

BAB III METODE PENELITIAN

3.1 Pendekatan Penelitian

Pada penelitian ini peneliti menggunakan pendekatan kuantitatif yang merupakan sebuah metode pendekatan untuk menghasilkan data dalam bentuk angka atau skor, yang kemudian dapat dianalisis dan diinterpretasikan melalui teknik statistik (Gravetter & Forzano, 2019). Penelitian ini termasuk penelitian komparatif yang memiliki tujuan untuk mengukur perbedaan komitmen afektif terhadap organisasi pada karyawan gen z di sektor *bank* berdasarkan lama bekerja.

3.2 Variabel Penelitian

Variabel penelitian ialah suatu sifat, atribut, dan nilai dari individu, obyek atau kegiatan yang memiliki variasi tertentu dan telah ditetapkan untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya oleh peneliti (Gravetter & Forzano, 2019). *Affective Commitment* berdasarkan teori Allen dan Meyer (1990) adalah variabel yang digunakan dalam penelitian ini. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui perbedaan komitmen afektif terhadap organisasi pada karyawan gen z di sektor *bank* berdasarkan lama bekerja.

3.2.1 Definisi Operasional *Affective Commitment*

Affective commitment didefinisikan secara operasional dengan skor total dari *Affective Commitment Scale* (ACS) berdasarkan teori Allen dan Meyer (1990). *Affective Commitment Scale* (ACS) merupakan komponen pengukuran dalam *Organizational commitment Questionnaire* yang dikembangkan untuk mengukur dimensi afektif dalam komitmen organisasi. *Affective commitment* sendiri merupakan salah satu dari tiga dimensi utama *organizational commitment*, selain *continuance commitment* dan *normative commitment*. Dimensi ini menggambarkan tingkat keterikatan emosional, identifikasi, dan keterlibatan individu terhadap organisasi. Semakin tinggi skor total *ffective commitment* individu, maka semakin tinggi *ffective commitment* yang dimiliki oleh individu. Sebaliknya, jika skor total *ffective commitment* individu rendah, maka individu cenderung memiliki *ffective commitment* yang rendah.

3.3 Populasi dan Sampel

Populasi penelitian ini yaitu Gen Z yang bekerja di *bank*. Menurut data Badan Pusat Statistik tahun 2021 terdapat 143,72 juta dengan jumlah Gen Z sekitar 27,94% dari total

keseluruhan tersebut yang bekerja. Gen Z yang bekerja di sektor jasa keuangan dan asuransi khususnya di sektor perbankan terdapat sekitar 1,15% atau sekitar 1,60 juta pekerja (sebagaimana disitad dalam Irawati, 2023). Berdasarkan data populasi Gen Z yang bekerja di *bank*, jumlah responden yang akan dikumpulkan dalam penelitian ini adalah minimal 386 orang, sesuai dengan tabel penentuan jumlah sampel yang dikemukakan oleh Isaac dan Michael (sebagaimana disitad dalam Sugiyono, 2019). Menurut tabel, ketika populasi melebihi satu juta individu, ukuran sampel minimum yang diperlukan adalah 386 responden. Sampel merupakan sekelompok kecil yang mewakili populasi dalam suatu penelitian (Gravetter & Forzano, 2019). Semakin banyak sampel yang digunakan, semakin akurat hasil penelitian dalam merepresentasikan populasi. Dalam penelitian ini jumlah sampel ditentukan berdasarkan tingkat kesalahan maksimum 5%, sesuai dengan pedoman Isaac dan Michael (sebagaimana disitad dalam Sugiyono, 2019). Teknik *sampling* yang digunakan adalah *sampling non-probabilitas*, yaitu *convenience sampling*, yang melibatkan pemilihan peserta berdasarkan ketersediaan dan aksesibilitas mereka (Gravetter & Forzano, 2019). Teknik ini diterapkan karena karakteristik partisipan yang perlu dipenuhi dalam penelitian. Terdapat kriteria sampel dalam penelitian ini, yaitu:

- a. Gen Z yang berusia 18 – 27 tahun.
- b. Gen Z yang aktif bekerja di *bank* pada sektor bisnis (CS, Teller, Account Officer, Credit Analyst, Staff Administrasi, Sales Officer) dan non-bisnis (Back Office, Marketing, Collector, Funding).
- c. Karyawan yang sudah bekerja kurang dari 2 tahun atau lebih dari 2 tahun di *bank*.

3.4 Instrumen Penelitian

Variabel data penelitian ini diukur menggunakan *Affective Commitment Scale* (ACS). Berikut ini dilampirkan penjelasan tentang instrumen dalam penelitian ini.

3.4.1 Deskripsi Instrumen *Affective Commitment*

Alat ukur *Affective Commitment Scale* (ACS) yang digunakan dalam penelitian ini dikembangkan oleh Allen dan Meyer (1990) dan kemudian diadaptasi oleh peneliti sebagai alat pengukuran untuk penelitian ini. Proses adaptasi dimulai dengan menerjemahkan butir-butir pernyataan dari bahasa Inggris ke bahasa Indonesia. Setelah penerjemahan, peneliti melakukan diskusi langsung dengan ahli yang memahami konsep dari alat ukur *Affective Commitment* untuk mendapatkan penilaian ahli (*expert judgement*). Setelah menerima masukan dari para ahli, dilakukan uji keterbacaan pada 51 subjek untuk menilai apakah aitem-aitem instrumen dapat dipahami dengan jelas oleh responden penelitian. Hasil uji coba ini menunjukkan bahwa

aitem pernyataan pada ACS mudah untuk dipahami oleh responden. Alat ukur *Affective Commitment Scale* (ACS) memiliki 8 aitem yang dirancang untuk mengukur variabel *Affective Commitment*. Tabel bisa dilihat pada lampiran 1. Skala yang dipakai berupa skala likert yang mempunyai opsi jawaban dari rentang skor 1 “Sangat tidak setuju” hingga skor 4 “sangat setuju”. Skor total akan dijumlahkan dan akan masuk pada tahap interpretasi. Semakin tinggi skor total yang diperoleh, maka semakin tinggi pula tingkat *Affective Commitment* terhadap organisasi yang ditunjukkan. Sebaliknya, skor total yang rendah menandakan rendahnya *Affective Commitment* terhadap organisasi.

3.5 Pengujian Psikometri

Peneliti menguji instrumen *affective commitment* untuk mengetahui validitas dan reliabilitasnya. Untuk melakukan pengujian ini, peneliti menggunakan *microsoft forms* untuk menyebarkan survei online di media sosial pada bulan Januari 2025. Kuesioner tersebut memiliki jumlah total 51 responden. Kemudian peneliti melakukan pengujian reliabilitas menggunakan menggunakan aplikasi *Jeffreys's Amazing Statistics Program* (JASP) versi 0.19.1.0. dengan melakukan perhitungan kepada nilai *Cronbach's alpha*. Pengujian validitas juga dilakukan dengan melalui *construct validity* dan *content validity*. *Construct validity* dilakukan untuk mengetahui sejauh mana instrumen pengukuran menilai konstruk yang akan diukur (Shultz et al., 2014). Sedangkan *content validity* dilakukan untuk melihat sejauh mana alat ukur dapat menggambarkan konten atau isi yang dimaksud berdasarkan evaluasi dan penilaian *subject matter expert* (SME) (Shultz et al., 2014).

3.5.1 Uji Validitas Alat Ukur *Affective Commitment Scale* (ACS)

Uji validitas dilakukan untuk melihat kemampuan alat ukur dalam menghasilkan hasil tes sebagai nilai yang valid dan sesuai dengan apa yang ingin diukur. Dalam uji validitas peneliti menggunakan *construct validity*. Berdasarkan Shultz et al. (2021), *construct validity* dilakukan untuk mengetahui sejauh mana alat ukur dapat mengukur konstruk teoritis yang akan diukur. *Construct validity* dapat diketahui dengan cara mencari korelasi skor antar aitem dengan skor total dengan menggunakan *Pearson's*. Dapat dilihat pada tabel 3.1.

Tabel 3. 1 Validitas Alat Ukur *Affective Commitment*

Aitem	AC1	AC2	AC3	AC4	AC5	AC6	AC7	AC8
AC1	—							
AC2	0,432**	—						
AC3	0,223	0,859***	—					
AC4	0,200	0,686***	0,725***	—				
AC5	0,327*	0,809***	0,851***	0,658***	—			
AC6	0,477***	0,849***	0,766***	0,646***	0,825***	—		
AC7	0,658***	0,525***	0,418**	0,366**	0,526***	0,576***	—	
AC8	0,696***	0,312*	0,195	0,096	0,166	0,268	0,619***	—
Total AC	0,617***	0,912***	0,851***	0,731***	0,874***	0,903***	0,734***	0,483***

Keterangan:

AC: *Affective Commitment*

*p < 0,05, **p < 0,01, ***p < 0,001

Berdasarkan tabel 3.1 menunjukkan hasil uji validitas alat ukur ACS. Hasil uji validitas dengan *construct validity* menunjukkan koefisien korelasi skor antara aitem pada alat ukur ACS yang memiliki rentang skor sebesar 0,096-0,859 dengan $p < 0,001$ sehingga dapat dikatakan bahwa masing-masing aitem memiliki nilai yang baik dan memiliki skor yang signifikan. Kemudian koefisien korelasi antara skor total dengan aitem tiap dimensi memiliki nilai yang baik sebesar 0,483-0,912 dengan $p < 0,001$. Hal tersebut menunjukkan bahwa antar aitem mampu mengukur ACS. Hasil uji validitas menunjukkan bahwa alat ukur ACS terbukti valid dalam mengukur komitmen afektif karyawan.

Peneliti juga melakukan uji validitas menggunakan *content validity* untuk melihat sejauh mana alat ukur dapat menggambarkan konten atau isi yang dimaksud berdasarkan evaluasi dan penilaian *subject matter expert* (SME) (Shultz et al., 2014). Peneliti melibatkan dosen pembimbing sebagai expert judgement saat melakukan uji validitas. Selanjutnya, peneliti melakukan uji keterbacaan kepada 4 subjek penelitian. Hasil uji keterbacaan tersebut menunjukkan bahwa alat ukur OCS dapat dipahami dengan baik dan valid untuk digunakan dalam penelitian ini.

3.5.2 Uji Reliabilitas Alat Ukur *Affective Commitment Scale* (ACS)

Uji reliabilitas yang dilakukan menggunakan konsistensi internal dengan *cronbach's alpha*. Jika koefisien reliabilitas instrumen memiliki nilai mencapai atau melebihi 0,7, maka dikatakan reliabel (Shultz et al., 2014). Berdasarkan lampiran 2 hasil dari perhitungan yang dilakukan menunjukkan reliabilitas dengan nilai 0,904 yang mengacu pada batasan koefisien reliabilitas menurut (Shultz et al., 2014). Hasil ini menunjukkan bahwa ACS reliabel dan mampu memberikan hasil konsisten dalam mengukur *affective commitment* sehingga alat ukur dalam penelitian ini konsisten untuk mengukur apa yang ingin diukur.

3.5.3 Analisis Aitem Alat Ukur *Affective Commitment Scale* (ACS)

Peneliti melakukan analisis pada setiap aitem alat ukur ACS dengan menggunakan teknik *item discrimination*. Teknik ini dilakukan dengan melihat skor pada *item-rest correlation* yang

diperoleh dari perhitungan aplikasi JASP 0.19.1.0. Peneliti menggunakan standar minimal yang digunakan untuk mengetahui daya beda antar butir aitem adalah 0,3 (Shultz et al., 2014). Hasil analisis aitem pada alat ukur ACS memiliki rentang nilai antara 0,402 – 0,873. Hasil tersebut menunjukkan bahwa alat ukur ACS mampu dengan baik membedakan tiap aitemnya sesuai dengan yang diukur.

Tabel 3.2 Analisis Aitem Alat Ukur Affective Commitment

Item	Item-rest correlation
AC1	0,501
AC2	0,873
AC3	0,788
AC4*	0,653
AC5	0,815
AC6	0,860
AC7	0,657
AC8*	0,402

Keterangan:
*: aitem unfavorable

3.6 Teknik Analisis Data

Pada penelitian ini terdapat beberapa teknik analisis data yang dilakukan pada penelitian ini yaitu statistik deskriptif, uji asumsi, dan uji beda. Data akan diperoleh dari hasil kuesioner kemudian diolah menggunakan JASP versi 0.19.1.0. Teknik analisis data yaitu uji beda dilakukan karena peneliti ingin mengetahui perbedaan komitmen afektif antara dua kelompok subjek penelitian. Berdasarkan (Goss-Sampson, 2022) terdapat beberapa teknik analisis data yang dapat dilakukan dalam penelitian ini. Berikut ini adalah beberapa teknik statistik yang digunakan oleh peneliti untuk mengolah data penelitian:

1.) Statistik Deskriptif

Penelitian ini menggunakan statistik deskriptif yang bertujuan untuk memperoleh gambaran yang spesifik mengenai responden pada suatu penelitian (Gravetter & Forzano, 2019). Statistik deskriptif yang dilakukan yaitu mencari nilai *mean*, dan gambaran umum responden yaitu jenis kelamin, kategori usia, pendidikan terakhir, lama bekerja dan posisi bekerja yang sesuai dengan kriteria penelitian.

2.) Uji Asumsi

Uji asumsi perlu dilakukan untuk menentukan apakah analisis data dapat menggunakan statistik parametrik atau harus menggunakan statistik non-parametrik, tergantung pada terpenuhinya asumsi-asumsi tertentu seperti normalitas dan

homogenitas (Goss-Sampson, 2022). Dalam penggunaan analisis statistik parametrik, terdapat dua asumsi yang harus terpenuhi, yaitu uji normalitas dan uji homogenitas:

a. Uji Normalitas

Peneliti melakukan uji normalitas dengan menggunakan *Shapiro-Wilk test* yang bertujuan untuk mengetahui data yang dimiliki apakah dapat dimodelkan dengan baik melalui distribusi normal. Data yang dapat dikatakan normal apabila nilai $p > 0,05$ (Goss-Sampson, 2022).

b. Uji Homogenitas

Peneliti melakukan uji homogenitas dengan menggunakan *Levene's test* yang bertujuan untuk menguji kedua variant sampel yang serupa ataupun sama. Data akan dianggap homogenitas apabila nilai $p > 0,05$ (Goss-Sampson, 2022).

3.) Uji Beda

a. Statistik Parametrik

Peneliti melakukan analisis statistik parametrik apabila data yang diperoleh berdistribusi dengan normal dan homogen. Analisis statistik parametrik dilakukan dengan menggunakan independent sample t-test yang bertujuan untuk mengetahui ada atau tidaknya perbedaan yang signifikan pada dua sampel *mean* yang berbeda (Goss-Sampson, 2022).

b. Statistik Non-Parametrik

Peneliti melakukan analisis statistik non-parametrik apabila data yang diperoleh tidak berdistribusi dengan normal dan tidak homogen (Goss-Sampson, 2022). Analisis statistik non-parametrik dilakukan dengan menggunakan *Mann-Whitney U Test* yang bertujuan untuk mengetahui perbedaan *affective commitment* karyawan Gen Z yang bekerja di *bank* berdasarkan lama bekerja.

3.7 Prosedur Penelitian

Peneliti melakukan penelitian melalui beberapa tahap, dimulai dari pengumpulan data hingga proses pengolahan data. Berikut adalah tahapan prosedur penelitian yang dilakukan oleh peneliti dalam penelitian ini:

1. Peneliti membuat kuesioner penelitian dan akan menyebarkan link kuesioner atau googleform penelitian melalui media sosial yaitu Line, Whatsapp, Jakpat, dan Instagram. Penyebaran kuesioner dilakukan sejak bulan Maret sampai dengan Mei 2025.

2. Setelah data diperoleh, peneliti akan melakukan pemeriksaan data dengan cara memeriksa kelengkapan dan kesesuaian data dengan karakteristik subjek penelitian.
3. Jika seluruh data sudah dipastikan sesuai, peneliti kemudian melakukan skoring pada data demografis dan aitem-aitem yang telah diisi oleh partisipan penelitian dengan menggunakan Microsoft Excel. Peneliti kemudian mengolah data dengan menggunakan JASP versi 0.19.1.0.
4. Peneliti melakukan uji statistik deskriptif yang bertujuan untuk mengetahui gambaran dari variabel penelitian.
5. Peneliti melakukan uji asumsi yang terdiri dari uji normalitas dan uji homogenitas.
6. Peneliti melakukan uji beda dengan analisis statistik parametrik atau statistik non-parametrik.
7. Peneliti melakukan analisis tambahan untuk mendapatkan informasi tambahan.
8. Peneliti melakukan kesimpulan terhadap hasil penelitian yang diperoleh.