

BAB III

METODE PENELITIAN

3.1 Sumber Data dan Tehnik Pengumpulan Data

Data yang di gunakan dalam penelitian ini bersumber dari data primer. Menurut Azwar (2009) data primer adalah data yang di peroleh langsung dari subyek penelitian dengan menggunakan alat pengukuran data langsung dari subyek sebagai sumber informasi yang di cari. Tehnik pengumpulan data dalam penelitian ini adalah : Kuesioner (angket) menggunakan jenis pertanyaan tertutup kepada karyawan Universitas Nasional Timor Lorosaè. Kuesioner adalah metode pengumpulan data dimana penulis mengajukan daftar pertanyaan kepada responden untuk di jawab. Kuesioner dapat berupa pertanyaan atau pertanyaan yang di berikan secara langsung pada responden. Didalam kuesioner ada beberapa item pertanyaan dari beberapa variabel dalam penelitian :

- a. Informasi demografis terdiri dari : jenis kelamin, usia, tingkat pendidikan, tingkat pendapatan, jabatan
- b. Internal marketing akan di ukur dengan menggunakan tujuh item pertanyaan
- c. Komitment organisasi akan di ukur dengan menggunakan lima item pertanyaan
- d. Perilaku anggota organisasi akan diukur dengan menggunakan enam item pertanyaan
- e. Orientasi pasar akan diukur dengan menggunakan enam item pertanyaan.

3.2 Variabel dan Operasional Variabel

3.2.1 Variabel

Variabel dalam penelitian di bagi menjadi 3 jenis variabel, yaitu:

1. Variabel Independen

Variabel Independen adalah variabel yang mempengaruhi variabel dependen. Variabel Independen dalam penelitian ini adalah Internal Marketing (IM).

2. Variabel Dependen

Variabel Dependen adalah variabel yang di pengaruhi oleh Variabel Independen. Variabel Dependen dalam penelitian ini adalah Orientasi Pasar (MO).

3. Variabel Mediator

Variabel Mediator adalah variabel yang mempengaruhi kuat lemahnya hubungan antara variabel independen dan variabel dependen. Baik variabel mediator secara metodologis adalah bagian dari variabel bebas (Independen) karena memberikan pengaruh baik langsung maupun tidak langsung terhadap variabel tergantung (dependen). Variabel Mediator dalam penelitian ini adalah Komitment Organisasi (OC) dan Perilaku Anggota Organisasi (OCB).

3.2.2 Operasional Variabel

Variabel pada penelitian ini terdiri dari variabel endogen dan variabel oksigen. Variabel oksigen adalah internal marketing (X1),

sedangkan variabel endogen adalah orientasi pasar (Y), komitmen organisasi (X2) dan perilaku kewarganegaraan organisasi (X3).

Indiator Variabel Internal Marketing (IM)

1. Pengkomunikasiaan Visi Organisasi (IM1)
2. Pemberian pelatihan / training pada karyawan (IM2)
3. Pemberian feedback dari atasan kepada bawahan (IM3)
4. Informasi kondisi keuangan organisasi (IM4)
5. Sistem penggajian yang disesuaikan dengan tujuan bisnis (IM5)
6. Cara menghargai karyawan (IM6)
7. Alasan penghargaan dari organisasi terhadap karyawan (IM7)

Indiator Variabel Komitment Oganisasi (OC)

- a. Rasa nyaman berada di sebuah organisasi (OC1)
- b. Merasa senang membicarakan organisasi kepada pihak lain (OC2)
- c. Permasalahan organisasi menjadi masalah karyawan (OC3)
- d. Tidak akan pindah ke organisasi lain (OC4)
- e. Kesetiaan pada organisasi (OC5)

Indikator Variabel Perilaku Anggota Organisasi (OCB)

- a. Suka rela membantu rekan kerja (OCB1)
- b. Berkonsultasi dengan pihak lain yang bisa membantu (OCB2)
- c. Selalu berpartisipasi dalam kegiatan organisasi (OCB3)
- d. Pemberian ide / saran untuk kemajuan organisasi (OCB4)
- e. Mengikuti perubahan dalam organisasi (OCB5)
- f. Kepatuhan terhadap prosedur dan aturan organisasi (OCB6)

Indikator Variabel Orientasi Pasar (OM)

- a. Perubahan dalam sistem kerja di periksa secara berkala (OM1)
- b. Beradaptasi pada perubahan dengan cepat (OM2)
- c. Data kepuasan konsumen di komunikasikan (OM3)
- d. Kerjasama antar department (OM4)
- e. Bereaksi dengan cepat dengan kebutuhan konsumen (OM5)
- f. Mereview secara berkala mengenai tujuan organisasi (OM6)

Umar (2007) menyatakan bahwa rancangan penelitian adalah suatu rencana kerja terstruktur mengenai hubungan – hubungan antar variabel yang disusun sedemikian rupa sehingga hasil penelitian mampu menjawab setiap pertanyaan yang di ajukan.

Skala pengukuran dalam penelitian ini adalah dengan menggunakan skala Likert, dimana kategori yang di gunakan adalah sebagai berikut:

1. Sangat tidak setuju (STS)
2. Tidak setuju (TS)
3. Netral (N)
4. Setuju (S)
5. Sangat setuju (SS)

Variabel dalam penelitian ini adalah Internal Marketing, komitmen organisasi, perilaku anggota organisasi dan orientasi pasar. Sesuai dengan hipotesis maka masing – masing akan di uraikan dalam indikator yang sesuai untuk kemudian diturunkan menjadi item

pertanyaan dalam instrumen penelitian. Data di kumpulkan melalui kuesioner yang akan di lanjutkan dengan uji validitas dan rentabilitas.

3.3 Uji Validitas dan Uji Reliabilitas

3.3.1 Uji Validitas

Uji Validitas instrument di gunakan untuk menilai kesahihan setiap item yang di gunakan dalam penelitian. Sehingga hasil akhir yang di dapatkan dari Uji Validitas instrument adalah item – item yang mempunyai nilai korelatif yang di tetapkan. Uji Validitas di maksudkan untuk mengetahui apakah instrument yang di gunakan benar – benar mengukur apa yang seharusnya diukur. Sebuah instrument di katakan valid apabila mampu mengukur apa yang benar – benar akan diukur (Syamsul Hadi,2006). Jika *loading factor* dari indikator $> 0,50$ indikator tersebut valid (Ghozali,2012).

3.3.2 Uji Reliabilitas

Reliabilitas merupakan suatu alat ukur kesetabilan hasil akhir. Sehingga bilamana alat ukur yang sama di gunakan untuk menguji instrumen yang sama akan menghasilkan data yang dapat di percaya atau reliabel. Untuk mengukur reliabilitas instrumen dalam penelitian ini di gunakan rumus: formulasi koefisien alpha Cronbach (nunnally dalam Ghozali,2005) dengan dasar pengambilan keputusan adalah:

- a. Jika koefisien alpha Cronbach positif $\geq 0,60$ maka faktor tersebut reliabel

- b. Jika koefisien alpha Cronbach negatif $\leq 0,60$ maka faktor tersebut tidak reliabel

3.4 Populasi dan Sampel

Populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri atas: obyek atau subyek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya. Sampel adalah bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi tersebut. Jika populasi besar dan peneliti tidak mempelajari semua yang ada pada populasi, maka peneliti dapat menggunakan sampel yang diambil dari populasi tersebut.

Populasi dari penelitian ini adalah seluruh staff di Universitas Negri Timor Leste yang berjumlah 841 karyawan, tetapi karena populasi yang diambil adalah bagian fakultas (staff dan dosen) maka jumlah populasi hanya 451 karyawan. Cara pengambilan sampel adalah dengan *Stratified Sampling* merupakan tehnik pengambilan sampel dengan populasi yang memiliki strata atau tingkatan dan setiap tingkatan memiliki karakteristik sendiri. Karena jumlah populasi pada setiap strata tidak sama, maka pelaksanaannya dengan menggunakan *proporsional sampel* adalah jumlah sampel yang diambil dari setiap strata sebanding/ sesuai dengan proporsional ukurannya (Syofian,2013, halm 31). Sedangkan sampel akan diambil dari sebagian populasi yang ada yaitu, dengan mengambil beberapa staff dan dosen yang bekerja di 7 Fakultas tersebut. Jadi jumlah sampel adalah 171 orang yang akan diambil dari 7 fakultas yang ada di Universitas Nasional Timor Lorosaè.

3.5 Metode Analisis Data

3.5.1 Analisis Deskriptif

Analisis Deskriptif merupakan analisis yang digunakan sebagai gambaran subyek dalam penelitian melalui data sampel atau populasi yang diambil apa adanya tanpa membuat kesimpulan yang berlaku umum. Analisis data yang dilakukan berdasarkan karakteristik responden dan hasil jawaban dari responden kemudian di tarik kesimpulan.

3.5.2 Analisis Verivikatif

Analisis ini berusaha untuk mengkaitkan variabel – variabel yang telah ditentukan untuk membuktikan hipotesis. Analisis data di lakukan dengan menggunakan metode *Structural Equation Modeling (SEM)*. Perangkat lunak yang digunakan untuk analisis struktural adalah AMOS 22 dan untuk analisis deskriptif menggunakan SPSS 21. Alasan penelitian ini dilakukan dengan SEM dikarenakan dalam model penelitian ini digunakan variabel mediator yaitu Komitment Organisasi dan Perilaku Anggota Organisasi. Kemudian masing – masing variabel diukur melalui indikator – indikator sehingga perlu di lakukan uji kelayakan model yang dianalisis dalam penelitian ini sesuai dengan keadaan yang sebenarnya. Dalam membuat permodelan SEM perlu dilakukan langkah – langkah (Ferdinand,2006).

1. Mengevaluasi kreteria *Goodness of fit*

Pada tahap ini dilakukan pengujian terhadap berbagai kreteria *Goodness of fit*. Tindakan pertama yang perlu dilakukan adalah mengevaluasi apakah data yang digunakan dapat memenuhi asumsi – asumsi SEM, yaitu ukuran sampel, normalitas dan *linearitas*, *outliers* dan *multikolinearity* dan *singularity*.

a. Ukuran Sampel

Ukuran sampel yang harus di penuhi adalah minimum 100 dan maksimum 300 dan selanjutnya dalam penelitian ini telah menggunakan sampel sebanyak 171 responden.

b. Normalitas dan Linearitas

Sebaran data yang ada harus di analisis untuk melihat apakah *asumsinormalitas* di penuhi sehingga data dapat diolah lebih lanjut. Normalitas dapat diuji dengan melihat gambar histogram data atau dapat diuji dengan metode – metode statistik. Uji normalitas perlu di lakukan baik untuk normalitas terhadap data tunggal maupun normalitas multivariat dimana beberapa variabel di gunakan sekaligus dalam analisis akhir. Uji linieritas dapat dilakukan dengan mengamati *scatterplots* dari data, yaitu dengan memilih pasangan data dan dilihat penyebarannya untuk menduga ada tidaknya linearitas.

c. *Outliers*

Outliers adalah observasi yang muncul dengan nilai – nilai ekstrim baik secara *univariat* maupun *multivariat*, yaitu yang muncul karena kombinasi karakteristik unik yang di miliki.

d. *Multicolinearity* dan *Singularitas*

Multicolinearity dapat dilihat dari determinan matrik kovarian.

Nilai determinan matrik kovarian sangat kecil (*extremely small*) memberi indikasi adanya problem *Multicolinearity* dan *Singularitas*. Setelah itu melakukan uji kesesuaian dan uji statistik, ada beberapa indeks kesesuaian dan *cutt-off value* yang akan digunakan untuk menguji apakah sebuah model akan diterima atau di tolak.

e. *Chi – square* Statistik

Model yang di uji dipandang baik , adalah jika nilai *Chi – square* rendah. Semakin rendah nilai X^2 maka semakin baik model itu dan model akan diterima yang akan di nilai berdasarkan probabilitas dengan *cut –off value* sebesar $p > 0,05$ atau $p > 0,10$.

f. *Root Mean Square Error of Approximation (RMSEA)*

RMSEA merupakan sebuah index yang digunakan untuk mengkompensasi *chi-square* yang di harapkan dalam di estimasi populasi. Nilai $RMSEA \leq 0,08$ merupakan index yang dapat

diterima model yang mencerminkan sebuah *close fit model* itu berdasarkan *degrees of freedom*

g. *Goodness of Fit Index (GFI)*

Merupakan ukuran non-statistikal yang mempunyai rentang nilai antara 0 (*poor fit*) sampai dengan 1,0 (*perfect fit*). Nilai yang tinggi dalam indek ini menunjukkan sebuah “*better fit*”

h. *Adjusted Goodness of fit Indeks (AGFI)*

Tingkat penerimaan yang direkomendasikan adalah bila AGFI mempunyai nilai sama dengan atau lebih besar dari 0,90 (Hair et al,1995)

i. *CMIN/DF*

CMIN/DF merupakan *The minimum sample discrepancy function* yang di bagi dengan *degree of freedomnya*. CMIN/DF merupakan statistik chi-square, X^2 dibagi Df-nya sehingga disebut X^2 – relatif. Nilai X^2 – relatif kurang dari 2.0 atau 3.0 adalah indikasi dari acceptable fit antara model dan data.

j. *Tucker Lewis Index (TLI)*

TLI adalah sebuah alternatif *Incremental Fit Index* yang membandingkan sebuah model yang di uji terhadap sebuah baseline model. Nilai yang di rekomendasikan di terimanya sebuah model $> 0,9$ (Ghozaly,2012) dan nilai yang mendekati 1 menunjukkan *a verry good fit*

k. *Comparative Fit Index (CFI)*

Rentang nilai untuk index ini antara 0 – 1, dimana semakin mendekati 1 mengidentifikasi tingkat fit yang paling tinggi (*very good fit*), dan nilai yang di rekomendasikan adalah $CFI > 0.90$

l. *Interpretasi Modifikasi Model*

Setelah model diestimasi, nilai residual haruslah kecil atau mendekati nol (0) dan distribusi frekuensi dari kovarian residual harus bersifat simetrik. Model yang baik mempunyai *standardized residual variance* yang kecil. Angka 2,58 merupakan batas nilai *standardized residual variance* yang diperkenankan dan diinterpretasikan sebagai signifikan secara statistik pada tingkat 10% dan menunjukkan adanya *prediction error* yang substansial untuk sepasang indikator.

Tabel 3.1 Goodness of Fit Index Cut-off Value

<i>Goodness of Fit Index</i>	<i>Cut-Off Value</i>
X^2 – Chi Square	Diharapkan kecil
Significance Probability	≥ 0.05
RMSEA (<i>Root Mean Square Error of Approximation</i>)	$\leq 0,08$
GFI (<i>Goodness of Fit Index</i>)	$\geq 0,90$

Tabel 3.1 : Lanjutan

AGFI (<i>Adjusted Goodness of fit Indeks</i>)	$\geq 0,90$
CMIN/DF (<i>The minimum sample discrepancy function/Degree of Freedom</i>)	≤ 2.00
TLI (<i>Tucker Lewis Index</i>)	$\geq 0,90$
CFI (<i>Comporative Fit Index</i>)	$\geq 0,90$

Sumber: Ferdinand (2006)

2. Uji Signifikansi Model/ Pengujian Hipotesis

Pengujian hipotesis dilihat dari tingkat signifikansi hubungan kausalitas antar variabel dengan ketentuan sebagai berikut:

1. Jika probabilitas $\leq 0,05$ maka terdapat pengaruh secara signifikan variabel eksogen terhadap variabel endogen.
2. Jika probabilitas $\geq 0,05$ maka tidak terdapat pengaruh secara signifikan variabel eksogen terhadap variabel endoge