruh Langsung)**

Analisis *direct effect* berguna untuk menguji hipotesis pengaruh langsung suatu variabel independen terhadap variabel dependen. Dalam melakukan pengujian, peneliti menggunakan *two tail* yang bisa didapatkan hasil positif maupun negatif dari hasil hipotesis. Adapun kriterianya sebagai berikut:

- a. *T-Statistics*, adalah instrumen tes yang digunakan untuk menentukan signifikansi rute yang diprediksi. Jika hipotesis diuji dengan teknik nilai statistik dan digunakan derajat alfa 5%, maka nilai kritis t-statistik adalah 1,96. Berdasarkan kesimpulan tersebut, tingkat signifikansi hipotesis dapat diterima jika nilai t-statistik lebih dari 1,96.
- b. *Path Coefisients* (Koefisien Jalur)

- 1) Jika koefisien jalur (koefisien jalur) positif, pengaruh variabel independen terhadap variabel dependen adalah searah; jika nilai variabel bebas bertambah/bertambah, maka nilai variabel terikat bertambah/bertambah juga.
  - 2) Jika koefisien jalur negatif, pengaruh variabel independen terhadap variabel dependen adalah terbalik; jika nilai variabel independen tumbuh/meningkat, nilai variabel dependen juga berkurang.
- c. Nilai Probabilitas/Signifikansi (p-value)
- 1) Nilai p-values  $< 0.05$ , maka pengaruh variabel signifikan.
  - 2) Nilai p-values  $> 0.05$ , maka pengaruh variabel tidak signifikan.

## 2. Analisis *Indirect Effect* (Pengaruh Tidak Langsung)

Analisis pengaruh tidak langsung berguna untuk menguji hipotesis pengaruh tidak langsung suatu variabel independen terhadap variabel dependen yang dimediasi oleh variabel mediator atau intervening.

Dalam penelitian ini, *self-efficacy* merupakan variabel intervening yang memoderasi *work climate* dan *ethical leadership* terhadap *employee engagement*. Pengaruh tidak langsung dalam penelitian ini, dilihat dari hasil bootstrapping kolom *specific indirect effect*.