

**PENGARUH *SENSE OF BELONGING* TERHADAP
EMPLOYEE ENGAGEMENT PEGAWAI
PT. ASA TATA MARDIVKA**

SKRIPSI

**IWAN KUSMAWAN
NIM. 17612230**



**SEKOLAH TINGGI ILMU EKONOMI (STIE) PEMBANGUNAN
TANJUNGPINANG
2021**

**PENGARUH *SENSE OF BELONGING* TERHADAP
EMPLOYEE ENGAGEMENT PEGAWAI
PT. ASA TATA MARDIVKA**

SKRIPSI

Diajukan Untuk Melengkapi Tugas-Tugas dan Memenuhi
Syarat-Syarat guna Memperoleh Gelar
Sarjana Ekonomi

OLEH

**Nama : IWAN KUSMAWAN
NIM: 17612230**

PROGRAM STUDI S1 MANAJEMEN



**SEKOLAH TINGGI ILMU EKONOMI (STIE) PEMBANGUNAN
TANJUNGPINANG
2021**

HALAMAN PERSETUJUAN / PENGESAHAN SKRIPSI

**PENGARUH *SENSE OF BELONGING* TERHADAP
EMPLOYEE ENGAGEMENT PEGAWAI
PT. ASA TATA MARDIVKA**

Diajukan kepada :

Panitia Komisi Ujian
Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi (STIE) Pembangunan
Tanjungpinang

Oleh :

NAMA : IWAN KUSMAWAN
NIM : 17612230

Menyetujui,

Pembimbing Pertama,

Pembimbing Kedua,

Raja Hardiansyah, S.E.,M.E
NUP. 8818010016 / Lektor

Eka Kurnia Saputra, S.T.,M.M
NIDN. 1011088902 / Asisten Ahli

Menyetujui,

Ketua Program Studi,

Dwi Septi Haryani, S.T.,M.M
NIDN. 1002078602 / Lektor

Skripsi Berjudul

**PENGARUH *SENSE OF BELONGING* TERHADAP
EMPLOYEE ENGAGEMENT PEGAWAI
PT. ASA TATA MARDIVKA**

Yang Dipersiapkan dan Disusun Oleh :

NAMA : IWAN KUSMAWAN

NIM : 17612230

Telah dipertahankan di depan Panitia Komisi Ujian Pada Tanggal Sembilan
Agustus Tahun Dua Ribu Dua Puluh Satu dan
Dinyatakan Telah Memenuhi Syarat untuk Diterima

Panitia Komisi Ujian

Ketua,

Sekretaris,

Raja Hardiansyah, S.E.,M.E

NUP. 8818010016 / Lektor

Dwi Septi Haryani, S.T.,M.M

NIDN. 1002078602/ Lektor

Anggota,

Risnawati, S.Sos., M.M

NIDN. 1025118803 / Asisten Ahli

Tanjungpinang, Senin, 9 Agustus 2021
Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi (STIE) Pembangunan
Tanjungpinang,
Ketua,

Charly Marlinda, S.E.,M.Ak.Ak.CA

NIDN. 1029127801 / Lektor

PERNYATAAN

Nama : Iwan Kusmawan
NIM : 17612230
Tahun Angkatan : 2017
Indeks Prestasi Kumulatif : 3.19
Program Studi : Manajemen
Judul Skripsi : Pengaruh *Sense Of Belonging* Terhadap *Employee Engagement* Pegawai PT. Asa Tata Mardivka

Dengan ini menyatakan sesungguhnya bahwa seluruh isi dan materi dari skripsi ini adalah hasil karya saya sendiri dan bukan rekayasa maupun karya orang lain. Demikian pernyataan ini saya buat dengan sesungguhnya tanpa ada paksaan dari pihak manapun dan apabila ternyata di kemudian hari saya membuat pernyataan palsu, maka saya siap diproses sesuai peraturan yang berlaku.

Tanjungpinang, 9 Agustus 2021

Penyusun,

Materai

IWAN KUSMAWAN

NIM : 17612230

HALAMAN PERSEMBAHAN

Segala puji dan syukur kuucapkan kepada Tuhan Yang Maha Esa atas segala rahmat dan juga kesempatan dalam menyelesaikan tugas akhir skripsi saya dengan segala kekurangannya. Segala syukur kuucapkan kepada Mu Ya Tuhan, karena sudah menghadirkan orang-orang berarti disekeliling saya. Yang selalu memberi semangat dan doa, sehingga skripsi saya ini dapat diselesaikan dengan baik.

*Kupersembahkan karya sederhana ini kepada semua orang
yang sangat aku kukasihi dan sayangi*

Ayah dan Ibu

Sebagai tanda bakti, hormat, dan rasa terima kasih yang tiada hingga, penulis persembahkan karya kecil ini untuk kedua orang tua atas limpahan doanya yang tak bersudahan untuk anak mu.

Istri dan Anak

Istri & Anakku”ku, kalian adalah belahan hidupku, pemacu semangatku untuk menyelesaikan masa kuliahku

HALAMAN MOTTO

Jika hendak mengenal orang yang berilmu, Bertanya dan belajar tiadalah jemu

(Gurindam Dua Belas Raja Ali Haji)

KATA PENGANTAR

Puji syukur penulis ucapkan kepada Tuhan Yang Maha Esa atas segala karunia-Nya sehingga penulis bisa menyelesaikan skripsi dengan judul “Pengaruh *Sense Of Belonging* Terhadap *Employee Engagement* Pegawai PT. Asa Tata Mardivka” yang merupakan salah satu syarat untuk memperoleh gelar Strata I (S1) Program studi Manajemen pada Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Pembangunan Tanjungpinang.

Dalam hal ini penulis menyadari bahwa masih terdapat kekurangan dalam penyusunan skripsi ini, oleh karena itu penulis sangat mengharapkan kritikankritikan yang bersifat membangun demi kesempurnaan skripsi ini. Dalam penyusunan skripsi ini, banyak pihak-pihak yang turut serta membantu mulai dari awal hingga akhir penyusunan skripsi ini. Oleh sebab itu, penulis ingin menyampaikan rasa terima kasih sebesar-besarnya kepada:

1. Ibu Charly Marlinda, S.E., M.Ak., Ak., CA. selaku Ketua Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi (STIE) Pembangunan Tanjungpinang.
2. Ibu Ranti Utami, S.E., M.Si.Ak.CA. selaku Wakil Ketua I Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi (STIE) Pembangunan Tanjungpinang.
3. Ibu Sri Kurnia, S.E., M.Si.Ak.CA. selaku Wakil Ketua II Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi (STIE) Pembangunan Tanjungpinang.
4. Bapak Imran Ir. Imran Ilyas, M.M selaku Wakil Ketua III Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi (STIE) Pembangunan Tanjungpinang

5. Ibu Dwi Septi Handayani, S.T., M.M selaku Ketua Program Studi S1 Manajemen Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi (STIE) Pembangunan Tanjungpinang
6. Bapak Raja Hardiansyah, S.E., M.E selaku pembimbing 1 yang telah banyak memberi arahan, saran, dan perbaikan terhadap penyusunan skripsi ini sehingga skripsi ini dapat terselesaikan dengan baik
7. Bapak Eka Kurnia Saputra, S.T., M.M selaku pembimbing II yang telah bersedia meluangkan waktu, tak pernah lelah dalam memberikan arahan dan bimbingan
8. Seluruh dosen pengajar dan staf sekretariat Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi (STIE) Pembangunan Tanjungpinang.
9. Semua pihak yang terkait dalam penyusunan skripsi, yang tak dapat dituliskan satu-persatu, terimakasih atas semuanya.

Akhir kata penulis berharap semoga skripsi ini dapat berguna dan bermanfaat bagi semua pembaca, khususnya Mahasiswa-mahasiswi Jurusan Manajemen Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Pembangunan Tanjungpinang

Tanjungpinang, 9 Agustus 2021

Penyusun,

IWAN KUSMAWAN

NIM : 17612230

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	
HALAM PENGESAHAN BIMBINGAN	
HALAM PENGESAHAN KOMISI UJIAN	
HALAMAN PERNYATAAN	
HALAMAN PERSEMBAHAN	
HALAMAN MOTTO	
KATA PENGANTAR	i
DAFTAR ISI	iii
DAFTAR TABEL	iii
DAFTAR GAMBAR.	vii
DAFTAR LAMPIRAN.....	ix
ABSTRAK.....	x
ABSTRACT.....	xi
BAB I PENDAHULUAN	
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Rumusan Masalah	4
1.3 Tujuan Penelitian	5
1.4 Kegunaan Penelitian.....	5
1.4.1 Kegunaan Ilmiah.....	5
1.4.2 Kegunaan Praktis	5
1.5 Sistematika Penulisan.....	6
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	
2.1 Tinjauan Teori	8
2.1.1 Sumber Daya Manusia (SDM).....	6
2.1.2 <i>Sense of belonging</i>	9
2.1.3 Dimensi <i>Sense of belonging</i>	10
2.2 <i>Employee Engagement</i>	11
2.2.1 Pengertian <i>Employee Engagement</i>	11
2.2.2 Karakteristik <i>Employee Enggagement</i>	12

2.2.3	Tingkat <i>Employee Engagement</i>	13
2.2.4	Faktor Mempengaruhi <i>Employee Engagement</i>	13
2.2.5	Indikator <i>Employee Engagement</i>	13
2.3	Hubungan Antar Vairbel.....	15
2.4.	Kerangka Pemikiran	16
2.5.	Hipotesis	17
2.6.	Penelitian Terdahulu	16

BAB III METODOLOGI PENELITIAN

3.1.	Jenis Penelitian.....	20
3.2	Jenis Data	17
3.3	Teknik Pengumpulan Data	20
3.4	Populasi dan Sampel.....	21
3.4.1	Populasi	21
3.4.2	Sampling.....	21
3.5	Definisi Variabel dan Operasional Variabel	22
3.5.1	Definisi Variabel Penelitian	22
3.5.2	Operasional Variabel	23
3.6	Teknik Pengelolaan Data	24
3.7	Teknik Analisis Data	26
3.7.1	Metode Statistik Deskriptif	26
3.7.2	Uji Kualitas Data	25
3.7.2.1	Uji Validitas.....	27
3.7.2.2	Uji Reabilitas	28
3.7.3	Pengujian Asumsi Klasik	28
3.7.3.1	Uji Normalitas	28
3.7.3.2	Uji Heteroskedastisitas	29
3.7.3.3	Uji Analisi Regresi Linier Sederhana.....	30
3.7.4	Uji Hipotesis	30
3.7.4.1	Uji (Uji-t).....	30
3.7.4.1	Koefesien Determinasi.....	31
3.8	Jadwal Penelitian	32

BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

4.1. Hasil Penelitian	47
4.1.1 Gambaran Umum	47
4.1.2 Struktur Organisasi	47
4.1.3 Gambaran Umum Responden	48
4.1.3.1 Jenis Kelamin Reponden	48
4.1.3.2 Tingkat Pendidikan Reponden	49
4.1.3.3 Umur Responden	49
4.1.3.4 Status Pernikahan Responden	50
4.1.3.5 Lama Bekerja Reponden	50
4.1.4 Karakteristik Tanggapan Responden	51
4.1.4.1 Tanggapan Variabel <i>Sense of belonging</i>	52
4.1.4.2 Tanggapan Variabel <i>Employee Engagement</i>	53
4.1.5 Statistik Diskriptif	55
4.1.6 Uji Kualitas Data	56
4.1.6.1 Uji Validitas	56
4.1.6.1 Uji Reliabilitas	57
4.1.7 Uji Asumsi Klasik	59
4.1.7.1 Uji Normalitas	59
4.1.7.2 Uji Heteroskedastisitas	61
4.1.7.3 Analisis Linier Sederhana.....	62
4.1.8 Uji Hipotesis	63
4.1.8.1 Uji Parsial (Uji t)	63
4.1.8.2 Koefisien Determinasi	64
4.2 Pembahasan	65
4.2.1 <i>Sense of belonging</i> pegawai PT. ATM.....	65
4.2.2 <i>Employee Engagement</i> pegawai PT. ATM	66
4.2.3 <i>Sense of belonging Terhadap Employee Engagement</i> pegawai PT. ATM	67

BAB V PENUTUP

5.1. Simpulan	68
5.2. Saran	69

DAFTAR PUSTAKA

LAMPIRAN

CURRICULUM VITAE

DAFTAR TABEL

Halaman	Judul Tabel	Halaman
Tabel 3.1	Jumlah Pegawai	2
Tabel 3.2	Populasi Peneltian	23
Tabel 3.3	Definisi Operasinal Variabel	25
Tabel 3.4	Jadwal Penelitian	32
Tabel 4.1	Karakteristik Jenis Kelamin	49
Tabel 4.2	Karakteristik Tingkat Pendidikan	49
Tabel 4.3	Karakteristik Umur	50
Tabel 4.4	Karakteristik Status Pernikahan	51
Tabel 4.5	Karakteristik Lama Bekerja	52
Tabel 4.6	Rekap Angket <i>Sense of belonging</i>	53
Tabel 4.7	Rekap Angket <i>Employee engagement</i>	55
Tabel 4.8	<i>Descriptive Statistics</i>	55
Tabel 4.9	Validitas	58
Tabel 4.10	Realibilitas	59
Tabel 4.11	One Sample Kolmogorov Sminrnov Test	61
Tabel 4.12	Uji Hetersokedastisitas dengan Uji Glejser	63
Tabel 4.13	Analisis Linier Sederhana	64
Tabel 4.14	Uji Parsial	64
Tabel 4.15	Uji Kofisien Determinasi	66

DAFTAR GAMBAR

No Gambar	Judul Gambar	Halaman
Gambar 2.1	Kerangka Pemikiran	17
Gambar 4.1	Struktur Organisasi	48
Gambar 4.2	Kurva Histogram	60
Gambar 4.3	PP-Plot Normalitas	61
Gambar 4.4	Heteroskedastisitas	62

DAFTAR LAMPIRAN

No	Judul Lampiran
Lampiran 1	: Kuisisioner
Lampiran 2	: Tabel Jawaban Responden
Lampiran 3	: Hasil Pengujian SPSS
Lampiran 4	: Pesentase Plagiat
Lampiran 5	: Surat Pernyataan Selesai Penelitian

ABSTRAK

PENGARUH *SENSE OF BELONGING* TERHADAP *EMPLOYEE ENGAGEMENT* PEGAWAI PT. ASA TATA MARDIVKA

Iwan Kusmawan. 171612230. Manajemen. STIE Pembangunan Tanjungpinang.
e.one.kusmawan@gmail.com

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui pengaruh yang ditimbulkan dari *sense of belonging* terhadap *employee engagement* pada pegawai PT. Asa Tata Mardivka. Penelitian ini menggunakan sampel sebanyak 67 orang responden dengan menggunakan *non probability* dengan teknik sampling jenuh.

Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode kuantitatif. Objek penelitian ini seluruh pegawai PT. Asa Tata Mardivka. Pengumpulan data dilakukan dengan dua cara, yaitu penelitian kepustakaan dan penelitian lapangan. Dimana responden mengisi kuesioner sebanyak 21 butir pernyataan yang berkaitan dengan variabel yang diukur.

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa *sense of belonging* berpengaruh signifikan terhadap *employee engagement* dengan tingkat signifikansi $0.000 < 0.05$ maka dengan demikian H_0 diterima. Artinya *sense of belonging* memiliki hubungan dalam pembentukan keterlibatan pegawai dalam perusahaan. Melalui sebuah rasa memiliki, kenyamanan, dihargai dan kecocokan dengan organisasi akan menimbulkan rasa keterlibatan bagi pegawai dalam organisasi atau perusahaannya bekerja.

Dapat disimpulkan bahwa pegawai yang mempunyai *sense of belonging* tinggi secara tidak langsung memberikan dampak besar bagi sekitarnya. Sehingga pegawai dapat memaksimalkan kemampuannya untuk perusahaan sehingga dapat meningkatkan produktivitas perusahaan.

Kata Kunci : *Sense Of Belonging, Employee Engagement*

Dosen Pembimbing 1 : Raja Hardiansyah, S.E.,M.E

Dosen Pembimbing 2 : Eka Kurnia Saputra, S.T.,M.M

ABSTRACT

THE INFLUENCE OF SENSE OF BELONGING ON PURCHASE EMPLOYEE ENGAGEMENT EMPLOYEES PT. ASA TATA MARDIVKA

Iwan Kusmawan. 171612230. *Management*. STIE Pembangunan Tanjungpinang.
e.one.kusmawan@gmail.com

The purpose of this study was to determine the effect of a sense of belonging on employee engagement at PT. Asa Tata Mardivka. This study used a sample of 67 respondents using non-probability with saturated sampling technique.

The method used in this study is a quantitative method. The object of this research is all employees of PT. Asa Tata Mardivka. Data collection is done in two ways, namely library research and field research. Where respondents filled out a questionnaire as many as 21 items related to the variable being measured.

The results of this study indicate that the sense of belonging has a significant effect on employee engagement with a significance level of $0.000 < 0.05$, thus H_a is accepted. This means that the sense of belonging has a relationship in the formation of employee involvement in the company. Through a sense of belonging, comfort, respect and compatibility with the organization, it will create a sense of involvement for employees in the organization or company they work for

It can be concluded that employees who have a high sense of belonging indirectly have a big impact on their surroundings. so that employees can maximize their abilities for the company so as to increase company productivity

Keywords: Sense Of Belonging, Employee Engagement

Advisor 1: Raja Hardiansyah, S.E.,M.E

Advisor 2 : Eka Kurnia Saputra, S.T.,M.M

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Sumber daya manusia merupakan mesin penggerak roda suatu organisasi, karena sumber daya manusia menjadi pelaksana utama aktivitas manajerial dan operasional di institusi. Elemen lain di institusi, seperti uang, mesin, dan modal lainnya, tidak akan bisa berjalan dengan baik tanpa adanya campur tangan yang namanya manusia.

Sering kita menemui karyawan yang *resign* hanya karena kecewa dengan perusahaannya. Kecewa karena mendapat perlakuan yang tidak baik. Perusahaan memperlakukan karyawannya hanya sebagai pion ataupun sapi perah. Karyawan seringkali kecewa dengan keputusan manajemen perusahaan menyangkut kebijakan sumber daya manusianya. Keputusan yang diambil tidak berdasarkan melihat karyawan sebagai manusia. Keputusan yang hanya terlihat menguntungkan perusahaan saja tanpa memikirkan akibat yang timbul diantara karyawannya..

Perusahaan yang memiliki manajemen yang baik, selalu menjadikan karyawan sebagai aset yang perlu dilindungi dan ditangani dengan sangat baik. Karena karyawan merupakan tameng perusahaan. Untuk dapat dikatakan memiliki *sense of belonging* maka karyawan harus memiliki perasaan cocok dengan organisasi dan perasaan berharga serta penting bagi organisasi. Perasaan ini dapat muncul bila individu yang bersangkutan merasa memiliki

kesamaan karakteristik dengan organisasi. Karyawan akan berbuat apa saja yang mereka bisa agar perusahaannya maju pesat. Mereka sudah melihat bahwa perusahaan adalah rumah milik mereka. Rumah yang akan dipertahankan sebaik mungkin dari gangguan, rumah yang akan terus menerus diperbagus agar nyaman ditinggali, dan tempat keluarga karyawan tumbuh bersama.

Salah satu hal yang bisa menjadi kunci sukses adalah apa yang disebut *employee engagement*. *Employee engagement* merupakan situasi di mana setiap karyawan memiliki komitmen kuat pada pekerjaan mereka, tujuan perusahaan, serta nilai dari perusahaan tersebut. Secara umum karyawan yang memiliki *engagement* kuat akan tampak antusias dan bekerja dengan sungguh-sungguh bukan saja karena mereka digaji, namun karena mereka ingin memberikan sesuatu untuk perusahaan

Sense of belonging dapat diartikan sebagai perasaan seorang karyawan seperti berada di “rumah” dimana dapat merasakan dirinya dihargai dan diterima seutuhnya serta merasakan kecocokan (Muhaeminah, 2015). Karyawan yang memiliki *sense of belonging* atau rasa memiliki sebuah perusahaan merupakan perasaan cinta terhadap perusahaan sehingga karyawan merasa ikut memiliki perusahaan tersebut meskipun karyawan tersebut tidak memiliki saham dalam perusahaannya.

Sense of belonging akan memacu karyawan untuk bekerja dengan sungguh-sungguh dalam mencapai tujuan bersama, dalam hal ini tujuan perusahaan dan tujuan karyawan telah menjadi tujuan bersama. Dalam artian apabila tujuan tersebut telah tercapai maka kedua belah pihak akan sama-sama

diuntungkan. *Sense of belonging* terdengar seperti sesuatu yang sulit untuk ditumbuhkan di diri karyawan.

PT. Asa Tata Mardivka berdiri dari tahun 2013 bergerak di bidang kontraktor dan pertambangan menjalankan operasionalnya dengan dukungan utama dari sumber daya manusia yang memiliki tanggung jawab yang kuat akan perusahaan dimana mereka bekerja.

Tabel 1.1

Jumlah Pegawai Tahun 2013 s/d 2020

Tahun	Jumlah Pegawai	Masuk	Keluar
2013	50	0	0
2014	56	5	1
2015	60	5	0
2016	61	1	0
2017	65	0	0
2018	66	6	0
2019	65	0	1
2020	67	1	0

Sumber : PT. Asa Tata Mardivka (2020)

Berdasarkan data pada tabel 1.1 diatas, terhitung dari tahun 2013 sampai dengan sekarang jumlah pegawai yang ada di PT. Asa Tata Mardivka terus bertambah, dari 2013 sampai dengan 2020 hanya dua orang yang mengundurkan diri itupun dikarenakan ikut keluarga keluar kota, kemudian ada yang melanjutkan pendidikan. PT. Asa Tata Mardivka mereka memberi imbalan karyawan tidak sekedar gaji yang layak, tapi juga unsur jaminan kesehatan, perkembangan karir, kesehatan jiwa, lingkungan, dukungan positif dari manajemen, sehingga karyawan yang memiliki tingkat keterikatan (*engagement*) yang tinggi pada organisasi memiliki pemahaman dan kepedulian terhadap lingkungan operasional

organisasi, antusias dalam bekerja, perusahaan ini sudah seperti rumah ke dua bagi karyawan karena pimpinan memposisikan para karyawannya seperti keluarga, sehingga terjalin ikatan kuat baik dari pimpinan ke karyawan maupun sesama karyawan.

Berdasarkan hasil wawancara dengan pegawai PT. Asa Tata Mardivka bernama Bapak Abdul Muhid hampir sembilan tahun bekerja di bagian mekanik terkait bagaimana karyawan bekerja dengan sungguh sungguh dalam mencapai tujuan bersama, disajikan pada kutipan berikut:

“Sebenarnya kalau saya ingin bekerja di tempat lain dengan keahlian dan pengalaman saya khususnya pada mekanik alat berat sangat mudah untuk pindah perusahaan lain. Tapi saya sudah betah bekerja di sini, sudah sembilan tahun manajemen dan pimpinan perusahaan memberlakukan saya dengan nyaman, untuk pendapatan alhamdulillah cukup, kemudian perlakuan pimpinan terhadap saya dan kawan-kawan lainnya sudah seperti keluarga, makanya saya pribadi tidak mau pindah ke perusahaan lain.” (Hasil wawancara 9 Februari 2021)

Hasil wawancara dengan pak Irianto yang bekerja sebagai *clening serfis* sudah bekerja 9 tahun di PT. Asa Tata Mardivka.

“Di, kantor ini seperti rumah saya, dari yang tidak tau apa-apa sekarang saya sudah bisa mengoperasikan komputer, sudah bisa membawa mobil, pimpinan dan orang-orang yang bekerja di kantor ini selalu mendukung saya untuk maju, walaupun saya tukang bersih-bersih tapi saya selalu diajarkan hal-hal baru di sini. Saya baggga dapat bekerja di perusahaan ini.” (Hasil wawancara 3 Februari 2021)

Berbeda lagi hasil wawancara dengan pak Sardiskin dibagian supir alat berat yang sudah bekerja 5 tahun di PT. Asa Tata Mardivka.

“Saya senang bergabung di perusahaan ini, dan tidak pernah ada masalah saat bekerja, sebenarnya saya lebih suka mengotak-atik mesin alat berat ketimbang menjadi supir alat berat, tetapi karena dibutuhkan supir alat berat saat perusahaan ini membuka lowongan pekerjaan, dari pada tidak ada pekerjaan makanya saya ikut saja, tetapi alhamdulillah sejauh ini semua berjalan dengan lancar.”

Fenomena yang dituangkan dalam penelitian ini yaitu, setiap tahunnya pegawai yang bekerja di PT. Asa Tata Mardivka tidak ada yang mau berhenti atau pindah perusahaan, semua bertahan sama seperti Sembilan tahun lalu bekerja seperti biasa, kecuali dua orang yang mempunyai alasan tertentu. Yang menarik adalah semakin banyaknya perusahaan yang bergerak dibidang yang sama, bahkan lebih baik lagi dari segi pendapatan dan lainnya, tetapi tidak menimbulkan keinginan untuk pindah kerja atau *resign*, jika dilihat dari pengalaman bekerja karyawan dapat dengan mudah untuk berpindah pekerjaan. Ini dapat dilihat bahwa rasa memiliki atas pekerjaan, rasa bangga dan loyalitas mempengaruhi rasa memiliki perusahaan tersebut.

Untuk mengetahui tingkatan sementara *sense of belonging* di PT. Asa Tata Mardivka, peneliti melakukan survey awal. Dari interviu awal yang dilakukan peneliti sebanyak banyak 30 pegawai. Maka dapat diindikasikan bahwa masih ada tiga orang pegawai yang merasa tidak ada *feel sense of belonging* nya terhadap PT. Asa Tata Mardivka, dengan alasan tersendiri dari pegawai tersebut, walaupun demikian karyawan selama ini cenderung untuk bekerja lebih keras lagi dan peduli terhadap pekerjaannya ini terbukti PT. Asa Tata Mardivka masih berjalan dan beroperasi sampai saat ini. Hal ini yang melatar balakangi penulis untuk meneliti dan mengambil judul **Pengaruh *Sense Of Belonging* Terhadap *Employee Engagement* Pegawai PT. Asa Tata Mardivka.**

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan uraian penjelasan latar belakang masalah yang telah dipaparkan tersebut maka penulis merumuskan beberapa masalah yang pada penelitian tersebut. Berikut rumusan masalah dalam penelitian ini.

1. Bagaimana *sense of belonging* pegawai pada PT. Asa Tata Mardivka ?
2. Bagaimana *employee engagement* pegawai pada PT. Asa Tata Mardivka?
3. Apakah *sense of belonging* berpengaruh terhadap *employee engagement* pegawai pada PT. Asa Tata Mardivka?

1.3 Tujuan Penelitian

Tujuan yang hendak dicapai dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Untuk mengetahui *sense of belonging* pegawai pada PT. Asa Tata Mardivka.
2. Untuk mengetahui *employee engagement* pegawai pada PT. Asa Tata Mardivka
3. Untuk mengetahui pengaruh *sense of belonging* terhadap *employee engagement* pegawai PT. Asa Tata Mardivka.

1.4 Kegunaan Penelitian

1.4.1 Kegunaan Ilmiah

Hasil penelitian ini diharapkan dapat digunakan untuk menguatkan teori pada manajemen sumber daya manusia khususnya tentang *sense of belonging* terhadap *employee engagement* pegawai PT. Asa Tata Mardivka

1.4.2 Kegunaan Praktis

1. Bagi Peneliti

Hasil Penelitian ini diharapkan dapat menambah pengalaman dan untuk menerapkan pengetahuan serta wawasan dengan menghubungkan teori yang telah didapat dalam perkuliahan dengan kenyataan serta dapat memperdalam pengetahuan peneliti khususnya mengenai manajemen sumber daya manusia

2. Bagi peneliti lain

Hasil penelitian ini nantinya diharapkan dapat digunakan sebagai tambahan referensi untuk penelitian lainnya sehingga dengan begitu akan membantu peneliti lain untuk memperoleh, mempercepat dan melengkapi penelitian yang diperlukan terhadap sebuah penelitian yaitu tentang faktor-faktor yang mempengaruhi hubungan *sense of belonging* terhadap *employee engagement* pegawai.

3. Bagi organisasi atau perusahaan

Hasil penelitian ini nantinya diharapkan dapat memajukan perusahaan dalam hal penguatan hubungan perusahaan dengan pegawai

4. Bagi Mahasiswa

Memberikan informasi kepada mahasiswa lainnya dalam peningkatan pengetahuan tentang *sense of belonging* terhadap *employee engagement* pegawai.

1.5 Sistematika Penulisan

Penulisan Penelitian ini terbagi dalam lima Bab. Adapun sistematika pembahasan sebagai berikut:

BAB I PENDAHULUAN

Pada bab ini dibahas mengenai latar belakang mengenai judul yang dipilih menjadi penelitian, perumusan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian, dan sistematika penelitian.

BAB II KAJIAN PUSTAKA, KERANGKA PEMIKIRAN, DAN HIPOTESIS

Pada bab ini dibahas mengenai landasan teori yang berisi teori-teori yang menunjang penelitian yang berasal dari buku, jurnal, review penelitian terdahulu, kerangka pemikiran dari penelitian, pengembangan hipotesis, dan hipotesis.

BAB III METODOLOGI PENELITIAN

Pada bab ini menguraikan mengenai ruang lingkup dan objek penelitian, metode penelitian yang digunakan, operasional variabel penelitian, metode yang digunakan dalam menentukan populasi dan sampel, prosedur pengumpulan data, dan metode analisis data yang digunakan.

BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Bab ini berisi deskripsi mengenai analisis atau observasi, serta hasil dari penelitian yang dilakukan serta pembahasan menyeluruh mengenai penelitian yang dilakukan.

BAB V KESIMPULAN DAN SARAN

Bab ini berisi kesimpulan dari penelitian yang dilakukan serta saran yang berguna bagi penelitian selanjutnya.

BAB II

TINJAUAN PUSTAKA

2.1. Tinjauan Teori

2.1.1. Sumber Daya Manusia (SDM)

Sumber daya manusia adalah sumber daya organisasi selain sumber daya alam dan sumber daya modal. Sumber daya manusia merupakan salah satu faktor yang paling penting, maka dapat kita lihat kenyataannya, ada perusahaan yang memiliki teknologi, prosedur kerja dan, struktur organisasi yang sama, tetapi manajemen suatu usaha yang satu dengan yang lain berbeda-beda. Dahlan *et al.*, (2017).

Sumber daya manusia dalam suatu organisasi atau usaha sangat diperhatikan pengelolaannya dalam hubungan ini maka fungsi-fungsi operasional dari fungsi pengadaan dalam manajemen sumber daya manusia sejak dari penarikan pegawai atau karyawan, seleksi, penempatan dan seterusnya. Keberhasilannya akan sangat menentukan bagi kesuksesan fungsi berikutnya, yaitu pengembangan. Oleh karena itu fungsi-fungsi tersebut harus menjadi

perhatian yang sungguh-sungguh dengan perolehan yang spesifik. Demikian pula dengan penempatan tenaga kerja baru hendaknya diperhatikan juga spesifikasinya. Hal ini dimaksudkan agar tercapainya kualitas kerja karyawan mengacu pada kualitas sumber daya manusia. Kualitas sumber daya manusia mengacu pada pengetahuan, keterampilan dan kemampuan .Dahlan *et al.*, (2017).

2.1.2 Sense Of Belonging

Sense of belonging memiliki peran yang besar sebagai pembentuk identitas dalam diri serta sebagai motivasi seseorang untuk berpartisipasi dalam kelompoknya. *Sense of belonging* adalah perasaan seolah berada dirumah, yaitu kondisi dimana seseorang merasa dirinya, diinginkan, dihormati, dihargai, dicintai, diterima dan nyaman, menjadi bagian dari anggota didalamnya. *Sense belonging* juga diartikan sebagai sikap individu yang berpartisipasi dalam kelompok dan memiliki dukungan, memiliki perasaan bersama, merasa diikutsertakan dan merasakan kecocokan, memiliki kontribusi aktif dalam kelompok serta merasa didengarkan dilingkungannya. Kamalie (2016).

Sense of belonging didefinisikan oleh Graczonek (2011), sebagai pengetahuan di mana dan dengan siapa kita berada. Pengetahuan ini adalah sesuatu yang integral pada hidup manusia dan akan selalu berkembang. Rasa memiliki yang dimiliki pertama kali oleh seorang anak adalah kepada keluarga, kelompok budayanya, tetangga dan komunitas yang lebih luas. *Sense of belonging* menurut Goodenaw dalam (Ting, 2010) adalah rasa penerimaan, dihargai, merasa termasuk atau terlibat, dan mendapatkan dorongan dari

orang lain dan lingkungannya, serta perasaan bahwa dirinya adalah “seorang” yang merupakan bagian yang penting dan berharga dalam aktifitas maupun kehidupan kelompok

Aspek-aspek rasa kepemilikan *sense of belonging* sebagai berikut: Walz (Putri & Suryanto, 2018) : (1) *Valued Involvement* adalah pengalaman seseorang terkait perasaan dihargai, diperlukan/dibutuhkan, serta perasaan diterima oleh lingkungannya. (2) *Fit* adalah Persepsi bahwa karakteristik yang dimiliki seseorang telah sesuai dengan sistem atau lingkungan dimana dirinya berada.

Sense of belonging didefinisikan oleh Grajczonek (2011), sebagai pengetahuan di mana dan dengan siapa kita berada. Pengetahuan ini adalah sesuatu yang integral pada hidup manusia dan akan selalu berkembang. Rasa memiliki yang dimiliki pertama kali oleh seorang anak adalah kepada keluarga, kelompok budayanya, tetangga dan komunitas yang lebih luas.

2.1.3 Indikator *Sense of Belonging*

Rasa Memiliki diukur melalui indikator yang diadopsi dari Farzin dan Fattahi (2018) yaitu: (1) Kekuatan rasa memiliki (2) Kesamaan tujuan dengan sesama (3) Hubungan dengan sesama (4) Sesuatu yang bisa dilakukan antar sesama. *Sense of belonging* sebagai pengalaman keterlibatan (*engaged*) pribadi dalam system atau lingkungan sehingga individu merasa dirinya menjadi bagian integral dari system atau lingkungan

Kamalie dalam Afryana *et al.*, (2018) membagi dua dimensi penyusunan dalam *Sense of belonging* yaitu:

1. *Valued Involvement*

Yaitu pengalaman merasa dihargai, dibutuhkan, atau diterima atau didukung dalam lingkungannya. Menurut Moore (Kiasatina, 2013:2) Suatu perusahaan akan tetap eksis dan bertahan apabila didukung oleh segenap karyawan dengan *sense of belonging* yang tinggi.

2. *Fit*

Yaitu persepsi bahwa karakteristik individu mengartikulasikan dengan system atau lingkungan dimana dia berada. Intinya individu merasa menjadi bagian dari kelompok atau lingkungan. Pernyataan ini selaras dengan yang disampaikan Hawkinns (Kiasatina, 2013). *Sense of belonging* diartikan sebagai rasa memiliki dimana *sense* berarti perasaan dan *belonging* berarti mempunyai atau memiliki. Dari pengertian ini terlihat bahwa *sense of belonging* merupakan perasaan menjadi bagian dari suatu kelompok, dalam hal ini kelompok tersebut adalah perusahaan.

2.2 *Employee Engagement*

2.2.1 *Pengertian Employee Engagement*

Employee engagement sebagai sebuah sikap yang yakin secara pribadi terlibat dalam kesuksesan bisnis, yang berkaitan dengan sikap kebanggaan dan loyalitas Emma (2014). Emma juga mengatakan *employee engagement* sebagai perilaku dimana apabila bisnis atau perusahaan berhasil maka secara pribadi karyawan merasa memiliki peranan penting dalam pencapaiannya, sehingga

karyawan cenderung untuk bekerja lebih keras lagi dan peduli terhadap pekerjaannya.

Macey *et al.* (Sim, 2016) mendefinisikan *employee engagement* merupakan penghayatan seorang karyawan terhadap tujuan yang muncul dalam bentuk inisiatif, usaha, dan kegigihan yang mengarah pada tujuan organisasi. Karyawan yang *engaged* akan memiliki keinginan untuk terikat yang menimbulkan gairah terhadap pekerjaannya, bersedia untuk mengorbankan lebih banyak tenaga dan waktu demi pekerjaannya, dan menjadi lebih proaktif dalam mencapai tujuan pekerjaannya.

Engagement terjadi ketika seseorang secara sadar waspada dan secara emosi terhubung dengan orang lain. Ketika karyawan sudah terikat (*engaged*) karyawan memiliki suatu kesadaran terhadap tujuan perannya untuk memberikan seluruh kemampuan terbaiknya. Karyawan yang mempunyai *engagement* yang tinggi akan merasa nyaman dalam lingkungan kerjanya sehingga menurunkan keinginan untuk berpindah. Afryana *et al.*, (2018). Manfaat dari *employee engagement* diungkapkan oleh (Siddhanta & Roy, 2010) yang menyatakan bahwa *employee engagement* dapat menciptakan kesuksesan bagi perusahaan melalui hal-hal yang berkaitan dengan kinerja karyawan, produktifitas, keselamatan kerja, kehadiran dan retensi, kepuasan pelanggan, loyalitas pelanggan, hingga profitabilitas.

2.2.2 Karakteristik *Employee Engagement*

Menurut Schaufeli & Bakker (Albrecht, 2010) menjelaskan karakteristik dari *employee engagement* adalah sebagai berikut:

1. *Vigor*, Merupakan karakter pegawai yang memiliki energi tinggi, memiliki kemauan bekerja, tidak mudah lelah dan mampu menghadapi kesulitan-kesulitan. orang-orang yang memiliki skor rendah pada *Vigor* biasanya merasa malas untuk bekerja, mudah lelah terhadap pekerjaannya, dan juga mudah putus asa setiap kali terdapat masalah dalam pekerjaan yang dilakukannya.
2. *Dedication*, karakter pegawai yang memiliki keterkaitan yang kuat dengan pekerjaannya, antusias, menginspirasi dan memiliki kebanggaan, serta menyukai tantangan. Disamping itu, mereka biasanya merasa antusias dan bangga terhadap pekerjaan mereka. Sedangkan skor rendah pada *dedication* berarti tidak mengidentifikasi diri dengan pekerjaan karena mereka tidak memiliki pengalaman bermakna, atau merasa tertantang, terlebih lagi mereka merasa tidak antusias dan bangga terhadap pekerjaan mereka.
3. *Absorption*, merupakan karakter pegawai yang menikmati pekerjaannya, berkonsentrasi penuh dalam bekerja dan tidak terpisahkan dengan pekerjaannya, serta merasa waktu cepat berlalu saat bekerja. Orang-orang yang memiliki skor tinggi pada *absorption* biasanya merasa senang perhatiannya tersita oleh pekerjaan, merasa tenggelam dalam pekerjaan dan memiliki kesulitan untuk memisahkan diri dari pekerjaan. Akibatnya, apapun disekelilingnya terlupa dan waktu terasa berlalu cepat.

2.2.3 Tingkat *Employee Engagement*

Gallup Organization (Lewiuci & Mustamu, 2016) mengelompokkan tiga jenis karyawan berdasarkan tingkat *engagement* yaitu:

1. *Engaged*

Karyawan yang *engaged* (terikat) adalah seorang pembangun di dalam organisasi. Mereka cenderung akan selalu menunjukkan kinerja yang tinggi dan maksimal dalam menyelesaikan setiap pekerjaan yang diberikan kepadanya. Karyawan jenis ini akan bersedia untuk memberikan kekuatan dan mengembangkan talenta mereka secara maksimal dalam bekerja agar organisasi berkembang.

2. *Not Engaged*

Karyawan dalam tipe ini cenderung fokus terhadap tugas dibandingkan pencapaian tujuan dari pekerjaan itu. Mereka hanya akan mengerjakan tugas sesuai dengan porsi mereka dan sesuai apa yang organisasi bayar kepada mereka. Dalam bekerja, mereka selalu menunggu perintah dari atasan dan cenderung merasa tidak memiliki energi ketika bekerja.

3. *Actively Disengaged*

Karyawan tipe ini adalah karyawan yang tidak terikat. Mereka akan secara terbuka menunjukkan perasaan tidak bahagia dan ketidakpuasan mereka terhadap pekerjaan yang dilakukan. Mereka juga akan secara konsisten menunjukkan perlawanan dan hanya melihat sisi negatif pada berbagai kesempatan yang ada.

2.2.4 Faktor yang Mempengaruhi *Employee Engagement*

Menurut Federman (Akbar, 2013) menyatakan bahwa *employee engagement* juga dapat dipengaruhi oleh beberapa hal, yaitu:

1. Kebudayaan (*Culture*)
2. Indikator Sukses (*Success Indicators*)
3. Pengertian Prioritas (*Priority Setting*)
4. Komunikasi (*Communication*)
5. Inovasi (*Innovation*)
6. Penguasaan Bakat (*Talent Acquisition*)
7. Peningkatan Bakat (*Talent Enhancement*)
8. Insentif dan Pengakuan (*Incentives and Acknowledgement*)
9. Pelanggaran (*Customer-Centered*)

2.2.5 Indikator dari *Employee Engagement*

Terdapat tiga karakteristik *employee engagement* yang di sebutkan oleh Schaufeli & Bakker; Albrecht; Rachmatullah (Afryana *et al.*, 2018) sebagai berikut:

1. *Vigor*

Merupakan karakter pegawai yang memiliki energi tinggi, memiliki kemauan bekerja, tidak mudah lelah dan mampu menghadapi kesulitan-kesulitan. orang-orang yang memiliki skor rendah pada Vigor biasanya merasa malas untuk bekerja, mudah lelah terhadap pekerjaannya, dan juga mudah putus asa setiap kali terdapat masalah dalam pekerjaan yang dilakukannya.

2. *Dedication*

Karakter pegawai yang memiliki keterkaitan yang kuat dengan pekerjaannya, antusias, menginspirasi dan memiliki kebanggan, serta menyukai tantangan. Disamping itu, mereka biasanya merasa antusias dan bangga terhadap pekerjaan mereka. Sedangkan skor rendah pada *dedication* berarti tidak mengidentifikasi diri dengan pekerjaan karena mereka tidak memiliki pengalaman bermakna, atau merasa tertantang, terlebih lagi mereka merasa tidak antusias dan bangga terhadap pekerjaan mereka.

3. *Absorption*

Merupakan karakter pegawai yang menikmati pekerjaannya, berkonsentrasi penuh dalam bekerja dan tidak terpisahkan dengan pekerjaannya, serta merasa waktu cepat berlalu saat bekerja. Orang-orang yang memiliki skor tinggi pada *absorption* biasanya merasa senang perhatiannya tersita oleh pekerjaan, merasa tenggelam dalam pekerjaan dan memiliki kesulitan untuk memisahkan diri dari pekerjaan. Akibatnya, apapun disekelilingnya terlupa dan waktu terasa berlalu cepat.

Menurut Anita J (Handoyo dan Setiawan 2017:168) menyebutkan beberapa indikator dari *employee engagement* (keterikatan karyawan) sebagai berikut : 1. Lingkungan kerja 2. Kepemimpinan 3. Tim dan hubungan rekan kerja 4. Pelatihan dan pengembangan karir 5. Kompensasi 6. Kebijakan organisasi 7. Kesejahteraan kerja

2.3 Hubungan *Sense of belonging* Terhadap *Employee engagement*

Menurut Hagerty dan Patusky (Kamalie, 2016:7) mengemukakan bahwa *sense of belonging* merupakan pengalaman keterlibatan (*engaged*) pribadi dalam

sistem atau lingkungan sehingga individu merasa dirinya menjadi bagian integral dari sistem atau lingkungan. Robbins (Afryana *et al.*, 2018) menjelaskan *employee engagement* sebagai perilaku positif yang dimiliki oleh karyawan terhadap organisasi dan nilainya. Dimana seorang karyawan yang terikat (*engage*) menyadari konteks bisnis, dan bekerja sama dengan rekan kerja untuk memperbaiki kinerja di dalam pekerjaan untuk keuntungan organisasi.

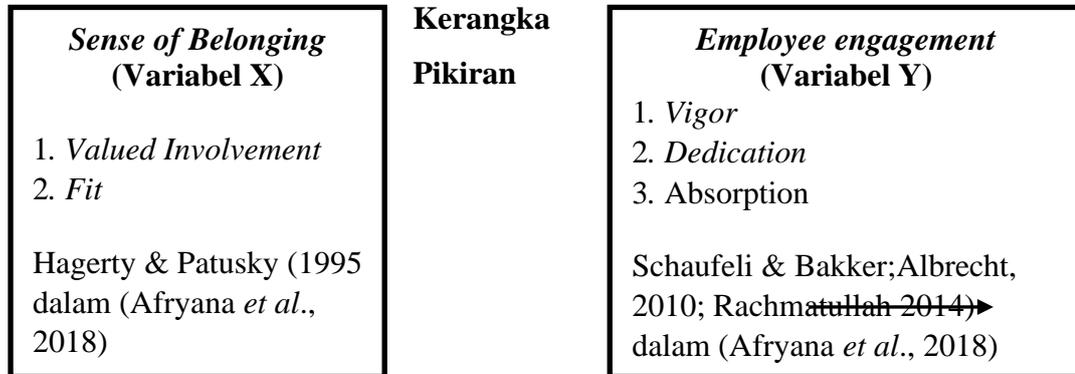
Dickson (2011), juga menjelaskan bahwa rasa memiliki (*belonging*) dan kecocokan karyawan dipengaruhi oleh hubungan dengan rekan kerja, kesiapan untuk pekerjaan, dan kecocokan nilai. Karyawan yang terlibat (*engaged*) merasa dihargai dan sejalan dengan norma-norma perusahaan atas perilakunya. Mereka merasa cocok dengan kelompok kerja mereka dan nyaman dengan itu.

Karyawan yang memiliki rasa *sense of belonging* akan berupaya untuk selalu menjaga organisasi, bahkan mencapai prestasi yang lebih baik. Upaya ini diwujudkan melalui sikap mendukung semua kegiatan organisasi dengan keyakinan bahwa kegiatan tersebut dilakukan dalam rangka menjaga organisasi agar tetap berprestasi. Yuwono (2014).

2.4 Kerangka Pemikiran

Menurut Sugiyono (2015), kerangka berfikir yang baik akan menjelaskan secara teoritis pertautan antar variabel yang akan diteliti. Jadi secara teoritis perlu dijelaskan hubungan antar variabel independen dan dependen. Untuk mengenal gambaran mengenai penelitian ini, maka diperlukan sebuah kerangka pemikiran yang sistematis untuk memecahkan masalah. Adapun kerangka pemikiran pada penelitian ini dapat dilihat pada skema dibawah ini sebagai berikut:

Gambar. 2.1



Sumber : Konsep yang disesuaikan untuk penelitian (2021).

2.5 Hipotesis

Menurut Sugiyono (2016), dalam bukunya menyebutkan hipotesis merupakan jawaban sementara terhadap rumusan masalah dari penelitian yang telah dilakukan dengan menyatakan dalam bentuk sebuah kalimat pertanyaan. Dari pengertian diatas maka penulis menarik kesimpulan bahwa hipotesis adalah dugaan sementara yang kebenarannya masih harus dilakukan. Berdasarkan kerangka penelitian tersebut yaitu H1: Diduga *Sense Of Belonging Berpengaruh Terhadap Employee Engagement*

2.6 Penelitian Terdahulu

Penelitian yang dilakukan oleh Afryana *et al.*, (2018) meneliti Bandung Techno Park yang merupakan techno park yang berada di bawah naungan Telkom Foundation dari Telkom Group sebagai wadah bagi para startup yang ingin mengembangkan produk inovasi di bidang teknologi dan informasi (TI). Populasi dan sampling penelitian berjumlah 48 pegawai yang bekerja di Bandung Techno Park. Dari hasil pengolahan data, diketahui bahwa variabel *sense of belonging* memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap *employee engagement*. Hal ini dibuktikan dengan nilai t hitung $>$ t tabel ($9.511 > 1.677$) dengan tingkat signifikansinya $0,000 < 0,05$. Berdasarkan hasil uji hipotesis secara parsial (uji t) didapat *sense of belonging* berpengaruh signifikan terhadap *employee engagement* Bandung Techno Park. Secara keseluruhan pengaruh *sense of belonging* terhadap *employee engagement* sebesar 66.3% dan sisa 33.7% dipengaruhi oleh variabel lain di luar penelitian ini.

Penelitian yang dilakukan oleh Rahajeng *et al.*, (2012) meneliti tentang hubungan komunikasi internal dan *employee engagement* di PT. PLN (Persero) Area Bekasi. Sampel yang dipakai adalah sebanyak 63 orang dari jumlah sebelumnya sebanyak 90 orang. Dari hasil perhitungan dapat dilihat nilai z hitung sebesar 3.646 dan nilai z tabel sebesar 1.96, dengan hasil tersebut dilihat bahwa z hitung 3.646 lebih besar dari pada nilai z tabel $- 1.96$, maka H_0 ditolak dan artinya H_a diterima. Hasil penelitian ini dilihat dari komunikasi internal diukur dengan menggunakan *communication climate survey* dan *employee engagement menggunakan utrecht work engagement scale (UWES)* Hasil dari penelitian ini adalah adanya koerlasi antara komunikasi internal dan *employee engagement*

dengan kekuatan hubungan adalah *moderate correlation substantial relationship*.

Penelitian yang dilakukan oleh (Dwina, 2020), Peneliti mencoba untuk menggali hubungan *sense of belonging* dengan keterlibatan pegawai pada pegawai negeri sipil Rutan Kelas II B Pekanbaru. Subjek dalam penelitian ini adalah 82 pegawai negeri sipil Rutan yang ditentukan dengan teknik *Proportionate stratified random sampling*. Pengumpulan data penelitian menggunakan skala SOBI (*sense of belonging instrument*), (Hargerty, dan Patusky, 1995) dan adaptasi sakala keterlibatan pegawai (Schaufeli, Salanova, Gonzalez-Roma, dan Bakker, 2002). Berdasarkan uji korelasi *Pearson's Product Moment* menunjukkan koefisien korelasi sebesar $r = 0.353$ dengan taraf signifikansi $p = 0.001$ ($p < 0.01$). kontribusi *sense of belonging* sebesar 12,46%. Dengan demikian hipotesis yang diajukan terdapat hubungan antara *sense of belonging* dengan keterlibatan pegawai negeri sipil Rutan Kelas II B Pekanbaru ini diterima.

Penelitian Spehar *et al.*, (2016) berjudul *Passion for Work, Job Satisfaction, and the Mediating Role of Belongingness*, yang menelit 278 karyawan, hasil peneltian tersebut menyatakan bahwa rasa memiliki yang tinggi terhadap organisasi yang didukung oleh passion didalam bekerja diketahui memiliki pengaruh yang positif terhadap kepuasan kerja pegawai.

Semntara penelitian yang dilakukan oleh Fernandez & A.Pappu, (2015) berjudul *Is It Important To Have Pride And A Sense Of Belonging To The Organization One Works In*. Menggunakan ukuran sampel adalah 70 sampel. Semua hipotesis diuji dengan menggunakan SPSS. Halaman ini mencakup

pengantar, tinjauan literatur, metodologi penelitian dengan temuan dan saran. Hasil penelitian ini menerangkan bahwa salah satu faktor yang mempengaruhi kinerja kerja yaitu faktor motivasi pegawai. motivasi dapat ditingkatkan melalui rasa memiliki dan loyalitas pegawai didalam organisasi.

BAB III

METODOLOGI PENELITIAN

3.1. Jenis Penelitian

Jenis penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah penelitian kuantitatif. Metode penelitian kuantitatif merupakan salah satu jenis penelitian yang spesifikasinya adalah sistematis, terencana dan terstruktur dengan jelas sejak awal hingga pembuatan desain penelitiannya. Metode penelitian kuantitatif, sebagaimana dikemukakan oleh Sugiyono (2011:8), yaitu metode penelitian yang berlandaskan pada filsafat positivisme, digunakan untuk meneliti pada populasi atau sampel tertentu, pengumpulan data menggunakan instrumen penelitian, analisis data bersifat kuantitatif atau statistik, dengan tujuan untuk menguji hipotesis yang telah ditetapkan.

3.2 Jenis Data

Data merupakan semua pengumpulan data mentah yang akan diproses lebih lanjut sesuai dengan data yang diperoleh di lapangan. Adapun jenis data dalam penelitian ini terdiri dari:

1. Data primer merupakan sumber data yang langsung memberikan data kepada pengumpul data Sugiyono (2016:225), Sumber data primer didapatkan melalui kegiatan wawancara dengan subjek penelitian dan dengan observasi atau pengamatan langsung di lapangan.
2. Data skunder merupakan sumber data yang tidak langsung memberikan data kepada pengumpul data, misalnya melalui orang lain atau lewat dokumen o

Sugiyono (2016:225), mengatakan bahwa data sekunder merupakan sumber data yang tidak langsung memberikan data kepada pengumpul data, misalnya melalui orang lain atau lewat dokumen.

3.3 Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data merupakan langkah yang paling strategis dalam sebuah penelitian, sebab tujuan utama dari penelitian adalah mendapatkan data yang akurat, sehingga tanpa mengetahui teknik pengumpulan data peneliti tidak akan mendapatkan data yang memenuhi standar yang ditetapkan Sugiyono (2016:224). Metode Pengambilan data yang digunakan penulis dalam penelitian ini terdiri dari:

1. Kuisisioner

Angket atau kuesioner adalah teknik pengumpulan data melalui formulir-formulir yang berisi pertanyaan -pertanyaan yang diajukan secara tertulis pada seseorang atau sekumpulan orang untuk mendapatkan jawaban atau tanggapan dan informasi yang diperlukan oleh peneliti. Penelitian ini menggunakan angket atau kuesioer, daftar pertanyaannya dibuat secara berstruktur denan bentuk pertanyaan pilihan berganda (*multiple choice questions*) dan pertanyaan terbuka (*open question*). Metode ini digunakan untuk memperoleh data tentang persepsi desain interior dari responden.

2. Teknik Observasi

Observasi merupakan cara pengumpulan data dengan melibatkan hubungan interaksi sosial antara peneliti dan informan dalam suatu latar penelitian (pengamatan objek penelitian di lapangan). Pengamatan dilakukan dengan

cara mengamati dan mencatat semua peristiwa. Cara ini bertujuan untuk mengetahui kebenaran atau fakta yang ada di lapangan. Moleong (2012), observasi yang dilakukan peneliti adalah dalam bentuk pengamatan dan pencatatan langsung dan tidak langsung. Peneliti menggunakan observasi partisipan, yaitu peneliti mengamati secara langsung keadaan objek, dan peneliti aktif dan terlibat secara langsung.

3. Teknik Kepustakaan

Studi kepustakaan data yang diperoleh melalui kajian literatur seperti karya ilmiah, surat kabar, majalah, skripsi dan lain-lain untuk memperoleh teori-teori dan konsep yang berhubungan dengan permasalahan yang akan dikaji dalam penelitian ini. Kegiatan ini dilakukan untuk mencari sumber data sekunder yang mendukung penelitian dengan menggunakan bahan dokumentasi Moleong (2012:217).

3.4. Populasi dan Sampel

3.4.1. Populasi

Populasi dalam suatu penelitian merupakan kumpulan individu atau objek yang merupakan sifat-sifat umum. Arikunto (2010:173), menjelaskan populasi adalah keseluruhan subjek penelitian. Populasi dalam penelitian ini adalah seluruh pegawai PT. Asa Tata Mardivka. Berjumlah 67 orang yang terdiri dari:

Tabel 3.2
Populasi Penelitian PT. Asa Tata Mardivka

No	Bagian Pekerjaan	Jumlah
1	HRD	2
2	Counting	2
3	Marketing	3
4	Manj. Operasional Tambang	1
5	Kepala Teknik Tambang	1
6	Kepala Operator Alat	2
7	Supir Alat Berat/ Dum Truck	12
8	Operator Lapangan	16
9	Kepala Mekanik	2
10	Mekanik	4
11	Pem. Mekanik	6
12	Security	6
13	Bagian Kebersihan /OB	1
14	Supir	1
Total		67

Sumber: PT. Asa Tata Mardivka (2020)

3.4.2. Sampel

Penarikan atau pembuatan sampel dari populasi untuk mewakili populasi disebabkan untuk mengangkat kesimpulan penelitian sebagai suatu yang berlaku bagi populasi. Arikunto (2010:174), mengatakan bahwa sampel adalah sebagian atau wakil populasi yang diteliti. Sampling yang digunakan oleh penulis adalah *non probability sampling* dengan menggunakan teknik sampling jenuh yaitu bila semua anggota populasi digunakan sebagai sampel. Hal ini sering dilakukan bila jumlah populasinya relatif kecil sehingga semua anggota populasi dijadikan sampel yang tidak memberi peluang atau kesempatan yang sama bagi setiap unsur atau anggota populasi untuk dipilih menjadi sampel pada pegawai PT. Asa Tata Mardivka sebanyak 67 orang pegawai yang dijadikan sampling dalam penelitian.

3.5. Definisi Variabel dan Operasional Variabel

3.5.1 Definisi Variabel Penelitian

Variabel penelitian adalah segala sesuatu yang berbentuk apa saja yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari sehingga diperoleh informasi tentang hal tersebut, kemudian ditarik kesimpulannya Sugiyono (2016). Sesuai dengan judul penelitian yang dipilih penulis yaitu pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan maka penulis mengelompokan variabel yang digunakan dalam penelitian ini menjadi variabel independen (X) dan variabel dependen (Y). Adapun penjelasannya sebagai berikut :

1. Variabel Bebas (*Independent Variable*)

Variabel bebas adalah variabel yang mempengaruhi, yang menyebabkan timbulnya atau berubahnya variabel terikat. Variabel bebas yang digunakan dalam penelitian ini adalah *sense of belonging*.

2. Variabel Terikat (*Dependent Variable*)

Variabel terikat adalah variabel yang dipengaruhi karena adanya variabel bebas. Variabel terikat yang digunakan dalam penelitian ini adalah *employee engagement*

3.5.2 Operasioanal Variabel

Operasionalisasi variabel diperlukan guna menentukan jenis dan indikator dari variabel-variabel yang terkait dalam penelitian ini. Disamping itu, operasionalisasi variabel bertujuan untuk menentukan skala pengukuran dari masing-masing variabel, sehingga pengujian hipotesis dengan menggunakan alat

bantu dapat dilakukan dengan tepat. Secara lebih rinci operasionalisasi variabel dalam penelitiannya ini dapat dilihat pada tabel berikut:

Tabel 3.3
Definisi Operasional Variabel

Variable	Definisi Variabel	Indikator	Ukuran	No. Pert
<i>Sense Of Belongin</i> g (X)	Sebagai pengetahuan di mana dan dengan siapa kita berada. Pengetahuan ini adalah sesuatu yang integral pada hidup manusia dan akan selalu berkembang. (Graczonek, 2011)	1. <i>Valued Involvement</i> 2. <i>Fit</i> Hagerty & Patusky dalam (Afryana <i>et al.</i> , 2018)	Likert	1.2.3 .4.5 6.7.8 .9.10
<i>Employee engagemen</i> t (Y)	Sebagai sebuah sikap yang yakin secara pribadi terlibat dalam kesuksesan bisnis, yang berkaitan dengan sikap kebanggaan dan loyalitas. (Emma, 2014).	1. <i>Vigor</i> 2. <i>Dedication</i> 3. <i>Absorption</i> Schaufeli & Bakker;Albrecht;Rachmatullah dalam (Afryana <i>et al.</i> , 2018)	Likert	1.2. 3.4.5 6.7.8 9.10. 11

Sumber: Data disesuaikan dalam penelitian (2021)

3.6 Teknik Pengelohan Data

Sebelum melakukan analisis data, maka perlu dilaksanakan tahap-tahap teknik pengelolahan data sebagai berikut :

1. *Editing*

Editing merupakan proses pengecekan dan menyesuaikan yang diperoleh terhadap data penelitian untuk memudahkan proses pemberian kode dan pemrosesan data dengan teknik statistik.

2. *Coding*

Coding merupakan kegiatan pemberian tanda berupa angka pada jawaban dari kuisisioner untuk kemudian dikelompokkan ke dalam katagori yang sama.

3. *Scoring* merupakan proses mengubah data yang bersifat kualitatif menjadi bentuk kuantitatif. Dalam penentuan *scoring* ini digunakan *skala likert* dengan katagori penilaian, yaitu:

Tabel 3.4
Skoring Penelitian

Skor	Keterangan
5	Sangat Setuju
4	Setuju
3	Netral
2	Tidak Setuju
1	Sangat tidak setuju

Sumber: Sugiyono (2011)

Untuk memperoleh skor penilaian digunakan Skala Likert dengan nilai skor 5,4,3,2,1.

4. *Tabulating*

Tabulating yaitu menyajikan data-data yang diperoleh dalam *table*, sehingga diharapkan pembaca dapat melihat hasil penelitian dengan jelas. Setelah proses *tabulating* selesai dilakukan, kemudian diolah dengan program *computer* SPSS.20.

3.7 Teknik Analisis Data

Dalam penelitian ini, metode analisis data yang dilakukan dengan analisis statistik dan menggunakan bantuan komputer menggunakan *software* SPSS 20.0.

Pengujian statistik dalam penelitian ini terdiri dari pengujian data terdapat, pengujian asumsi klasik, pengujian dengan melakukan analisis regresi linear sederhana dan pengujian hipotesis.

3.7.1 Metode Statistik Deskriptif

Menurut Sugiyono (2011:19), statistik deskriptif memberikan gambaran atau deskripsi suatu data yang dilihat dari nilai rata-rata, *mean*, standart deviasi, varian, maksimum, minimum, *sum*, *rage*, *kurtosis* dan *skewnes* (kemencengan distribusi). Analisis ini merupakan teknik deskriptif yang memberikan informasi tentang data yang dimiliki dan tidak bermaksud menguji hipotesis.

3.7.2 Uji Kualitas Data

3.7.2.1 Uji Validitas

Menurut Ghazali (2012:52), uji validitas digunakan untuk mengukur sah atau valid tidaknya suatu kuesioner. Suatu kuesioner dikatakan valid jika pertanyaan pada kuesioner mampu untuk mengungkapkan sesuatu yang akan diukur oleh kuesioner tersebut. Jadi validitas ingin mengukur apakah pertanyaan dalam kuesioner tersebut benar-benar dapat mengukur atau mewakili apa yang hendak kita ukur. Uji signifikansi dilakukan dengan cara membandingkan nilai r hitung dengan r tabel untuk *degree of freedom* $(df)=n-2$, dalam hal ini n adalah jumlah sampel. Untuk menguji apakah masing-masing indikator valid atau tidak, dapat dilihat dalam tampilan output *cronbach alpha* pada kolom *correlated item total correlation*. Jika r hitung lebih besar dari r tabel dan nilai positif maka butir atau pertanyaan atau indikator tersebut dinyatakan valid.

3.7.2.2 Uji Reliabilitas

Reliabilitas menunjukkan konsistensi dan stabilitas suatu skor dari suatu instrumen pengukur. Pengujian reliabilitasnya digunakan uji statistik *Cronbach Alpha*. Suatu konstruk atau variabel dikatakan reliabel jika memberikan nilai Cronbach Alpha $> 0,60$ Ghozali (2016). Pengujian reliabilitas kuesioner dilakukan dengan menggunakan *software statistical package for social science* (SPSS) versi 20.

3.7.3 Pengujian Asumsi Klasik

Pengujian hipotesis dalam penelitian ini menggunakan alat analisis regresi sederhana, maka diperlukan uji asumsi klasik yang terdiri dari uji normalitas, uji linearitas, uji multikolinearitas, dan uji heteroskedastisitas.

3.7.3.1 Uji Normalitas

Uji normalitas yang digunakan dalam penelitian ini adalah dengan melihat grafik histogram dan normal *probability plot*. Selain itu, uji normalitas juga dilakukan dengan *kolmogorovv smirnov test*. Dasar pengambilan keputusannya jika nilai probabilitas lebih besar dari tingkat kekeliruan 5% (0,05) maka dapat disimpulkan bahwa nilai residual dari model regresi berdistribusi normal Ghozali (2016).

Metode mendeteksi normalitas data dengan pengujian berikut:

a. Uji *Kolmogrov Smirnov*

Dalam uji ini, pedoman yang digunakan dalam pengambilan keputusan adalah:

1. Jika nilai signifikan > 0.05 maka distribusi normal
2. Jika nilai signifikan < 0.05 maka distribusi tidak normal

Hipotesis yang digunakan dalam uji ini adalah:

Ho : Data residual berdistribusi normal

Ha : Data residual tidak berdistribusi normal

b. Histogram

Data yang baik adalah data yang memiliki pola distribusi normal. Jika data melenceng ke kanan atau melenceng ke kiri berarti data tidak terdistribusi secara normal. Ghozali (2016).

c. Grafik *Normality Probability Plot*.

Dalam uji ini, ketentuan yang digunakan adalah:

- a) Jika data menyebar di sekitar garis diagonal dan mengikuti arah garis diagonal, maka model regresi memenuhi asumsi normalitas.
- b) Jika data menyebar jauh dari diagonal atau tidak mengikuti arah garis diagonal, maka model regresi tidak memenuhi asumsi normalitas.

3.7.3.2 Uji Heteroskedastisitas

Model regresi yang baik adalah tidak terjadi heteroskedastisitas. Heteroskedastisitas berarti variasi (varians) variabel tidak sama untuk semua pengamatan. Untuk mendeteksi heteroskedastisitas dapat melihat grafik *scatterplot* dan *uji glejser*. Dengan grafik *scatterplot* deteksinya dengan melihat ada tidaknya pola tertentu pada grafik di mana sumbu X adalah Y yang telah diprediksi dan sumbu Y adalah residual yang telah di *studentized*. Dasar pengambilan keputusan antara lain sebagai berikut:

- a. Jika ada pola tertentu, seperti titik yang ada membentuk suatu pola tertentu yang teratur (bergelombang, melebar), maka telah terjadi heteroskedastisitas

- b. Jika tidak ada pola yang jelas, serta titik menyebar di atas dan di bawah angka 0 pada sumbu Y, maka tidak terjadi heteroskedastisitas. Ghozali (2016).

3.7.3.3 Uji Analisis Regresi Linear Sederhana

Analisis ini bertujuan untuk mengetahui seberapa besar pengaruh variabel independen terhadap variabel dependen. Regresi digunakan untuk mengukur besarnya pengaruh variabel bebas terhadap variabel terikat dan memprediksi variabel terikat dengan menggunakan variabel bebas. Analisis regresi yang digunakan dalam penelitian ini adalah regresi linier sederhana. Persamaan regresi sederhana dengan satu prediktor menurut Sugiyono (2016:188), adapun persamaan regresi linear sederhana dalam penelitian ini adalah :

$$Y = a + bx$$

Keterangan:

Y = *employee engagement*

X = *sense of belonging*

a = Konstanta (nilai Y apabila X = 0)

b = Koefisien regresi (nilai peningkatan atau penurunan).

3.7.4 Uji Hipotesis

3.7.4.1 Uji (Uji t)

Yaitu suatu uji digunakan untuk mengetahui secara parsial pengaruh variabel *independent* dengan variabel dependen. Uji ini dilakukan dengan membandingkan t- hitung dengan t- *table*.

- a. Penentuan Nilai Kritis (t- tabel)

Untuk menguji hipotesis menggunakan uji – t dengan tingkat signifikan (α) 5%, dengan sampel (n).

b. Kriteria Hipotesis

Ho : Tidak ada pengaruh secara signifikan antara variabel independen terhadap variabel dependen

Ha : Ada pengaruh secara signifikan antara variabel independen terhadap variabel dependen

1. Jika nilai t hitung $>$ t *table* Ho ditolak dan Ha diterima hal ini berarti bahwa ada hubungan antara variabel independen terhadap variabel dependen.
2. Jika nilai t hitung $<$ tabel, Ho diterima dan Ha ditolak hal ini berarti bahwa tidak ada hubungan antara variabel independen terhadap variabel dependen.

3.7.4.2 Koefisien Determinasi (R^2)

Menurut Ghozali (2013:97), *koefisien determinasi* (R^2) pada intinya mengukur seberapa jauh kemampuan model dalam menerangkan variasi variabel independen. Nilai koefisien determinasi adalah nol dan satu. Nilai R^2 yang kecil berarti kemampuan variabel-variabel independen dalam menjelaskan variasi variabel dependen amat terbatas. Nilai yang mendekati satu berarti variabel-variabel independen memberikan hampir semua informasi yang dibutuhkan untuk memprediksi variasi variabel dependen.

DAFTAR PUSTAKA

- Afryana, S. D., Studi, P., Bisnis, A., & Telkom, U. (2018). Pengaruh Employee Engagement terhadap Sense of Belonging (Studi di Bandung Techno Park). *Jurnal Indonesia Membangun*, 17(2), 45–57.
- Akbar, M. R. (2013). Pengaruh Budaya Organisasi terhadap Employee Engagement (Studi pada Karyawan PT. Primatexco Indonesia di Batang). *Journal of Sosial and Industrial Psychology*, 2(1), 10–18.
- Albrecht, L. S. (2010). *Handbook of Employee Engagement: Perspectives, Issues, Research and Practice*. Edward Elgar Publishing Limited.
- Arikunto, S. (2010). *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktik*. Rineka Cipta.
- Dahlan, Hasim, D., & Hamdan. (2017). Pengaruh Manajemen Sumber Daya Manusia dan Budaya Organisasi Terhadap Kualitas Pelayanan Pada Kantor Kecamatan Tamalate Kota Makassar. *Jurnal Administrare*, 4(2), 69–75. file:///C:/Users/hp/Downloads/5989-14222-2-PB.pdf
- Dickson, D. (2011). *Fostering Employee engagement: Practical Tools and Best Practice Techniques*. HRD Press.
- Dwina, S. C. (2020). *Hubungan Antara Sense Of Belonging Dengan Keterlibatan Pegawai Negri Sipil Rutan Kelas IIB Pekanbaru*. Universitas Islam Negri Sultasn Sarif Kasim Riau.
- Emma, B. (2014). *Employee engagement*. Kogan Page Limited.
- Fernandez, P. C., & A.Pappu, R. (2015). Is It Important To Have Pride And A Sense Of Belonging To The Organization One Works In? *IJMRR*, 5(8), 629–636.
- Ghozali, I. (2012). *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS*. Universitas Diponegoro.
- Ghozali, I. (2013). *Aplikasi Analisis Multivariat dengan Program IBM SPSS* (7th ed.). Universitas Diponegoro.
- Ghozali, I. (2016). *Aplikasi Analisis Multivariete Dengan Program (IBM SPSS)* (8th ed.). Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Graczonek, J. (2011). Belonging, Being and Becoming: The Early Years Learning Framework For Australia: Opportunities and Challenges For Early Years Religious Education. *Journal of Religious Education*, 59(3), 13–22.
- Grajczonek, J. (2011). Belonging, Being & Becoming: The Early Years Learning Framework for Australia: Opportunities and Challenges for Early Years Religious Education. *Journal of Religious Education*, 59, 23–35.
- Kamalie, H. S. (2016). *Pengaruh sense of belonging terhadap Kualitas Hidup Lansia Di Panti Wreda*. Universitas Muhammadiyah Malang.
- Kiasatina, M. M. (2013). *Pengaruh Kepemimpinan terhadap Sense of Belonging (Studi pada Karyawan Non Manajerial Divisi Piping PT Inti Karya Persada)*. Universitas Indonesia.
- Kiasatina, Mazaya May. (2013). *Pengaruh kepemimpinan terhadap sense of belonging (studi pada karyawan non manajerial divisi piping PT Inti Karya*

- Persada Tehnik*) = *The influence of leadership toward sense of belonging non managerial employee in piping division at PT Inti Karya Persada T. Universitas Indonesia.*
- Lewiuci, P. G., & Mustamu, R. H. (2016). Pengaruh Employee Engagement terhadap Kinerja Karyawan pada Perusahaan Keluarga Produsen Senapan Angin. *Agora Journal*, 4(2), 101–107.
- Moleong, L. J. (2012). *Metodologi Penelitian Kualitatif*. Remaja Rosdakarya.
- Prihutami, N. D., Hubeis, M., & Puspitawati, H. (2015). Strategi Human Capital Group Department dalam Mengembangkan Keterikatan Karyawan (Employee Engagement) (Studi Kasus: Unit Operasional PT Bumitama Gunajaya Agro). *Jurnal Aplikasi Manajemen (JAM)*, 13(4).
- Sugiyono. (2015). *Metode Penelitian dan Pengembangan*. Alfabeta.
- Sugiyono. (2016). *Metode Penelitian : Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. Alfabeta.
- Putri, M. N., & Suryanto. (2018). *Jurnal Psikologi Kepribadian dan Sosial PADA Anggota Karang Taruna Dengan Rasa Kepemilikan Organisasi (Sense Of Belonging) Sebagai Variabel Intervening. Vol. 7, pp.*
- Rahajeng, R., Ilmu, F., Dan, S., Politik, I., & Ekstensi, P. S. (2012). *Universitas Indonesia Hubungan Komunikasi Internal dan Employee Engagement di pt . Pln (persero) Area Bekasi Universitas Indonesia Hubungan Komunikasi internal Dan Employee Engagment di PT PLN (Persero) AREA BEKASI.*
- Sekaran, U. (2011). *Research Methods For Business (Metode Penelitian Untuk Bisnis)*. Salemba Empat.
- Siddhanta, A., & Roy, D. (2010). Employee engagement - Engaging the 21st century workforce. *Asian Journal of Management Research*, 170–189.
- Sim, D. S. (2016). Pengaruh Employee Engagement terhadap Kinerja Karyawan di Rodex Travel Surabaya. *Agora*, 4(2), 374–380.
- Spehar, I., Forest, J., & Stenseng, F. (2016). Passion for Work, Job Satisfaction, and the Mediating Role of Belongingness. *Scandinavian Journal of Organizational Psychology*, 8(1), 17–26.
- Sugiyono. (2011). *Metode Penelitian Pendidikan*. Alfabeta.
- Sugiyono. (2016). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. Alfabeta.
- Ting, L. S. (2010). *Motivational Beliefs, Ethnic Identity, And Sense Of Belonging: Relations To School Engagement And Academic Achievement*. University of Houston.
- Yuwono, S. (2014). *Proceeding seminar nasional “*. 219–227.

Curriculum Vitae



Full Name	: Iwan Kusumawan
Gender	: Male
Place and Date of Birth	: Tanjungpinang
Citizen	: Indonesia
A g e	: 44 years old
Present Address	: Tanjungpinang
Religion	: Islam
Marital status	: Married
Email	: e.one.kusmawan@gmail.com
Phone Number / WA	: 085364332111