

BAB III

METODE PENELITIAN

A. Pendekatan Penelitian

Penelitian ini memakai pendekatan kuantitatif dengan tujuan menguji hipotesis melalui pengumpulan serta analisis data angka secara sistematis. Proses analisis didukung oleh penggunaan perangkat lunak *Statistical Package for the Social Sciences* (SPSS) versi 27 agar hasil yang diperoleh lebih akurat dan dapat dipertanggungjawabkan secara ilmiah.

B. Definisi Operasional Variabel

Menurut (Sugiyono, 2020), operasionalisasi variabel adalah sebagai konsep yang menghubungkan antara teori atau variabel yang masih abstrak ke dalam realitas. Menurut (Kurniawan, 2024), komponen-komponen penting dalam definisi operasional variabel meliputi:

1. Variabel yang akan diukur atau diamati
2. Indikator-indikator yang akan digunakan untuk mengukur variabel tersebut.

Menurut (Pasaribu et al., 2022), ada tiga cara pendekatan dalam menyusun definisi operasional variabel, yaitu:

- 1) Definisi Operasional Tipe A, disusun berdasarkan pada operasi yang dilakukan, sehingga menyebabkan gejala atau keadaan yang didefinisikan menjadi nyata atau dapat terjadi.
- 2) Definisi Operasional Tipe B, disusun berdasarkan perumusan dalam bentuk

deskripsi tentang bagaimana suatu objek (benda tertentu) beroperasi, yakni apa yang dilakukan atau terdiri dari apa ciri-ciri dinamis objek tersebut.

- 3) Definisi Operasional Tipe C, disusun berdasarkan pada penampakan seperti apa obyek atau gejala yang didefinisikan tersebut, yaitu apa saja yang menyusun karakteristik-karakteristik statisnya.

Table 3. 1 Penelitian Variabel Operasional

Variabel	Definisi Konseptual	Indikator
Kompensasi (X1)	Menurut Simamora 2004, kompensasi merupakan segala bentuk imbalan yang diterima karyawan sebagai balasan atas kontribusi mereka kepada organisasi.	<ol style="list-style-type: none"> 1. Gaji yang adil dan sesuai 2. Insentif yang setara dengan pengorbanan yang telah dilakukan 3. Tunjangan yang sesuai dengan harapan karyawan 4. Fasilitas yang memadai.
Lingkungan Kerja (X2)	Menurut Kasmir 2019, lingkungan kerja merupakan kondisi atau suasana di area pekerjaan, mencakup ruang kerja, tata letak, fasilitas, serta hubungan dengan rekan kerja.	<ol style="list-style-type: none"> 1. Suasana kerja 2. Hubungan dengan rekan kerja 3. Tersedianya fasilitas untuk karyawan
Loyalitas Karyawan (Y)	Menurut Armstrong 2006, mendefinisikan loyalitas sebagai suatu kondisi ketika karyawan memiliki komitmen tinggi terhadap organisasi dan merasa terikat secara emosional untuk memberikan kontribusi terbaik.	<ol style="list-style-type: none"> 1. Ketaatan pada peraturan 2. Tanggung jawab pada perusahaan 3. Sikap dalam bekerja

Sumber : Jurnal & Buku

C. Populasi dan Teknik Sampling

Menurut (Sugiyono, 2020:80), populasi merupakan wilayah generalisasi yang mencakup objek atau subjek dengan kualitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk diteliti dan selanjutnya ditarik kesimpulannya.

Populasi dalam penelitian ini adalah karyawan PT. Duta Adpro Surabaya

yang berjumlah 32 orang karyawan. Dikarenakan jumlah populasi kurang dari 100, maka digunakan teknik sampling jenuh, yaitu seluruh populasi dijadikan sebagai sampel.

D. Objek dan Waktu Penelitian

Menurut Sugiyono (2019), objek penelitian adalah segala sesuatu yang ditetapkan peneliti untuk dipelajari guna memperoleh informasi mengenai hal tersebut yang kemudian digunakan untuk menarik kesimpulan.

Objek penelitian ini adalah PT. Duta Adpro Surabaya yang berlokasi di Jl. Ngagel Jaya Selatan III No. 7, Pucang Sewu, Kec. Gubeng, Surabaya, JAWA TIMUR. PT. Duta Adpro adalah perusahaan yang bergerak di bidang periklanan dan komunikasi pemasaran. Perusahaan ini berdiri sejak tahun 1991 dan telah menjadi salah satu penyedia layanan advertising yang cukup dikenal di wilayah Jawa Timur. Layanan yang diberikan meliputi pembuatan dan pemasangan berbagai media promosi seperti billboard, baliho, neon box, spanduk, banner, serta produk-produk merchandise promosi yang umumnya digunakan untuk kegiatan branding perusahaan. Selain itu, PT. Duta Adpro juga menyediakan jasa pengurusan legalitas dan perizinan iklan agar proses promosi pelanggan dapat berjalan lebih efektif dan efisien.

Sebagai perusahaan keluarga, PT. Duta Adpro dikelola oleh pendiri dan anggota keluarga, namun dalam operasional sehari-hari perusahaan juga mempekerjakan tenaga profesional di beberapa divisi. Hingga saat ini perusahaan telah beroperasi lebih dari tiga dekade dan tetap berupaya mempertahankan kualitas

layanan serta meningkatkan kompetensi sumber daya manusia di tengah perkembangan industri periklanan yang semakin kompetitif.

Visi dari PT. Duta Adpro adalah menciptakan layanan periklanan yang inovatif, berkualitas, dan berdaya saing tinggi untuk memenuhi kebutuhan promosi pelanggan. Sedangkan misi PT. Duta Adpro sebagai berikut :

1. Menyediakan layanan periklanan yang efektif, kreatif, dan tepat sasaran sesuai kebutuhan klien.
2. Mengembangkan sumber daya manusia yang profesional, kompeten, dan berintegritas.
3. Membangun hubungan kerja yang baik dengan pelanggan melalui pelayanan yang cepat, ramah, dan responsif.
4. Mengoptimalkan teknologi dan inovasi dalam setiap proses produksi dan pemasangan iklan.
5. Menciptakan lingkungan kerja yang aman, nyaman, dan mendukung loyalitas karyawan.

PT. Duta Adpro Surabaya beroperasi di lingkungan bisnis yang cukup kompetitif, terutama pada industri periklanan dan digital printing di kawasan Ngagel. Beberapa kompetitor di sekitar perusahaan, seperti ID Advertising Surabaya, PT. DNA Jaya Group, Detail Advertising, Labiza Advertising, dan Muda Berkarya Advertising, menawarkan layanan serupa. Kondisi ini membuat PT. Duta Adpro tidak hanya bersaing dalam layanan dan harga, tetapi juga dalam mempertahankan karyawan berkeahlian di bidang desain, produksi, dan pemasangan media promosi. Oleh karena itu, pemahaman mengenai kompetitor

memberikan gambaran tambahan mengenai kondisi eksternal perusahaan dan relevansinya dengan penelitian mengenai loyalitas karyawan.

Tabel 3. 2 Kompetitor PT. Duta Adpro Surabaya

No.	Nama Perusahaan	Bidang / Layanan Utama
1	ID Advertising Surabaya	Billboard, baliho, neon box, reklame outdoor, signboard
2	PT. DNA Jaya Group	Billboard, signage, neon box, fasad, reklame outdoor profesional
3	Detail Advertising	Outdoor media, billboard/baliho, reklame & pemasangan media luar ruang
4	Labiza Advertising	Billboard, branding kendaraan, reklame luar ruang, signage & media promosi
5	Muda Berkarya Advertising	Branding kendaraan, reklame, spanduk/banner, media promosi outdoor

Sumber: Survei, tahun 2025

Penelitian ini dilaksanakan dalam kurun waktu 3 bulan dari bulan September 2025 sampai November 2025, sehingga penelitian dapat berjalan secara sistematis dan sesuai dengan jadwal yang telah ditetapkan oleh peneliti dan institusi akademik.

E. Metode dan Teknik Pengumpulan Data

Penelitian ini menggunakan dua variabel, yaitu variabel independen (X) dan variabel dependen (Y). Variabel independen yang akan diteliti adalah kompensasi (X1) dan lingkungan kerja (X2), sedangkan variabel dependennya yaitu loyalitas karyawan (Y). Data dikumpulkan dengan menggunakan instrumen berupa kuesioner yang dirancang untuk memperoleh informasi kuantitatif sebagai dasar dalam menguji hubungan antar variabel secara empiris.

F. Teknis Analisis Data

Menurut (Mochklas, 2024), teknik analisis data adalah cara atau prosedur yang digunakan untuk mengolah, mengorganisasi, memeriksa, dan menginterpretasi data sehingga data tersebut berubah dari data mentah menjadi informasi bermakna yang dapat menjawab rumusan masalah atau hipotesis penelitian.

1. Uji Instrumen

a. Uji Validitas

Menurut (Sahir, 2022:31), validitas merupakan uji terhadap instrumen penelitian yang bertujuan untuk mengetahui sejauh mana pertanyaan yang diajukan dapat dipahami oleh responden. Menurut Ghazali 2018 untuk menguji validitas dilakukan dengan menggunakan bantuan program SPSS, dengan terlebih dahulu menentukan nilai r table berdasarkan nilai df (*degree of freedom*) serta tingkat signifikansi sebesar 5%. Setelah itu dicari nilai r hitung, nilai r hitung diperoleh dari rumusan korelasi yang dihasilkan oleh SPSS versi 27 pada kolom *corrected item-total correlation*. Data dinyatakan valid apabila:

- 1) Jika r hitung bernilai positif dan $> r$ tabel, maka item tersebut dinyatakan valid.
- 2) Sebaliknya, jika r hitung negatif atau $< r$ tabel, maka item tersebut dinyatakan tidak valid.

2. Uji Reliabilitas

Menurut Ghozali 2018, uji reliabilitas sebenarnya merupakan alat untuk mengukur angket atau kuesioner yang merupakan indikator dari variabel atau kosntruk. Suatu angket atau kuesioner dikatakan reliabel atau handal jika jawaban seseorang terhadap pertanyaan adalah konsisten atau stabil dari waktu ke waktu.

3. Uji Asumsi Klasik

a. Uji Normalitas

Menurut Ghozali 2018, uji normalitas bertujuan untuk mengetahui apakah data dalam model regresi, baik variabel dependen maupun variabel independen mempunyai kontribusi atau tidak. Untuk mengetahui apakah 25 grafik berdistribusi normal atau tidak yakni dengan menggunakan analisis uji statistic Kolmogorov-smirnov dan analisis grafik P-plot. Kolmogorov-Smirnov digunakan untuk mengetahui apakah berdistribusi normal atau tidak dengan cara melihat pada baris Asymp. Kriteria pengujian dengan melihat besaran Kolmogorov-Smirnov test adalah sebagai berikut:

- 1) Jika taraf signifikan (α) > 0.05 maka dapat diartikan bahwa distribusi data normal. Dikarenakan antara data yang akan diuji dengan data baku tidak memiliki perbedaan secara signifikan.
- 2) Jika taraf signifikan (α) $< 0,05$ maka dapat diartikan bahwa distribusi data tidak normal. Dikarenakan terdapat perbedaan signifikan terhadap data yang akan diuji dengan data baku Uji Multikolinieritas.

b. Uji Multikolinieritas

Menurut Ghozali 2018, uji multikolinieritas bertujuan untuk menguji apakah suatu model regresi terdapat korelasi antara variabel bebas (independen).

Pengujian multikolinieritas dilihat dari besaran VIF (*Variance Inflation Factor*) dan tolerance.

1. Tolerance value < 0,10 atau VIF > 10 : terjadi multikolinieritas
2. Tolerance value > 0,10 atau VIF < 10 : tidak terjadi

1) Uji Heteroskedastisitas

Menurut Ghozali 2018, uji heteroskedastisitas bertujuan menguji apakah dalam model regresi terjadi ketidaksamaan varian dari residual satu pengamatan ke pengamatan yang lain. Dasar-dasar analisis :

1. Jika nilai signifikansi (Sig.) > 0,05 maka kesimpulannya adalah tidak terjadi gejala heteroskedastisitas dalam model regresi.
2. Jika nilai signifikan (Sig.) < 0,05 maka kesimpulannya adalah telah terjadi gejala heteroskedastisitas dalam model regresi.

b. Uji Hipotesis

1) Regresi Linier Berganda

Menurut (Mochklas, 2024), analisis regresi linier berganda merupakan metode statistik yang digunakan untuk memahami hubungan antara variabel dependen dan satu atau lebih variabel independen. Adapun regresi linier berganda dapat dirumuskan sebagai berikut:

$$Y = \alpha + b_1X_1 + b_2X_2 + e$$

Keterangan:

Y : Variabel Dependen (Loyalitas Karyawan)

α : Konstanta

- X1 : Variabel Independen (Kompensasi)
X2 : Variabel Independen (Lingkungan Kerja)
b1b2 : Koefisien Garis Regresi
e : Error

Untuk mencari besarnya konstanta dan koefisien regresi, digunakan alat bantu perangkat lunak komputer dengan program SPSS.

2) Uji Parsial (uji t)

Menurut (Mochklas, 2024), digunakan untuk membandingkan rata-rata dua kelompok. Uji parsial dalam data penelitian ini menggunakan tingkat signifikansi sebesar 0,05. Dengan tingkat signifikansi 5% maka kriteria pengujian adalah sebagai berikut :

1. Bila nilai signifikan $< 0,05$ dan t hitung $> t$ tabel, artinya terdapat pengaruh yang signifikan antara variabel independen terhadap variabel dependen.
2. Bila nilai signifikansi $> 0,05$ dan t hitung $< t$ tabel, artinya tidak ada pengaruh yang signifikan antara variabel independen terhadap variabel dependen.

3) Uji Simultan (uji F)

Menurut Ghozali 2018, uji statistik F pada dasarnya menunjukkan apakah semua variabel independen atau variabel bebas yang dimasukkan dalam model mempunyai pengaruh secara bersama-sama terhadap variabel dependen atau variabel terikat.

Uji statistik F dalam penelitian ini menggunakan tingkat signifikansi atau tingkat kepercayaan sebesar 0,05. Jika di dalam penelitian terdapat

tingkat signifikansi kurang dari 0,05 atau F hitung dinyatakan lebih besar daripada F tabel maka semua variabel independen secara simultan berpengaruh signifikan terhadap variabel dependen. Sehingga dapat dijelaskan sebagai berikut:

1. Bila nilai probabilitas signifikansi $< 0,05$, dan f hitung $> f$ tabel, maka semua variabel independen berpengaruh terhadap variabel dependen.
2. Bila nilai probabilitas signifikansi $> 0,05$, dan f hitung $< f$ tabel, maka semua variabel independen tidak berpengaruh terhadap variabel dependen.

4) Koefisien Determinasi (R^2)

Menurut Ghozali 2018, koefisien determinasi digunakan untuk menguji *goodness-fit* dari model regresi. Nilai koefisien determinasi ini adalah antara nol sampai dengan satu ($0 < R^2 < 1$). Nilai R^2 yang kecil mengandung arti bahwa kemampuan variabel-variabel independen dalam menjelaskan variasi variabel dependen yang sangat terbatas. Namun jika nilainya mendekati satu, maka variabel-variabel independen memberikan hampir semua informasi yang dibutuhkan untuk memprediksi variasi variabel dependen