

## **BAB III**

### **METODE PENELITIAN**

#### **3.1 Metode Penelitian**

Pendekatan yang digunakan penelitian ini adalah kuantitatif. Penelitian kuantitatif adalah jenis penelitian yang hasilnya adalah data–data yang dapat diraih dengan menggunakan prosedur statistik atau pengukuran (Sujarweni, 2014). Penelitian kuantitatif mempunyai dua teknik pengambilan sampel, yaitu *probability sampling* dan *non-probability sampling* (Grove, Gray, dan Burns 2015:257). Penelitian ini menggunakan metode *convenience sampling*. *Convenience sampling* menggunakan sampel yang mempunyai kriteria tertentu yang telah ditentukan peneliti yang telah disesuaikan dengan area *sampling* yang ditentukan. (Jogiyanto, 2014).

#### **3.2 Populasi dan Sampel**

Populasi adalah semua elemen seperti kelompok individu atau objek yang sesuai dengan kriteria penelitian (Grove *et al.*, 2015:509). Populasi dari penelitian ini adalah bisnis–bisnis *start-up success* yang berada di kota Surabaya yang jumlah pastinya tidak diketahui. Sampel adalah sebagian dari jumlah karakteristik populasi yang diteliti (Sujarweni, 2014:65). Menurut Barclay *et al.* dalam Hair *et al.* (2014) jumlah sampel 10 kali dari jumlah hipotesis. Oleh karena itu peneliti menyebarkan 90 kuesioner kepada individual yang tergabung di dalam kelompok bisnis yang sukses.

### 3.3 Metode Pengumpulan Data

Penelitian ini menggunakan data primer dan sekunder. Menurut Abdillah dan Jogiyanto (2015:49-50) data primer adalah data yang belum pernah diolah oleh pihak tertentu dan data sekunder adalah data yang telah diolah, disimpan, disajikan dalam bentuk tertentu oleh pihak tertentu. Penelitian ini menggunakan skala *likert* sebagai pengukur sikap setuju atau tidak setuju dari responden. Skala *likert* adalah skala pengukuran tingkatan setuju atau tidak setuju pada sebuah pernyataan yang diberikan didalam kuesioner (Barua, 2013). Munshi (2014) menyatakan skala *likert* dengan tujuh poin akan mengurangi kesalahan pengukuran dan lebih presisi bila dibandingkan dengan penggunaan skala *likert* lima poin. Skala *likert* yang digunakan dalam penelitian ini adalah: (1) sangat tidak setuju; (2) tidak setuju; (3) cukup tidak setuju; (4) netral; (5) cukup setuju; (6) setuju; (7) sangat setuju.

### 3.4 Definisi Operasional Variabel

**Tabel 3.1 Operasional Variabel**

VARIABEL	INDIKATOR
Etos Kerja (X <sub>1</sub> )	Menurut Sinamo dalam Octarina (2013), terdapat delapan indikator etos kerja, yaitu : <ul style="list-style-type: none"><li>- Bekerja dengan tulus</li><li>- Bekerja dengan integritas</li><li>- Bekerja dengan tanggung jawab</li><li>- Bekerja dengan semangat</li><li>- Bekerja dengan serius</li><li>- Bekerja dengan kreatif</li><li>- Bekerja dengan ketekunan</li><li>- Bekerja dengan kerendahan hati</li></ul>

Dilanjutkan di halaman berikutnya.

Lanjutan Tabel 3.1

Motivasi (X <sub>2</sub> )	Menurut Chinunda dan Emmanuel (2014), seseorang terdorong melakukan suatu aktivitas karena : <ul style="list-style-type: none"> <li>- Keinginan sendiri</li> <li>- Adanya ketertarikan</li> <li>- Merasa berkompeten dalam melakukan aktivitas</li> </ul>
Disiplin Kerja (X <sub>3</sub> )	Menurut Robbins dalam Octarina (2013), terdapat empat indikator disiplin, yaitu : <ul style="list-style-type: none"> <li>- Kemampuan untuk mengendalikan tingkat emosional</li> <li>- Kemampuan untuk mengikuti norma organisasi</li> <li>- Menaati prosedur</li> <li>- Bertanggung jawab terhadap tugas yang diberikan</li> </ul>
Integritas (X <sub>4</sub> )	Menurut Yusoff, Kazi, Arisar, Jamil, dan Hishan (2015), Integritas terbagi menjadi tiga, yaitu : <ul style="list-style-type: none"> <li>- <i>Professional integrity</i></li> <li>- <i>Personal integrity</i></li> <li>- <i>Moral Integrity</i></li> </ul>
Keterlibatan Kerja (X <sub>5</sub> )	Menurut Lodahl dan Kejner dalam Simanjuntak (2013), terdapat enam dimensi keterlibatan kerja, yaitu : <ul style="list-style-type: none"> <li>- Harapan besar terhadap pekerjaannya</li> <li>- Mempunyai keterlibatan emosional</li> <li>- Memiliki rasa tanggung jawab yang besar</li> <li>- Kesiapan menghadapi tugas</li> <li>- Bangga dengan pekerjaannya</li> <li>- Mempunyai ambisi dalam pekerjaannya</li> </ul>
Komunikasi (X <sub>6</sub> )	Menurut Devito dalam Rakib (2016) keefektifan komunikasi dilihat berdasarkan pada : <ul style="list-style-type: none"> <li>- Keterbukaan</li> <li>- Empati</li> <li>- Komunikasi yang mengandung dukungan</li> <li>- Komunikasi yang mengandung kepositifan</li> <li>- Kesamaan komunikasi</li> </ul>
Etika Bisnis (X <sub>7</sub> )	Menurut Yusoff <i>et al.</i> (2015) Etika bisnis yang baik dalam perusahaan adalah : <ul style="list-style-type: none"> <li>- Memberikan iklan yang jujur</li> <li>- Jujur pada pelanggan</li> <li>- Menghargai karyawan</li> </ul>
Strategi Pemasaran (X <sub>8</sub> )	Menurut Khan (2014) <i>Marketing mix</i> merupakan komponen dasar dari sebuah strategi pemasaran, <i>marketing mix</i> terdiri dari : <ul style="list-style-type: none"> <li>- Produk</li> <li>- Harga</li> <li>- Lokasi</li> <li>- Promosi</li> </ul>
Adaptasi (X <sub>9</sub> )	Menurut Zhu dan Zolkiewski (2015) terdapat tiga tipe adaptasi disebuah perusahaan, yaitu : <ul style="list-style-type: none"> <li>- Adaptasi Produk</li> <li>- Adaptasi Operasional</li> <li>- Adaptasi Layanan</li> </ul>

Sumber : Data diolah dari Chinunda dan Emmanuel (2014), Khan (2014), Octarina (2013), Rakib (2016), Simanjuntak (2013), Yusoff *et al.* (2015), Zhu dan Zolkiewski (2015).

### 3.5 Metode Analisis Data

Penelitian ini menggunakan *confirmatory factor analysis second order* yang diolah dengan *software* SmartPLS. Pengujian *second order construct* melalui dua jenjang, tahap pertama adalah analisis konstruk laten dimensi ke indikator – indikatornya, tahap kedua adalah analisis konstruk laten ke konstruk dimensinya (Ghozali dan Latan, 2015). Teknik ini dipilih karena untuk mengukur konstruk laten diperlukan pengukuran melalui indikator yang berupa konstruk laten lain.

#### 3.5.1 First Order Construct

Pada *first order construct* dilakukan uji model dari konstruk laten dimensi ke indikatornya. Berikut langkah–langkah yang wajib dilakukan untuk *first order construct* (Abdillah dan Jogiyanto, 2015), yaitu :

1. Menentukan validitas *convergent* dan *discriminant*.
  - Pada validitas *convergent* terdapat dua hal yang harus diperhatikan, yaitu :
    - a. Nilai *loading factor* untuk analisis faktor komfirmatori disarankan di atas 0,70.
    - b. Nilai *average variance extracted* untuk analisis faktor komfirmatori disarankan diatas 0,50.
  - Pada validitas *discriminant* nilai *cross loading* untuk analisis faktor disarankan di atas 0,70 untuk setiap variabel.

2. Pada saat melakukan pengujian reliabilitas, berikut hal-hal yang harus diperhatikan :

- a. Nilai *cronbach alpha* untuk analisis faktor konfirmatori disarankan di atas 0,70.
- b. Nilai *composite reliability* untuk analisis faktor konfirmatori disarankan di atas 0,70.

### **3.5.2 Second Order Construct**

Uji model pengukuran dari konstruk laten ke konstruk dimensinya dilakukan pada *second order construct* (Abdillah dan Jogianto, 2015). Uji validitas dan reliabilitas dari konstruk laten ke dimensinya, parameter dan batas nilai sama dengan *first order construct*. Evaluasi konstruk terikat menggunakan koefisien determinasi ( $R^2$ ) dan nilai t-statistik untuk uji signifikansi antar konstruk ditambahkan pada *second order construct*. Semakin tinggi koefisien determinasi ( $R^2$ ), maka semakin baik model prediksi dari model penelitian yang dilakukan. Nilai t-statistik yang disarankan lebih besar dari 1,96.