BAB III
METODOLOGI PENELITIAN

Bab ini akan memaparkan metode penelitian dan bagaimana teori yang dibahas dalam kajian pustaka diaplikasikan dalam penelitian. Bab ini terdiri dari beberapa bagian, diantaranya desain penelitian, populasi dan sampel, variabel dan definisi operasional, intrumen penelitian, prosedur penelitian, dan analisis data yang digunakan.

A. Desain Penelitian

Penelitian ini merupakan penelitian kuantitatif, karena peneliti mencoba untuk menjelaskan penelitian ini menggunakan pengukuran objektif dan analisis numerikal (Moleong, 2010). Berdasarkan tujuannya, penelitian ini merupakan penelitian korelasional, karena peneliti bermaksud untuk mengetahui hubungan antara dua variabel atau lebih yang sedang diteliti (Ihsan, 2012). Dalam hal ini, variabel yang terlibat pada penelitian ini adalah tipe kepribadian *big five* dan *employee engagement.*

B. Partisipan

Partisipan pada penelitian ini adalah karyawan di sebuah perusahaan penyedia jasa transportasi darat. Jumlah partisipan yang terlibat dalam penelitian ini minimal sebanyak 97 orang. Jumlah tersebut didapatkan berdasarkan perhitungan yang dilakukan peneliti menggunakan rumus yang diajukan oleh Taro Yamane (Riduwan dan Kuncoro, 2011), dengan uraian sebagai berikut:

$$n = \frac{N}{N.d^2+1}$$

$$= \frac{2625}{2625.(0,1^2)+1}$$

$$= \frac{2625}{27{,}25}$$

$$= 96{,}33$$

$$= 97$$

dimana: n = Jumlah Sampel

N = Jumlah Populasi

d^2 = Presisi yang ditetapkan peneliti

Pada pelaksanaannya, jumlah sampel pada penelitian ini mencapai 124 orang. Hal ini sengaja dilakukan karena peneliti berharap akan mendapatkan perhitungan statistik yang lebih akurat. Hal ini sesuai dengan pernyataan Kerlinger dan Lee (2000) yang menyatakan bahwa dalam pendekatan kuantitatif, semakin besar jumlah partisipan maka dianggap akan menghasilkan perhitungan statistik yang akurat. Hal ini diperkuat dengan pernyataan Guilford dan Fruchter (1981) yang mengatakan bahwa sampel yang cukup besar atau lebih dari 30 responden, akan memungkinkan tercapainya distribusi data yang normal.

C. Populasi dan Sampel

Menurut Riduwan dan Kuncoro (2011) populasi adalah objek atau subjek yang memenuhi persyaratan tertentu yang berkaitan dengan masalah penelitian yang berada pada suatu wilayah. Penelitian ini dilakukan di kantor pusat sebuah perusahaan penyedia jasa transportasi darat di Kota Bandung, sehingga yang menjadi populasi dalam penelitian ini adalah seluruh karyawan pada perusahaan tersebut.

Sampel merupakan bagian dari populasi yang memiliki ciri-ciri atau keadaan tertentu yang akan diteliti (Riduwan dan Kuncoro, 2011). Untuk menentukan sampel dalam penelitian ini, digunakan teknik *simple random sampling,* dimana pengambilan sampel dari anggota populasi dilakukan secara acak tanpa memperhatikan strata dalam anggota populasi tersebut (Riduwan dan Kuncoro, 2011).

D. Variabel Penelitian dan Definisi Operasional

Variabel yang terdapat dalam penelitian ini adalah variabel bebas (*independent*) dan variabel terikat (*dependent*). Variabel bebas dalam penelitian ini adalah tipe kepribadian *big five* yang terdiri atas lima tipe kepribadian, yaitu *conscientiousness, openness, extraversion, agreeableness,* dan *neuroticism*. Sedangkan variabel terikat dalam penelitian ini adalah *employee engagement*. Variabel-variabel tersebut didefinisikan secara konseptual dan operasional sebagai berikut:

1. Tipe Kepribadian *Big Five*

   Menurut Allport (Hall & Lindzey, 1985) kepribadian merupakan suatu organisasi dinamis yang ada di dalam diri individu, dalam sistem psiko-fisik yang menentukan bagaimana seorang individu menyesuaikan diri secara unik dengan lingkungannya. Dalam penelitian ini tipe kepribadian *big five* didefinisikan sebagai taksonomi kepribadian yang dimiliki oleh karyawan di salah satu perusahaan penyedia jasa transportasi darat di Kota Bandung, yang terdiri dari lima dimensi kepribadian yaitu *conscientiousness, openness, extraversion, agreeableness,* dan *neuroticism.*

   Secara operasional tipe kepribadian dalam penelitian ini dilihat dari skor tertinggi pada salah satu tipe kepribadian (*conscientiousness, openness, extraversion, agreeableness*, dan *neuroticism*) yang diperoleh karyawan berdasarkan alat ukur *Big Five Inventory* (BFI) yang dikembangkan oleh Oliver Jones dan Srivastava (1999).

2. *Employee Engagement*

   Menurut Schaufeli dan Bakker (2003) *employee engagement* merupakan keadaan motivasional positif yang dialami seseorang dan dicirikan dengan adanya *vigor, dedication,* dan *absorption* (Schaufeli

& Bakker, 2003). Secara operasional *employee engagement* dilihat dari skor total yang diperoleh setiap karyawan dari alat ukur *Utrecht Work Engagement Scale (UWES)* yang disusun oleh Scaufeli dan Bakker (2003). Skor total yang diperoleh merupakan hasil dari penjumlahan skor tiap dimensi *employee engagement* (*vigor*, *dedication*, dan *absorption*). Semakin tinggi skor total karyawan, berarti semakin tinggi pula tingkat *employee engagement* karyawa tersebut. Alat ukur ini dibangun berdasarkan tiga komponen utama, yaitu:

a. *Vigor*

Dalam hal ini *vigor* merujuk pada tingkat energi dan ketahanan mental karyawan saat bekerja, dimana karyawan berkeinginan untuk mengerahkan usaha terbaik dan ketekunan bahkan saat menghadapi kesulitan.

b. *Dedication*

Dalam konteks ini *dedication* ditandai dengan adanya makna, antusiasme, inspirasi, kebanggaan, dan tantangan yang dirasakan karyawan saat bekerja. Selain itu, hal ini juga mengacu pada adanya keterlibatan yang sangat kuat dan keinginan untuk selangkah lebih maju daripada karyawan lain.

c. *Absorption*

Dalam hal ini *absorption* merujuk pada kondisi dimana karyawan sepenuhnya terkonsentrasi dan sangat tertarik pada pekerjaan yang dilakukan, dimana waktu berlalu dengan cepat dan sulit berpisah dari pekerjaan.

E. Instrumen Penelitian

Menurut Arikunto (2006), instrumen penelitian adalah alat bantu yang digunakan oleh peneliti dalam rangka mempermudah kegiatan pengumpulan data sehingga hasilnya lebih sistematis. Instrumen penelitian

yang digunakan dalam penelitian ini berupa kuesioner. Dalam penelitian ini digunakan kuesioner sebagai berikut:

1. Kuesioner tipe kepribadian *big five*
   a. Spesifikasi Instrumen

      Kuesioner tipe kepribadian *big five* yang digunakan pada penelitian ini adalah *Big Five Inventory* (BFI) yang peneliti modifikasi dari Reza (2015). Kuesioner ini dipergunakan untuk mengidentifikasi tipe kepribadian subjek yang diteliti, kuesioner ini dikembangkan oleh Oliver Jones dan Srivastava (1999). Kuesioner ini terdiri dari 44 item dengan 5 pilihan alternatif jawaban dengan tingkat reliabilitas 0,733 yang berarti reliabel (Guilford dalam Sugiyono, 2012).

   b. Pengisian Kuesioner

      Responden mengisi kuesioner dengan cara menuliskan angka satu sampai lima yang merupakan representasi dari jawaban responden. Jawaban yang dipilih adalah jawaban yang dirasakan paling menggambarkan diri responden pada setiap item. Pilihan jawaban terdiri dari lima kategori yaitu Sangat Setuju (SS), Setuju (S), Ragu (R), Tidak Setuju (TS), dan Sangat Tidak Setuju (STS).

   c. Penyekoran

      Penyekoran jawaban responden pada instrumen tipe kepribadian *big five* dilakukan dengan tahapan sebagai berikut:

      1) Setiap pernyataan dalam kuesioner ini disertai dengan alternatif jawaban yang terdiri dari lima kategori yang harus dipilih responden. Jawaban dari setiap pernyataan tersebut dinilai dengan angka sebagai berikut:

Tabel 3.1

Penyekoran Kuesioner Tipe Kepribadian *Big Five*

	Nilai Pernyataan

Pilihan Jawaban	*Favorable*	*Unfavorable*
Sangat Setuju	5	1
Setuju	4	2
Ragu	3	3
Tidak Setuju	2	4
Sangat Tidak Setuju	1	5

2) Setelah pernyataan-pernyataan tersebut berisikan jawaban responden, maka selanjutnya jawaban tersebut dijumlahkan untuk mendapatkan skor total pada masing-masing dimensi kepribadian.
3) Menentukan rata-rata dan standar deviasi yang kemudian dibuat kategorisasi berdasarkan rata-rata dan standar deviasi tersebut.

d. Kisi-kisi Instrumen tipe kepribadian *big five*

Tabel 3.2

Kisi-kisi Instrumen Tipe kepribadian *Big Five*

Dimensi	No. Item		Jumlah
	Favorable	*Unfavorable*	
Extraversion	1, 11, 16, 26, 36	6, 21, 31	8
Agreebleness	7, 17, 22, 32, 42	2, 12, 27, 37	9
Conscientiousness	3, 13, 28, 33, 38	8, 18, 23, 43	9
Neuroticism	4, 14, 19, 29, 39	9, 24, 34	8
Openness	5, 10, 15, 20, 25, 30, 40, 44	35, 41	10

2. Kuesioner *employee engagement*

a. Spesifikasi instrumen

Kuesioner *employee engagement* pada penelitian ini menggunakan instrumen *Utrecht Work Engagement Scale*

(UWES) yang dikembangkan oleh Schaufeli dan Bakker (2003) yang dimodifikasi oleh peneliti. Instrumen ini menggunakan skala *rating likert*, yang ini terdiri dari 17 item dengan 7 pilihan alternatif jawaban dengan tingkat reliabilitas sebesar 0.94 yang berarti memiliki sangat reliabel (Guilford dalam Sugiyono, 2012).

b. Pengisian Kuesioner

Responden mengisi kuesioner dengan cara melingkari salah satu angka dari satu sampai tujuh yang merupakan representasi dari jawaban responden. Jawaban yang dipilih adalah jawaban yang dirasakan paling menggambarkan perasaan responden pada setiap item. Pilihan jawaban terdiri dari tujuh kategori yaitu Tidak Pernah (TP), Hampir Tidak Pernah (HTP), Jarang (J), Kadang-kadang (K), Sering (S), Sangat sering (SS), dan Selalu (SL).

c. Penyekoran

1) Setiap pernyataan dalam kuesioner ini disertai dengan alternatif jawaban yang terdiri dari lima kategori yang harus dipilih responden. Jawaban dari setiap pernyataan tersebut dinilai dengan angka sebagai berikut:

Tabel 3.3

Penyekoran Kuesioner *Employee Engagement*

Pilihan Jawaban	Nilai Pernyataan
	Favorable
Selalu (SL)	7
Sangat sering (SS)	6
Sering (S)	5
Kadang-kadang (K)	4
Jarang (J)	3
Hampir Tidak Pernah (HTP)	2
Tidak Pernah (TP)	1

2) Setelah pernyataan-pernyataan tersebut berisikan jawaban responden, maka selanjutnya jawaban tersebut dijumlahkan untuk mendapatkan skor total pada masing-masing instrumen.
3) Menentukan rata-rata dan standar deviasi yang kemudian dibuat kategorisasi berdasarkan rata-rata dan standar deviasi tersebut.

d. Kisi-Kisi instrumen

Tabel 3.4

Kisi-kisi Instrumen *Employee Engagement*

Dimensi	No. Item	Jumlah
Vigor	1, 4, 8, 12, 15, 17	6
Dedication	2, 5, 7, 10, 13	5
Absorption	3, 6, 9, 11, 14, 16	6

F. Prosedur Penelitian

Penelitian ini akan dilakukan secara langsung di sebuah perusahaan penyedia jasa transportasi darat yang menjadi target penelitian dengan tiga tahapan utama, yakni tahap persiapan, tahap pelaksanaan, dan tahap pengolahan data.

1. Tahap Persiapan

Tahap ini di awali dengan mempersiapkan segala hal yang dapat menunjang proses dan tujuan penelitian. Pada tahap ini, peneliti menentukan alat akur yang akan digunakan dalam pengambilan data. Setelah alat ukur ditentukan, selanjutnya alat ukur tersebut disesuaikan ke dalam Bahasa Indonesia. Dalam proses pengalihan bahasa, peneliti melakukan *expert judgement* terhadap alat ukur tersebut. *Expert*

judgement tersebut dilakukan kepada ahli bahasa, ahli di bidang Pengukuran Psikologi, dan ahli di bidang Psikologi Industri dan Organisasi. Ahli bahasa yang dimaksud adalah Dr. Doddy Rusmono, MLIS, ahli di bidang Pengukuran Psikologi adalah M. Zein Permana M.Si, dan ahli di bidang Psikologi Industri dan Organisasi adalah Ita Juwitaningrum, S.Psi.,M.Pd.

Selain itu, alat ukur pada penelitian ini juga diberikan kepada beberapa orang awam dan praktisi untuk dibaca. Hal ini dilakukan peneliti untuk memastikan agar alat ukur dapat dipahami oleh responden nantinya. Setelah semua prosedur tersebut dilakukan, alat ukur tersebut diujicobakan kepada partisipan yang telah ditentukan karakteristiknya. Hasil uji coba tersebut, digunakan sebagai bahan evaluasi bagi peneliti untuk melakukan perbaikan, agar alat ukur tersebut dapat menghasilkan data yang menggambarkan partisipan penelitian.

Uji coba tersebut dilakukan dengan menyebar kuesioner secara *online*, namun metode tersebut dirasa peneliti kurang efektif karena dalam waktu tiga pekan, kuesioner hanya terisi oleh 75 responden. Melihat hal tersebut, maka peneliti mengganti metode tersebut dengan mencetak kuesioner dan membagikannya secara langsung kepada beberapa responden. Dengan cara tersebut, kuesioner yang terisi menjadi sebanyak 161 buah.

2. Tahap Pelaksanaan

Tahap pelaksanaan dimulai dengan mencetak kuesioner sebanyak 180 buah dan membagikannya secara langsung kepada karyawan di beberapa direktorat. Penyebaran kuesioner tersebut dilakukan pada tanggal 24 Agustus 2015 sampai 28 Agustus 2015. Kuesioner yang bisa tersebar hanya 143 buah karena ada beberapa karyawan di beberapa direktorat yang tidak bisa mengisi kuesioner dan menolak mengisi kuesioner. Kuesioner yang kembali yaitu sebanyak 124 buah.

Setelah kuesioner disebar, kuesioner tersebut kembali dikumpulkan oleh peneliti untuk selanjutnya dilakukan penyatuan data.

3. Tahap Pengolahan Data

Setelah semua data terkumpul, peneliti melakukan pengolahan data secara kuantitatif. Pengolahan data di awali dengan melakukan penginputan, yang selanjutnya diolah dengan program SPSS 18.0 *for windows*. Setelah selesai diolah, kemudian hasilnya diinterpretasi menggunakan teori yang sesuai. Selanjutnya, dibuat kesimpulan mengenai data yang telah diolah sebelumnya, untuk ditentukan diskusi dan saran yang dapat diberikan untuk semua pihak yang terlibat dalam penelitian ini.

G. Analisis Data

1. Uji Validitas

Uji validitas digunakan untuk mengetahui ketepatan suatu instrumen dalam mengukur variabel yang diteliti. Azwar (2014) menjelaskan bahwa validitas mengacu pada aspek ketepatan dan kecermatan hasil pengukuran serta dikonsepkan sebagai sejaumana alat ukur mampu mengukur atribut yang seharusnya diukur. Untuk menguji validitas data dalam penelitian ini, peneliti menggunakan uji validitas isi. Dimana validitas isi merujuk pada cara yang digunakan peneliti dengan menggunakan penilaian orang-orang ahli di bidangnya atau yang lebih dikenal dengan *expert judgement* (Azwar, 2012).

Dalam penelitian ini, instrumen yang digunakan adalah BFI dan UWES yang merupakan alat ukur yang telah teruji secara metodologis. Namun kedua instrumen tersebut berbahasa Inggris, agar validitas isi dalam instrumen tetap terjaga, maka peneliti melakukan penerjemahan instrumen tersebut kepada orang-orang yang ahli dibidang bahasa dan psikologi. Penerjemahan dalam penelitian ini hanya dilakukan pada instrumen UWES. Hal ini karena instrumen BFI yang digunakan peneliti, sebelumnya telah dilakukan penerjemahan oleh Reza (2015).

2. Uji Reliabilitas

Teknik yang peneliti gunakan untuk menguji reliabilitas pada penelitian ini adalah *Coefficient Alpha* (α). Teknik ini digunakan untuk menguji konsistensi skor antar item pada alat ukur yang peneliti gunakan, Reliabilitas *Coeefficient Alpha* juga melihat konsistensi respon semua butir soal dalam tes (Anastasi & Urbina, 1997). *Error* yang mungkin terjadi pada teknik ini adalah *content sampling* dan *content heterogenity.* Semakin homogen domain tes ini, maka semakin tinggi konsistensi antar soal (Anastasi & Urbina, 1997). Sehingga semakin tinggi nilai *Coeefficient Alpha* (α), semakin baik (konsisten) alat ukur (Murti, 2011).

Uji reliabilitas alat ukur pada penelitian ini dilakukan pada tahap persiapan. Berdasarkan uji reliabilitas yang dilakukan didapatkan hasil bahwa untuk instrumen BFI didapatkan hasil *coeefficient alpha* sebesar 0,72 dan untuk instrumen UWES didapatkan hasil *coeefficient alpha* sebesar 0,94.

3. Analisis Data

Data yang telah terkumpul selanjutnya dianalisis secara kuantitatif. Pada penelitian ini teknik analisis data yang digunakan diantaranya statistik deskriptif, korelasi *pearson-product moment*, korelasi *spearman 'rho*, dan Anava satu jalur. Penggunaan dua teknik korelasi yang berbeda ini dilakukan karena terdapat data yang berdistribusi normal dan data yang berdistribusi tidak normal. Data yang berdistribusi normal diantaranya data tipe kepribadian *ekstraversion, agreebleness, neuroticism, openness,* dan *employee engagement,* sedangkan data yang tidak berdistribusi tidak normal adalah data tipe kepribadian *conscientiousness.*

Pada pelaksanaannya, statistik deskriptif digunakan untuk mengidentifikasi gambaran umum tipe kepribadian *big five* pada karyawan, *employee engagement*, usia, masa kerja, jenis kelamin, dan

level jabatan partisipan. Selanjutnya korelasi *pearson-product moment* dan korelasi *spearman 'rho* digunakan untuk mengidentifikasi signifikansi dari korelasi antara variabel tipe kepribadian *big five* dengan *employee engagement.* Korelasi *pearson-product moment* digunakan peneliti untuk mengidentifikasi signifikansi dari korelasi pada data yang berdistribusi normal, sedangkan korelasi *spearman 'rho* digunakan peneliti untuk mengidentifikasi signifikansi dari korelasi pada data yang berdistribusi tidak normal (Ihsan, 2012). Untuk Anava satu jalaur sendiri, peneliti menggunakannya untuk mengidentifikasi pengaruh data demografis terhadap variabel *employee engagement,* dengan membandingkan setiap *mean*-nya (Ihsan, 2012).

4. Kategorisasi Skala

Kategorisasi skala berfungsi sebagai cara untuk menempatkan subjek penelitian pada kelompok-kelompok tertentu agar sesuai dengan atribut penelitian (Azwar, 2010). Pengkategorisasian tersebut dilakukan berdasarkan skor yang diperoleh subjek pada instrumen penelitian. Pada penelitian ini, kategoriasi skala yang digunakan didasarkan pada skor T. Skor T yang digunakan peneliti adalah skor T dengan rumus tiga level, sehingga menghasilkan tiga kategorisasi kelompok. Dimana pengelompokan tersebut didasarkan pada rumus sebagai berikut:

Tabel 3.5.

Rumus Skor T Tiga Level

Rumus Tiga level	
Tinggi	: $T > \mu + 1\sigma$
Sedang	: $\mu - 1\sigma \leq T \geq \mu + 1\sigma$
Rendah	: $T < \mu - 1\sigma$

Dimana : μ (rata-rata baku) = 50

σ (deviasi standar baku) = 10

Untuk subjek yang memiliki skor di bawah rata-rata skor T maka termasuk dalam kategori rendah, sementara subjek subjek yang memiliki skor yang sama dengan rata-rata skor T maka termasuk dalam kategori sedang, dan subjek yang memiliki skor di atas rata-rata skor T, maka termasuk ke dalam kategori tinggi (Ihsan, 2013).

Pada instrumen kepribadian, kategorisasi skala yang digunakan berfungsi untuk mengetahui tipe kepribadian yang dimiliki oleh setiap subjek. Tipe kepribadian yang dimiliki subjek diketahui berdasarkan perbandingan skor setiap tipe kepribadian subjek dengan skor maksimal pada dimensi tipe kepribadian tersebut. Setelah diketahui masing-masing proporsi nilai pada masing-masing tipe, maka akan dilakukan perbandingan antar semua tipe. Nilai terbesar yang dimiliki oleh subjek diantara lima tipe menunjukan bahwa subjek masuk ke dalam tipe tersebut. Rumus perhitungan untuk kategorsasi skala kepribadian ini dapat dilihat pada tabel 3.6.

Tabel 3.6.

Proporsi Skala Tipe Kepribadian *Big Five*

Proporsi skor *ekstraversion* = $\frac{\text{skor } ekstraversion \text{ subjek}}{\text{skor maksimal } ekstraversion}$
Proporsi skor *aggreableness* = $\frac{\text{skor } agreeableness \text{ subjek}}{\text{skor maksimal } agreeableness}$
Proporsi skor *conscientiousness* = $\frac{\text{skor } conscientiousness \text{ subjek}}{\text{skor maksimal } conscientiousness}$
Proporsi skor *neuroticsm* = $\frac{\text{skor } neuroticism \text{ subjek}}{\text{skor maksimal } neuroticism}$
Proporsi skor *openness* = $\frac{\text{skor } openness \text{ subjek}}{\text{skor maksimal } openness}$