

## **BAB III**

### **METODOLOGI PENELITIAN**

#### **A. Objek dan Ruang Lingkup Penelitian**

##### **1. Profil Perusahaan PT. “X”**

PT. “X” adalah sebuah stasiun televisi swasta nasional di Indonesia. PT. “X” merupakan stasiun televisi swasta kedua. PT. “X” lahir pada tanggal 24 Agustus 1990 sebagai stasiun televisi lokal di Surabaya. Pada tanggal 1 Januari 1993, berbekal SK Menteri Penerangan No. 111/1992, PT. “X” mendapatkan izin mengudara secara nasional. Secara bertahap, mulai tahun 1993 sampai dengan 1998, PT. “X” memindahkan basis operasi media siaran nasional dari Surabaya ke Jakarta. Saat ini, melalui 47 stasiun transmisi, PT. “X” mampu menjangkau 240 kota dan menggapai sekitar lebih dari 175 juta potensial pemirsa.

Pada tahun 2006, PT. “X” memiliki hak siar dalam ajang sepakbola Piala Dunia FIFA 2006. Pada 22 Desember 2011, PT. “X” berhasil memenangkan bidding hak siar UEFA Champions League dan UEFA Europa League untuk musim 2012/13 hingga musim 2014/15. Pada pertengahan 2013, PT. “X” resmi menjadi pemegang hak siar Liga Utama Inggris bersama Indosiar dan TV berbayar Nexmedia. Pada bulan Mei 2013, PT. “X” mendapatkan penghargaan “*Asia Responsible Entrepreneurship Award 2013*”, merupakan penghargaan yang diberikan

oleh Enterprise Asia atas kepedulian perusahaan terhadap lingkungannya dengan berbagai aktivitas yang dilakukan untuk masyarakat.

Pada 2 Juli 2013, PT. “X” mendapatkan penghargaan terbaik dari Bisnis Indonesia sebagai Perusahaan Terbaik di Bidang Jasa, Perdagangan dan Investasi. Pada bulan November 2013, PT. “X” meraih penghargaan dari CNN *Journalism Award* 2013 untuk kategori *Education Culture and Art*. Pada Desember 2013, PT. “X” mendapatkan penghargaan Anugerah Citra Pariwisata 2013 sebagai bentuk penghargaan periklanan karya kreatif yang menonjol.

Pada tahun 2014, PT. “X” mendapatkan penghargaan Finance Asia “Asia’s Best Companies 2014” dan Brand Finance Plc Brand Rating-Brand Finance SWA and WIR Global. PT. “X” terus mengembangkan potensi multimedia agar masyarakat di seluruh dunia bisa bersentuhan dengan PT. “X”. Untuk ke depannya, stasiun televisi ini ingin mengembangkan potensi usaha hingga mancanegara serta membararui konsep siaran sesuai dengan industri media baru.

## **2. Visi dan Misi**

### **a. Visi**

Menjadi penyedia hiburan dan informasi terdepan bagi bangsa Indonesia.

## b. Misi

Kami berupaya setiap hari untuk menjadi pilihan pertama dalam penyedia konten berkualitas, untuk menghibur, mendidik, dan memberi informasi bagi bangsa Indonesia. Kami akan menjadi pilihan pertama melalui pengadaan konten yang menarik, penyediaan layanan yang unggul dan pengembangan berkelanjutan dari sumber daya manusia kami. Melalui pencapaian ini kami akan menciptakan sebuah usaha menguntungkan yang berkelanjutan bagi para pemangku kepentingan kami.

## 3. Tempat dan Waktu Penelitian

Penelitian dilakukan secara langsung di kantor pusat PT. “X” yang berlokasi di Daerah Ibu Kota Jakarta. Penelitian dilakukan sejak bulan November 2015.

## 4. Objek Penelitian

Objek penelitian dalam penelitian ini adalah karyawan pada PT. “X” yang tersebar di beberapa tempat berdasarkan penempatan yang dilakukan PT. “X” Jakarta.

**Tabel III.1**  
**Objek Penelitian**

No.	Divisi	Jumlah Karyawan
1.	Acquisition	15
2.	HRD	12
3.	Programming	30
	Total	57

Sumber : Data PT.”X”

## B. Metode Penelitian

Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah penelitian deskriptif dan penelitian eksplanatif (*explanatory*). Penelitian deskriptif adalah penelitian yang dilakukan untuk memberikan gambaran yang lebih detail mengenai suatu gejala atau fenomena. Menurut Sanusi, penelitian deskriptif adalah desain penelitian yang disusun untuk memberikan gambaran secara sistematis tentang informasi ilmiah yang berasal dari subjek atau objek penelitian. Penelitian deskriptif fokus pada penjelasan sistematis tentang fakta yang diperoleh saat penelitian dilakukan<sup>81</sup>.

Sedangkan penelitian eksplanatif (*explanatory*) merupakan penelitian yang menjelaskan hubungan kausal antara variabel-variabel melalui pengujian hipotesis<sup>82</sup>. Penelitian *explanatory* dilakukan untuk menemukan penjelasan tentang mengapa suatu kejadian atau gejala terjadi. Hasil akhir dari penelitian ini adalah gambaran mengenai hubungan sebab akibat. Tujuan dari penelitian *explanatory* adalah menghubungkan pola-pola yang berbeda namun memiliki keterkaitan dan menghasilkan pola hubungan sebab akibat<sup>83</sup>. Dalam hal ini menguji pengaruh kepuasan kerja, komitmen organisasi dan kecerdasan emosional terhadap *turnover intention* karyawan PT. "X".

---

<sup>81</sup>Anwar Sanusi, *Metode Penelitian Bisnis*, (Jakarta : Salemba Empat, 2011), p.13.

<sup>82</sup>Misbahuddin & Iqbal Hasan, *Analisis Data Penelitian dengan Statistik*, (Jakarta : Bumi Aksara,2013), p.10.

<sup>83</sup>Bambang Prasetyo & Lina Miftahul J, *Metode Penelitian Kuantitatif : Teori dan Aplikasi*, (Jakarta : PT.Raja Grafindo Persada,2008), p.43.

## C. Populasi dan Sampel

### 1. Populasi

Populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri atas obyek/subyek yang mempunyai kuantitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti<sup>84</sup>. Menurut Sekaran, populasi mengacu pada keseluruhan kelompok orang, kejadian, atau hal minat yang ingin peneliti investigasi<sup>85</sup>. Populasi pada penelitian ini berjumlah 57 orang yang merupakan karyawan tetap di bagian HRD, Programming dan Acquisition di kantor pusat PT. “X” Jakarta. Peneliti telah melakukan uji coba pada saat pra-riset di bagian HRD, Programming dan Acquisition dengan total responden sebanyak 20 karyawan.

### 2. Sampel

Sampel adalah bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi. Menurut Sekaran, Sampel adalah bagian dari populasi. Sampel terdiri atas sejumlah anggota yang dipilih dari populasi<sup>86</sup>. Karena jumlah populasi yang relatif kecil yaitu 57 orang, maka dalam penelitian ini menggunakan *non probability sampling jenuh*.

Sampling jenuh adalah teknik penentuan sampel bila semua anggota populasi digunakan sebagai sampel. Sampel jenuh sering diartikan sebagai sampel yang sudah maksimum, ditambah berapapun tidak akan merubah keterwakilan<sup>87</sup>.

---

<sup>84</sup>Sugiyono, *Metode Penelitian Manajemen* (Bandung : Alfabeta,2013), h.148.

<sup>85</sup>Uma Sekaran, *Metode Penelitian untuk Bisnis*, (Jakarta : Salemba Empat, 2006), p.121.

<sup>86</sup>*Ibid*,p.123.

<sup>87</sup>*Ibid*, p. 156.

## D. Operasionalisasi Variabel Penelitian

### 1. Variabel Penelitian

#### a. Variabel Bebas (*Independent Variable*)

Variabel ini sering disebut sebagai variabel *stimulus*, *prediktor*, *antecedent*. Variabel bebas merupakan variabel yang mempengaruhi atau yang menjadi sebab timbulnya variabel terikat<sup>88</sup>. Variabel bebas dalam penelitian ini adalah Kepuasan Kerja (X<sub>1</sub>), Komitmen Organisasi (X<sub>2</sub>), dan Kecerdasan Emosional (X<sub>3</sub>).

#### b. Variabel Terikat (*Dependent Variable*)

Variabel terikat merupakan variabel yang dipengaruhi atau menjadi akibat, karena adanya variabel bebas<sup>89</sup>. Variabel terikat dalam penelitian ini adalah *Turnover Intention* (Y).

**Tabel. III.2**

### Operasionalisasi Variabel

No.	Konsep Variabel	Dimensi	Indikator	Nomor Butir	Skala
1.	<b><i>Turnover Intention</i> (Y)</b>				
	<i>Turnover Intention</i> adalah sebuah keputusan yang berlaku antara pendekatan individu yang berhubungan untuk melanjutkan pekerjaan atau	1. Adanya pemikiran untuk meninggalkan pekerjaan	Berpikir untuk berhenti	1	Interval 1-5
		2. Keinginan untuk mencari pekerjaan baru	Mencari pekerjaan baru	2	Interval 1-5

<sup>88</sup>*Ibid*, p. 96.

<sup>89</sup>*Ibid*, h. 97.

<p>meninggalkan pekerjaan saat ini. Empat dimensi dari <i>turnover intention</i> yaitu : Adanya pemikiran untuk meninggalkan pekerjaan, Keinginan untuk mencari pekerjaan baru di bidang yang sama di perusahaan lain, Keinginan untuk mencari pekerjaan baru di bidang yang berbeda di perusahaan lain dan Keinginan untuk mencari profesi baru. Lum <i>et al</i> (1998) dan Hom &amp; Griffeth (1991).</p>	<p>3. Keinginan untuk mencari pekerjaan baru di bidang yang berbeda di perusahaan lain</p>	<p>Mencari pekerjaan di bidang berbeda</p>	<p>3</p>	<p>Interval 1-5</p>
	<p>4. Keinginan untuk mencari profesi baru</p>	<p>Mencari profesi baru</p>	<p>4</p>	<p>Interval 1-5</p>

No.	Konsep Variabel	Dimensi	Indikator	Nomor Butir	Skala
2.	<p><b>Kepuasan Kerja (X<sub>1</sub>)</b></p> <p>Kepuasan kerja adalah sikap karyawan menunjukkan perasaan puas atau tidak puas yang berhubungan erat terhadap pekerjaannya. Lima dimensi dari kepuasan kerja yaitu : pekerjaan itu sendiri, gaji, promosi, pengawasan, dan rekan kerja. <i>Job Descriptive Index</i>, Smith,</p>	1. Gaji ( <i>Pay</i> )	Sesuai dengan beban kerja	5	Interval 1-5
			Sesuai dengan jam kerja	6	Interval 1-5
			Memenuhi kebutuhan	7	Interval 1-5
		2. Pekerjaan Itu Sendiri ( <i>Work Itself</i> )	Pekerjaan yang menarik	8	Interval 1-5
			Pekerjaan yang menyenangkan	9	Interval 1-5
		3. Promosi ( <i>Promotion</i> )	Pekerjaan yang menantang	10	Interval 1-5
			Kesempatan promosi	11,12	Interval 1-5

Kendall & Hulin (1995), Luthans (1985), Mathis & Jackson (2000).		Promosi sesuai harapan	13	Interval 1-5
	4. Pengawasan ( <i>Supervision</i> )	Pekerjaan dihargai	14	Interval 1-5
		Mendapatkan motivasi	15	Interval 1-5
		Memerhatikan pekerjaan bawahan	16	Interval 1-5
	5. Rekan Kerja ( <i>Co-Workers</i> )	Menjalin hubungan baik	17	Interval 1-5
		Kerja sama yang baik	18	Interval 1-5
		Suasana kerja yang menyenangkan	19	Interval 1-5

No.	Konsep Variabel	Dimensi	Indikator	Nomor Butir	Skala
3.	Komitmen Organisasi ( $X_2$ )  Komitmen organisasi adalah sikap yang mengikat karyawan dengan organisasi yang melibatkan tiga dimensi yaitu : <i>affective commitment, continuance commitment &amp; normative commitment.</i> Spector (1997), Meyer, Allen & Smith (1998), Allen & Meyer (1990), Donni Juni Priansa (2014).	1. Komitmen Afektif ( <i>Affective Commitment</i> )	Rasa Memiliki	20,21	Interval 1-5
			Keterlibatan dalam perusahaan	22	Interval 1-5
			Memahami tujuan dan nilai organisasi	23,24	Interval 1-5
		2. Komitmen Normatif ( <i>Normative Commitment</i> )	Loyalitas pada organisasi	25	Interval 1-5
			Kewajiban yang diberikan kepada organisasi	26	Interval 1-5
		3. Komitmen Berkelanjutan ( <i>Continuance Commitment</i> )	Alternatif bekerja di tempat lain	27	Interval 1-5
			Sudah banyak berkorban untuk organisasi	28	Interval 1-5



No.	Konsep Variabel	Dimensi	Indikator	Nomor Butir	Skala
4.	Kecerdasan emosional adalah kemampuan seseorang untuk mengenali perasaan sendiri dan perasaan orang lain, untuk membedakan antara diri sendiri & orang lain, serta menggunakan informasi tersebut untuk mengelola pemikiran dan perilaku seseorang. Dimensi kecerdasan emosional yaitu : <i>Self-awareness, Self-management, Self-motivation, Empathy, Social Skills.</i> Daniel Goleman (1998), Robbins (2003)	1. Kesadaran terhadap emosi/ perasaan diri sendiri. ( <i>Self-awareness</i> )	Menjelaskan emosi/perasaan yang dirasakan	29	Interval 1-5
			Mengetahui kemampuan diri	30	Interval 1-5
			Mengetahui alasan dari emosi yang dirasakan	31	Interval 1-5
		2. Mengelola Emosi/ Perasaan Diri Sendiri. ( <i>Self-management</i> )	Mengatasi emosi/perasaan frustrasi	32	Interval 1-5
			Mampu bersikap <i>relax</i>	33	Interval 1-5
		3. Motivasi diri sendiri ( <i>Self-motivation</i> )	Mampu memberikan motivasi terhadap diri sendiri	34	Interval 1-5
			Senang terhadap tantangan	35	Interval 1-5
		4. Menjaga dan Mengelola perasaan orang lain. ( <i>Empathy</i> )	Mampu menghibur anggota tim	36	Interval 1-5
			Mampu mengetahui emosi/perasaan orang lain	37,38	Interval 1-5
		5. Kemampuan bersosialisasi ( <i>Social Skills</i> )	Mampu beradaptasi	39	Interval 1-5
			Mampu membangun hubungan yang positive	40	Interval 1-5

Sumber : Data diolah oleh peneliti,2016

## 2. Skala Pengukuran

Skala (*scale*) adalah suatu instrumen atau mekanisme untuk membedakan individu dalam hal terkait variabel minat yang di pelajari atau diteliti<sup>90</sup>. Skala pengukuran adalah peraturan penggunaan notasi bilangan dalam pengukuran<sup>91</sup>. Skala pengukuran merupakan kesepakatan yang digunakan sebagai acuan untuk menentukan panjang pendeknya interval yang ada dalam alat ukur, sehingga alat ukur tersebut bila digunakan dalam pengukuran akan menghasilkan data kuantitatif.<sup>92</sup>

Dalam penelitian ini, skala yang digunakan adalah skala Interval. Skala interval adalah skala pengukuran yang menyatakan peringkat dan jarak konstruk dari yang diukur. Teknik membuat skala peneliti menggunakan skala *Likert* dalam penelitian ini. Skala *Likert* digunakan untuk mengukur sikap, pendapat, dan persepsi seseorang atau kelompok tentang fenomena sosial. Dengan skala *Likert*, maka variabel yang akan diukur dijabarkan menjadi indikator variabel dan indikator tersebut dijadikan titik tolak untuk menyusun item-item instrumen dapat berupa pernyataan atau pertanyaan<sup>93</sup>.

Skala *Likert* didesain untuk menelaah seberapa kuat subjek setuju atau tidak setuju dengan pernyataan pada skala 5 titik dengan susunan berikut :

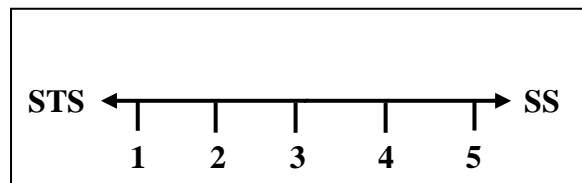
---

<sup>90</sup>Uma Sekaran, *op.cit.*, p.15.

<sup>91</sup>Misbahuddin & Iqbal Hasan, *op.cit.*, p.16.

<sup>92</sup>Sugiyono, *Metode Penelitian Bisnis (Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif dan R&D)*, (Bandung : Alfabeta,2009), p.131.

<sup>93</sup>Sugiyono, *op.cit.*, p. 168.



**Gambar III.1**  
**Skala Interval *Likert***

Skala *Likert* memiliki bobot penilaian 1 sampai dengan 5. Jika arah penilaian semakin ke kanan, maka menunjukkan pendapat Sangat Setuju (SS). Jika arah penilaian semakin ke kiri, maka menunjukkan pendapat Sangat Tidak Setuju (STS). Bobot penilaian dari skala *Likert* antara lain, Sangat Setuju (SS) memiliki bobot nilai sebesar 5, Setuju (S) memiliki bobot nilai sebesar 4, Netral (N) memiliki bobot nilai sebesar 3, Tidak Setuju (TS) memiliki bobot nilai sebesar 2 dan untuk Sangat Tidak Setuju (STS) memiliki bobot nilai sebesar 1.

### 3. Prosedur Pengumpulan Data

#### a. Data Primer

Data primer adalah data yang didapat dari sumber pertama baik dari individu atau perseorangan yang diperoleh atau dikumpulkan langsung di lapangan oleh orang yang melakukan penelitian. Data primer disebut juga data asli atau data baru<sup>94</sup>. Dalam penelitian ini, data primer yang digunakan adalah :

<sup>94</sup>Misbahuddin & Iqbal Hasan, *op.cit.*, p.21.

## 1. Wawancara

Wawancara merupakan salah satu teknik pengumpulan data. Pelaksanaannya dapat dilakukan secara langsung berhadapan dengan yang diwawancarai, tetapi dapat juga secara tidak langsung. Wawancara bisa terstruktur dan tidak berstruktur. Wawancara terstruktur adalah wawancara yang dilakukan ketika mengetahui informasi apa yang diperlukan. Pewawancara memiliki daftar pertanyaan yang direncanakan untuk ditanyakan kepada responden.

Sedangkan wawancara tidak berstruktur adalah wawancara yang berada dalam situasi tidak ada urutan pertanyaan yang terencana untuk ditanyakan kepada responden. Dalam penelitian ini wawancara yang dilakukan adalah wawancara tidak berstruktur.

## 2. Kuesioner

Kuesioner adalah daftar pertanyaan tertulis yang telah dirumuskan sebelumnya yang akan responden jawab. Kuesioner merupakan teknik pengumpulan data yang efisien. Kuesioner dapat berupa pertanyaan/ Pernyataan tertutup dan terbuka. Pertanyaan/ Pernyataan tertutup adalah jenis pertanyaan yang memungkinkan jawabannya sudah ditemukan terlebih dahulu dan responden tidak diberi kesempatan untuk memberikan jawaban lain.

Pertanyaan/ Pernyataan terbuka adalah jenis pertanyaan/ Pernyataan di mana kemungkinan jawabannya tidak ditentukan terlebih dahulu dan

responden bebas memberikan jawaban. Dalam penelitian ini, peneliti menggunakan kuesioner dengan pertanyaan/ Pernyataan tertutup.

#### b. Data Sekunder

Data sekunder adalah data yang diperoleh atau dikumpulkan oleh orang yang melakukan penelitian dari sumber-sumber yang telah ada. Data sekunder biasanya diperoleh dari perpustakaan atau dari laporan-laporan penelitian terdahulu. Peneliti menggunakan data sekunder untuk melengkapi data penelitian.

### E. Teknik Analisis Data

#### 1. Uji Instrumen

##### a. Uji Validitas

Uji validitas berguna untuk mengetahui apakah ada pertanyaan-pertanyaan pada kuesioner yang harus diganti karena dianggap tidak relevan. Pengujiannya dilakukan secara statistik. Pengujian validitas dilakukan menggunakan teknik korelasi *product moment*. Korelasi *product moment* berguna untuk menentukan suatu besaran yang menyatakan bagaimana kuat hubungan suatu variabel dengan variabel lain<sup>95</sup>. Rumusnya seperti berikut ini :

$$r = \frac{n \sum XY - (\sum X)(\sum Y)}{\sqrt{[N \sum X^2 - (\sum X)^2][N \sum Y^2 - (\sum Y)^2]}}$$

Di mana :

r = koefisien korelasi

---

<sup>95</sup>Husein Umar, *op.cit.*, p.166.

X = skor butir  
 Y = skor total butir  
 N = jumlah sampel (responden).

#### b. Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas berguna untuk menetapkan apakah instrumen dalam kuesioner dapat digunakan lebih dari satu kali, paling tidak oleh responden yang sama. Uji reliabilitas untuk alternatif jawaban yang lebih dari dua menggunakan uji *Cronbach's Alpha*<sup>96</sup>.

Terdapat beberapa kriteria untuk menentukan instrumen reliabel atau tidak, yaitu :

1. Jika nilai Cronbach's Alpha > 0,6 maka instrumen reliabel.
2. Jika nilai Cronbach's Alpha < 0,6 maka instrumen tidak reliabel.

## 2. Analisis Deskriptif

Analisis deskriptif adalah cara pengolahan data mentah variabel dalam penelitian. Analisis deskriptif untuk memberikan gambaran umum mengenai penyebaran dan distribusi data. Data merupakan hasil penelitian yang didapat melalui kuesioner yang disebarkan kepada sampel sebanyak 57 responden PT. "X". Untuk menentukan skoring kriteria menggunakan rumus sebagai berikut :

$$\text{Interval} = \text{Range (R)} / \text{Kategori (K)}^{97}$$

<sup>96</sup>*Ibid.* p.170.

<sup>97</sup>Ahmad Yani, Panduan Penentuan Skoring Kriteria Kuesioner (Skala Pengukuran). (<http://www.bukukerja.com/2012/10/panduan-penentuan-skoring-kriteria.html>).

Dimana :

Skor tertinggi = Jumlah pernyataan X Skor tertinggi  
 $= 40 \times 5 = 200$  ( $200/200 \times 100\%$ ) = 100%

Skor terendah = Jumlah pernyataan X Skor terendah  
 $= 40 \times 1 = 40$  ( $40/200 \times 100\%$ ) = 20%

Range (R) = Skor tertinggi – Skor terendah  
 $= 100\% - 20\% = 80\%$

Kategori (K) = 2

Interval (I) =  $R/K = 80/2 = 40\%$

Skor standar =  $100\% - 40\% = 60\%$

**Tabel III.3**

**Bobot Skor Kriteria Variabel**

Variabel	Skor (> 60%)	Skor (< 60%)
Kepuasan Kerja	Tinggi	Rendah
Komitmen Organisasi	Tinggi	Rendah
Kecerdasan Emosional	Tinggi	Rendah
<i>Turnover Intention</i>	Tinggi	Rendah

Sumber: data diolah oleh peneliti, 2016

### 3. Uji Asumsi Klasik

Uji asumsi klasik memiliki tujuan untuk memberikan kepastian bahwa persamaan regresi yang didapatkan memiliki ketepatan dalam estimasi, tidak bias dan konsisten.

### a. Uji Normalitas

Uji normalitas untuk mengetahui apakah variabel dependen, independen atau keduanya berdistribusi normal, mendekati normal atau tidak.<sup>98</sup> Hal ini penting diketahui berkaitan dengan ketepatan pemilihan uji statistik yang akan dipergunakan<sup>99</sup>. Dalam penelitian ini, peneliti menggunakan metode *Kolmogorov-Smirnov*. Penggunaan metode ini dapat dilakukan dengan menggunakan SPSS. Dalam metode ini, jika nilai signifikansi dari setiap variabel  $> 0,05$  maka data terdistribusi normal.

### b. Uji Linearitas

Uji linearitas dalam penelitian untuk mengetahui apakah dua variabel memiliki hubungan yang linear atau tidak secara signifikan. Jika signifikansi pada linearity  $> 0,05$  maka hubungan antara dua variabel tidak linear, namun jika signifikansi  $< 0,05$  maka hubungan antara dua variabel memiliki hubungan yang linear secara signifikan<sup>100</sup>.

### c. Uji Multikolinearitas

Uji multikolinearitas untuk mengetahui apakah pada model regresi ditemukan adanya korelasi antar variabel independen. Jika terjadi korelasi, terdapat masalah multikolinearitas yang harus diatasi. Mengukur multikolinearitas dapat diketahui dengan melihat

---

<sup>98</sup>Husein Umar, *op.cit.*, p. 181.

<sup>99</sup>Sambas Ali Muhidin & Maman Abdurrahman, Analisis Korelasi, Regresi dan Jalur dalam Penelitian (Dilengkapi Aplikasi Program SPSS), (Bandung : Pustaka Setia,2007), p. 73.

<sup>100</sup>*Ibid.* p. 98.



nilai *Variance Inflation Factor* (VIF) pada model regresi<sup>101</sup>. Nilai VIF dapat dihitung dengan rumus :

$$\text{VIF} = 1 / (1 - R^2)$$

Jika besar VIF mendekati 1, maka mencerminkan tidak ada multikolinieritas.

#### d. Uji Heteroskedastisitas

Uji heteroskedastisitas dilakukan untuk mengetahui apakah dalam sebuah model regresi terjadi ketidaksamaan varians dari residual suatu pengamatan ke pengamatan lain<sup>102</sup>. Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode uji Spearman's Rho, yaitu mengkorelasikan nilai residual (unstandardized residual) dengan masing-masing variabel independen. Jika signifikansi kurang dari 0,05, maka terjadi masalah heteroskedastisitas<sup>103</sup>.

### 4. Analisis Regresi

#### a. Analisis Signifikansi Individual (Uji t)

Uji t digunakan untuk menguji pengaruh variabel independen secara parsial terhadap variabel dependen. Dalam penelitian ini, uji t digunakan untuk menguji pengaruh kepuasan kerja (X1) terhadap *turnover intention* (Y), komitmen organisasi (X2) terhadap *turnover intention* (Y) dan kecerdasan emosional (X3) terhadap *turnover intention* (Y).

<sup>101</sup>Imam Ghozali, *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS 21* (Semarang : Badan Penerbit Universitas Diponegoro, 2013), p.105.

<sup>102</sup>Sambas Ali Muhidin & Maman Abdurrahman, *op.cit.*, p.179.

<sup>103</sup>Anwar Sanusi, *op.cit.*, p.142.

*intention* (Y). Untuk melakukan uji t dapat dilakukan dengan menggunakan rumus sebagai berikut<sup>104</sup> :

$$t_{hitung} = \frac{r \sqrt{n - k - 1}}{\sqrt{1 - r^2}}$$

Di mana :

$T_{hitung}$  = nilai t

n = jumlah sampel

k = jumlah variabel bebas

r = koefisien korelasi parsial

Keputusan :

1. Jika nilai  $t_{hitung} > t_{tabel}$  dan nilai signifikansi  $< 0,05$  maka  $H_0$  ditolak dan  $H_a$  diterima.
2. Jika nilai  $t_{hitung} < t_{tabel}$  dan signifikansi  $> 0,05$  maka  $H_0$  diterima dan  $H_a$  ditolak.

Sebelum melakukan uji, peneliti membuat hipotesis sebagai berikut:

#### 1. Hipotesis 1

$H_0$  : Kepuasan kerja tidak berpengaruh terhadap *turnover intention* karyawan pada PT.“X” Jakarta.

$H_a$  : Kepuasan kerja berpengaruh signifikan terhadap *turnover intention* karyawan pada PT.“X” Jakarta.

#### 2. Hipotesis 2

$H_0$  : Komitmen organisasi tidak berpengaruh terhadap *turnover intention* karyawan pada PT.“X” Jakarta.

---

<sup>104</sup>Sugiyono, *op.cit.*, p.288.

Ha : Komitmen organisasi berpengaruh signifikan terhadap *turnover intention* karyawan pada PT.“X” Jakarta.

### 3. Hipotesis 3

Ho : Kecerdasan emosional tidak berpengaruh terhadap *turnover intention* karyawan pada PT.“X” Jakarta.

Ha : Kecerdasan emosional berpengaruh signifikan terhadap *turnover intention* karyawan pada PT.“X” Jakarta.

#### b. Uji F (Regresi Simultan)

Uji F digunakan untuk mengetahui apakah semua variabel bebas mempunyai pengaruh secara bersama-sama terhadap variabel terikat<sup>105</sup>. Pada penelitian ini, uji F dilakukan untuk menganalisis pengaruh kepuasan kerja (X1), komitmen organisasi (X2) dan kecerdasan emosional (X3) terhadap *turnover intention* (Y). Nilai  $F_{hitung}$  dicari dengan rumus:

$$F = \frac{R^2 / (k - 1)}{1 - R^2 / (n - k)}$$

Di mana:

$R^2$  : Koefisien determinasi

n : Jumlah anggota sampel

k : Jumlah variabel independen<sup>106</sup>.

---

<sup>105</sup>Imam Ghozali, *op.cit.*, p.98.

<sup>106</sup> Sugiyono, *op.cit.*, p.297.

Hipotesis yang akan di uji yaitu :

Hipotesis 4

Ho : Kepuasan kerja, komitmen organisasi dan kecerdasan emosional secara bersama-sama tidak berpengaruh terhadap *turnover intention* karyawan pada PT.“X” Jakarta.

Ha : Kepuasan kerja, komitmen organisasi dan kecerdasan emosional secara bersama-sama berpengaruh signifikan terhadap *turnover intention* karyawan pada PT.“X” Jakarta.

Kriteria pengujian :

1. Ho diterima jika  $F_{hitung} < F_{tabel}$  atau nilai signifikan lebih besar dari 0,05.

2. Ho ditolak jika  $F_{hitung} > F_{tabel}$  atau nilai signifikan lebih kecil dari 0,05.

**c. Analisis Determinasi ( $R^2$ )**

Analisis determinasi sering pula disebut determinasi majemuk. analisis determinasi dalam regresi linear berganda digunakan untuk mengetahui persentase pengaruh variabel bebas secara serentak terhadap variabel terikat. Koefisien ini menunjukkan seberapa besar persentase variasi variabel bebas yang digunakan dalam model mampu menjelaskan variasi variabel terikat. Nilai koefisien determinasi dihitung dengan rumus:

$$R^2 = \frac{(r_{yx1})^2 + (r_{yx2})^2 + (r_{yx3})^2 - 2 \cdot (r_{yx1}) \cdot (r_{yx2}) \cdot (r_{yx3}) \cdot (r_{x1x2x3})}{1 - (r_{x1x2x3})^2}$$

Di mana:

$R^2$  = Koefisien determinasi

$r_{yx1}$  = korelasi sederhana antara Kepuasan Kerja dengan *Turnover Intention*

$r_{yx2}$  = korelasi sederhana antara Komitmen Organisasi dengan *Turnover Intention*

$r_{yx3}$  = korelasi sederhana antara Kecerdasan Emosional dengan *Turnover Intention*.

$r_{x1x2x3}$  = korelasi sederhana antara Kepuasan Kerja, Komitmen Organisasi dan Kecerdasan Emosional.

Kriteria:

1. Nilai  $R^2$  yang mendekati nol, berarti variabel-variabel bebas (kepuasan kerja, komitmen organisasi dan kecerdasan emosional) secara keseluruhan tidak dapat menjelaskan variabel terikat (*Turnover Intention*).
2. Nilai  $R^2$  yang mendekati satu, berarti variabel-variabel bebas (kepuasan kerja, komitmen organisasi dan kecerdasan emosional) secara keseluruhan tidak dapat menjelaskan variabel terikat (*Turnover Intention*) dan semakin baik hasil untuk model regresi tersebut.

#### d. Analisis Regresi Linear Berganda

Analisis regresi linear berganda adalah regresi linear dimana variabel terikat (variabel Y) dihubungkan dengan dua atau lebih variabel bebas (variabel X). Adanya penambahan variabel bebas ini diharapkan dapat lebih menjelaskan karakteristik hubungan yang ada<sup>107</sup>. Bentuk umum persamaan regresi linear berganda sebagai berikut :

$$Y = a + b_1X_1 + b_2X_2 + b_3X_3 + \dots + b_kX_k$$

Di mana:

Y = variabel terikat (Turnover Intention)

a = konstanta

$\alpha, b_1, b_2, b_3$  = koefisien regresi linear berganda

$X_1$  = variabel bebas pertama (Kepuasan Kerja)

$X_2$  = variabel bebas kedua (Komitmen Organisasi)

$X_3$  = variabel bebas ketiga (Kecerdasan Emosional).<sup>108</sup>

<sup>107</sup>Misbahuddin & Iqbal Hasan, *op.cit.*, p.88.

<sup>108</sup>*Ibid.*