BAB II

METODE PENELITIAN

A. Jenis dan Metode Penelitian

Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan desain penelitian korelasional. Pendekatan kuantitatif dipilih karena memungkinkan peneliti untuk secara objektif meneliti fenomena sosial melalui data numerik dan analisis statistik. Tujuan utama penelitian ini adalah untuk mengidentifikasi hubungan antara *work-life balance* sebagai variabel independen dan komitmen organisasi sebagai variabel dependen di kalangan karyawan PT Varbel *Creative Works*.

Menurut Sugiyono (2019:15), penelitian kuantitatif bertujuan untuk menguji hipotesis dan mengkaji hubungan antar variabel secara sistematis, terstruktur, dan terukur. Metode korelasional dipilih karena penelitian ini tidak melibatkan pemberian perlakuan atau intervensi tertentu kepada responden, melainkan berfokus pada penentuan tingkat hubungan antara kedua variabel berdasarkan data empiris yang dikumpulkan dari responden.

B. Populasi dan Sampel

Populasi mengacu pada seluruh kelompok subjek yang memiliki karakteristik yang relevan dengan tujuan penelitian. Sugiyono (2019:126) menjelaskan bahwa populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri dari objek atau subjek dengan kualitas dan karakteristik tertentu yang ditentukan oleh peneliti untuk diteliti, yang darinya disimpulkan hasil penelitian. Dalam penelitian ini, populasi terdiri dari seluruh karyawan PT Varbel *Creative Works*, sebanyak 45 orang berdasarkan data internal perusahaan tahun 2026.

Karena ukuran populasi yang relatif terbatas dan aksesibilitasnya yang penuh, penelitian ini menggunakan teknik pengambilan sampel jenuh. Pengambilan sampel jenuh adalah metode di mana setiap anggota populasi dipilih sebagai bagian dari sampel penelitian. Oleh karena itu, jumlah sampel dalam penelitian ini sama dengan total populasi, yaitu 45 responden. Pendekatan ini dipilih untuk memastikan bahwa temuan penelitian

mewakili populasi secara lebih komprehensif sekaligus meminimalkan potensi bias pengambilan sampel.

C. Operasionalisasi Konsep

Operasionalisasi konsep merupakan langkah krusial dalam penelitian kuantitatif, karena melibatkan proses mengubah konsep-konsep abstrak menjadi variabel-variabel yang dapat diamati dan diukur secara empiris. Tahap ini mencakup perumusan definisi operasional variabel serta penentuan dimensi dan indikator yang akan diukur menggunakan instrumen penelitian.

Sugiyono (2019:68) menjelaskan bahwa definisi operasional adalah deskripsi terperinci dari konstruk yang diteliti sehingga dapat diukur secara objektif dan sistematis. Dalam penelitian ini, proses operasionalisasi dimaksudkan untuk memberikan pedoman yang jelas mengenai pengukuran *work-life balance* dan komitmen organisasi. Dengan demikian, proses pengumpulan dan analisis data menjadi lebih terstruktur dan memungkinkan penelitian ini direplikasi oleh peneliti lain.

Dalam penelitian ini, konsep *work-life balance* dan komitmen organisasi dioperasionalisasikan sebagai variabel penelitian. *Work-life balance* didefinisikan sebagai tingkat keseimbangan antara tuntutan pekerjaan dan kehidupan pribadi yang mencakup interaksi negatif (*interference)* dan interaksi positif (*enhancement*). Sementara itu, komitmen organisasi mengacu pada keterikatan psikologis karyawan terhadap organisasi yang tercermin dalam keinginan mereka untuk tetap menjadi bagian dari organisasi. Selanjutnya, masing-masing variabel dioperasionalisasikan ke dalam beberapa dimensi dengan mengacu pada dua sumber utama yang digunakan sebagai dasar penyusunan instrumen penelitian.

Operasionalisasi variabel *work-life balance* mengacu pada operasionalisasi item pertanyaan dalam *Work/Nonwork Interference and Enhancement Scale* yang dikembangkan oleh Fisher, Bulger, dan Smith (2009). Berdasarkan model tersebut, variabel *work-life balance* terdiri dari empat dimensi, yaitu *Work Interference with Personal Life* (WIPL),

Personal Life Interference with Work (PLIW), *Work Enhancement of Personal Life* (WEPL), dan *Personal Life Enhancement of Work* (PLEW).

Sementara itu, definisi operasional dari variabel komitmen organisasi mengacu pada versi singkat dari *Organisational Commitment Scale* (OCS) yang diperkenalkan oleh Meyer dkk. (1993). Instrumen ini mengukur komitmen organisasi melalui tiga dimensi: komitmen afektif, komitmen kontinuitas, dan komitmen normatif. Kedua sumber tersebut menjadi landasan dalam menyusun indikator penelitian yang selaras dengan tujuan penelitian ini.

Setiap dimensi kemudian dijabarkan ke dalam indikator-indikator yang terukur, yang selanjutnya disusun dalam bentuk pernyataan kuesioner dan diukur menggunakan skala Likert.

Tabel 2.1. Operasionalisasi Konsep *Work-Life Balance*

Variabel	Definisi Operasional	Dimensi	Item Pernyataan
Work-life balance	Tingkat keseimbangan antara pekerjaan dan kehidupan pribadi yang mencerminkan adanya interaksi negatif (*interference*) dan positif (*enhancement*) antara kedua domain (Fisher et al., 2009), yang dioperasionalisasikan melalui empat dimensi sebagai berikut: 1. *Work Interference with Personal Life* (WIPL) Menggambarkan sejauh mana tuntutan pekerjaan mengganggu kehidupan pribadi individu, seperti keterbatasan waktu pribadi, kelelahan, atau terganggunya aktivitas di luar pekerjaan. 2. *Personal Life Interference with Work* (PLIW) Menggambarkan sejauh	WIPL	Saya pulang kerja dalam keadaan terlalu lelah untuk melakukan hal-hal yang ingin saya lakukan (R).
		WIPL	Pekerjaan saya membuat saya sulit mempertahankan kehidupan pribadi seperti yang saya inginkan (R).
		WIPL	Saya sering mengabaikan kebutuhan pribadi saya karena tuntutan pekerjaan (R).
		WIPL	Kehidupan pribadi saya terganggu karena pekerjaan (R).

	mana kehidupan pribadi mengganggu pelaksanaan pekerjaan, seperti berkurangnya konsentrasi, energi, atau kemampuan menyelesaikan tugas. 3. *Work Enhancement of Personal Life* (WEPL) Menggambarkan sejauh mana pengalaman dalam pekerjaan memberikan dampak positif terhadap kehidupan pribadi, seperti meningkatnya energi, suasana hati, atau keterampilan yang berguna di luar pekerjaan. 4. *Personal Life Enhancement of Work* (PLEW) Menggambarkan sejauh mana pengalaman dalam kehidupan pribadi memberikan kontribusi positif terhadap pekerjaan, seperti meningkatnya kesiapan, motivasi, dan suasana hati dalam bekerja.	WIPL	Saya terpaksa melewatkan kegiatan pribadi yang penting karena waktu yang saya habiskan untuk bekerja (R).
		PLIW	Kehidupan pribadi saya menguras energi yang saya butuhkan untuk bekerja (R).
		PLIW	Pekerjaan saya terganggu karena segala hal yang terjadi dalam kehidupan pribadi saya (R).
		PLIW	Saya akan menghabiskan lebih banyak waktu untuk bekerja jika bukan karena hal-hal dalam kehidupan pribadi saya (R).
		PLIW	Saya terlalu lelah untuk bekerja secara efektif karena hal-hal dalam kehidupan pribadi saya (R).
		PLIW	Saat di tempat kerja, saya khawatir tentang hal-hal yang harus saya lakukan di luar pekerjaan (R).
		PLIW	Saya kesulitan menyelesaikan pekerjaan karena terganggu oleh

			urusan pribadi di tempat kerja (R).
		WEPL	Pekerjaan saya memberi saya energi untuk mengejar aktivitas di luar pekerjaan yang penting bagi saya
		WEPL	Karena pekerjaan saya, saya berada dalam suasana hati yang lebih baik di rumah
		WEPL	Hal-hal yang saya lakukan di tempat kerja membantu saya menangani masalah pribadi dan praktis di rumah
		PLEW	Saya berada dalam suasana hati yang lebih baik di tempat kerja karena semua hal yang ada dalam kehidupan pribadi saya
		PLEW	Kehidupan pribadi saya memberi saya energi untuk melakukan pekerjaan saya.

		PLEW	Kehidupan pribadi saya membantu saya bersantai dan merasa siap untuk pekerjaan hari berikutnya

Tabel 2.2. Operasionalisasi Konsep Komitmen Organisasi

Variabel	Definisi Operasional	Dimensi	Item Pernyataan
Komitmen Organisasi	Tingkat keterikatan psikologis karyawan terhadap organisasi yang tercermin dalam keinginan untuk tetap menjadi bagian dari organisasi (Meyer, Allen, & Smith, 1993), yang dioperasionalisasikan melalui tiga dimensi sebagai berikut: 1. *Affective Commitment* (Komitmen Afektif) Menggambarkan keterikatan emosional karyawan terhadap organisasi, yang ditandai dengan perasaan memiliki, keterlibatan, dan identifikasi terhadap nilai serta tujuan organisasi. 2. *Continuance Commitment* (Komitmen Kontinuans) Menggambarkan keterikatan karyawan	Afektif	Saya akan sangat senang menghabiskan sisa karier saya di organisasi ini.
		Afektif	Saya benar-benar merasa seolah-olah masalah organisasi ini adalah masalah saya sendiri.

	berdasarkan pertimbangan biaya atau konsekuensi apabila meninggalkan organisasi, seperti kehilangan manfaat atau terbatasnya alternatif pekerjaan. 3. *Normative Commitment* (Komitmen Normatif) Menggambarkan keterikatan karyawan yang didasarkan pada perasaan kewajiban moral untuk tetap bertahan dalam organisasi.,		
		Afektif	Saya tidak merasa memiliki rasa "memiliki" yang kuat terhadap organisasi ini. *(R)*
		Afektif	Saya tidak merasa "terikat secara emosional" dengan organisasi ini. *(R)*
		Afektif	Saya tidak merasa menjadi "bagian dari keluarga" di organisasi ini. *(R)*
		Afektif	Organisasi ini memiliki makna pribadi yang besar bagi saya.

		Kontinuans	Saat ini, bertahan di organisasi ini merupakan kebutuhan sekaligus keinginan bagi saya.
		Kontinuans	Akan sangat sulit bagi saya untuk meninggalkan organisasi ini sekarang, bahkan jika saya menginginkannya.
		Kontinuans	Terlalu banyak hal dalam hidup saya yang akan terganggu jika saya memutuskan untuk meninggalkan organisasi ini sekarang.
		Kontinuans	Saya merasa memiliki terlalu sedikit pilihan untuk mempertimbangkan meninggalkan organisasi ini.
		Kontinuans	Jika saya belum menginvestasikan begitu banyak diri saya ke dalam organisasi ini, saya mungkin akan mempertimbangkan untuk bekerja di tempat lain.
		Kontinuans	Salah satu konsekuensi negatif dari meninggalkan

			organisasi ini adalah terbatasnya alternatif pekerjaan yang tersedia.
		Normatif	Saya tidak merasa memiliki kewajiban untuk tetap bekerja di organisasi ini. (R)
		Normatif	Meskipun menguntungkan bagi saya, saya merasa tidak benar untuk meninggalkan organisasi ini sekarang.
		Normatif	Saya akan merasa bersalah jika meninggalkan organisasi ini sekarang.
		Normatif	Organisasi ini layak mendapatkan loyalitas saya.
		Normatif	Saya tidak akan meninggalkan organisasi ini sekarang karena saya memiliki rasa tanggung jawab terhadap orang-orang di dalamnya.
		Normatif	Saya merasa berhutang banyak kepada organisasi ini.

Item Item dengan tanda (R) merupakan pernyataan negatif (*reverse item*) yang memerlukan pembalikan skor sebelum dilakukan analisis.

Pembalikan skor dilakukan dengan mengubah nilai skala sebagai berikut: 1 menjadi 5, 2 menjadi 4, 3 tetap 3, 4 menjadi 2, dan 5 menjadi 1.

D. Metode Pengumpulan Data, Jenis Data, dan Teknik Analisis Data

i. Metode Pengumpulan Data

Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan desain penelitian korelasional. Pendekatan kuantitatif dipilih karena memungkinkan peneliti menguji hubungan antarvariabel secara objektif melalui analisis data numerik, sedangkan desain korelasional digunakan untuk mengetahui ada atau tidaknya hubungan serta tingkat kekuatan hubungan antara *work-life balance* dan komitmen organisasi pada karyawan (Sugiyono, 2019).

Pengumpulan data dilakukan menggunakan kuesioner yang disusun berdasarkan dimensi *work-life balance* yang dikembangkan oleh Fisher dkk. (2009) serta instrumen *Organizational Commitment Scale* yang dikembangkan oleh Meyer, Allen, dan Smith (1993). Sebelum digunakan pada penelitian utama, instrumen terlebih dahulu diuji melalui 30 karyawan yang bekerja pada perusahaan lain yang bergerak di industri kreatif digital dengan karakteristik pekerjaan yang serupa dengan responden penelitian utama. *Pilot test* dilakukan untuk menguji validitas dan reliabilitas instrumen sehingga memastikan bahwa kuesioner layak digunakan dalam pengumpulan data penelitian.

Kuesioner penelitian utama disusun dalam bentuk *Google Form*. Tautan kuesioner kemudian diserahkan kepada *Head Human Resources* PT Varbel *Creative Works* untuk didistribusikan kepada seluruh karyawan melalui grup *WhatsApp* internal perusahaan. Mekanisme penyebaran ini dipilih karena pihak perusahaan memiliki akses kepada seluruh karyawan yang menjadi populasi penelitian. Selain itu, pendistribusian melalui *Head Human Resources* membantu memastikan bahwa kuesioner hanya diterima oleh responden yang memenuhi kriteria penelitian serta meminimalkan kemungkinan adanya responden yang mengisi

kuesioner lebih dari satu kali.

Persepsi responden diukur menggunakan skala Likert. Variabel *work-life balance* menggunakan skala Likert 1–5, yaitu 1 = Sangat Tidak Setuju hingga 5 = Sangat Setuju, sesuai dengan instrumen yang dikembangkan oleh Fisher dkk. (2009). Sementara itu, instrumen komitmen organisasi yang dikembangkan oleh Meyer dkk. (1993) pada awalnya menggunakan skala Likert 1–7. Dalam penelitian ini, skala tersebut diadaptasi menjadi skala Likert 1–5 untuk menyelaraskan format pengukuran pada seluruh variabel. Adaptasi tersebut dilakukan agar proses pengisian kuesioner, analisis, dan interpretasi data menjadi lebih sederhana, tanpa mengurangi kualitas instrumen, karena telah melalui uji validitas dan reliabilitas sebelum digunakan pada penelitian utama.

ii. Jenis Data

Data yang digunakan dalam penelitian ini terdiri dari data nominal, ordinal, dan interval. Data nominal digunakan untuk mengklasifikasikan karakteristik demografis responden, termasuk jenis kelamin, usia, lama bekerja, dan divisi kerja. Jenis data ini bersifat kategorikal dan hanya berfungsi sebagai sarana klasifikasi (Sugiyono, 2019:146).

Data ordinal diperoleh dari jawaban responden terhadap pernyataan kuesioner yang menggunakan skala Likert. Skala ini menunjukkan tingkatan sikap responden, meskipun jarak antar kategori belum tentu sama. Oleh karena itu, secara konseptual skala Likert termasuk ke dalam data ordinal (Sugiyono, 2019:146). Namun demikian, dalam analisis statistik kuantitatif, data Likert yang telah diakumulasi dan dirata-ratakan dapat diperlakukan sebagai data interval untuk keperluan analisis parametrik, dengan catatan memenuhi asumsi tertentu seperti distribusi normal.

Dalam penelitian ini, data yang berkaitan dengan variabel

Work-life balance dan komitmen organisasi diperlakukan sebagai data interval agar dapat dianalisis menggunakan teknik korelasi Pearson.

iii. Uji Instrumen dan Kuesioner Penelitian

Sebelum melakukan analisis utama, peneliti melaksanakan pilot test yang melibatkan 30 responden di luar sampel penelitian utama. Responden pada uji coba ini merupakan individu yang memiliki karakteristik serupa dengan subjek penelitian, yaitu bekerja di industri kreatif. Pemilihan responden dilakukan berdasarkan kemudahan akses peneliti terhadap partisipan yang sesuai dengan karakteristik penelitian.

Responden pada uji coba ini merupakan individu yang memiliki karakteristik serupa dengan subjek penelitian, yaitu bekerja di bidang industri kreatif digital, seperti *content creator*, *social media specialist*, *digital marketer*, *graphic designer*, UI/UX *designer*, *video editor*, *animator*, *copywriter*, *content writer*, *web developer*, *game developer*, *product manager*, *e-commerce specialist*, atau profesi sejenis yang memanfaatkan kreativitas dan teknologi digital dalam pekerjaannya. Responden *pilot test* dipilih berdasarkan ketersediaan dan kemudahan akses peneliti dengan tetap memperhatikan kesesuaian karakteristik responden dengan populasi penelitian.

Pelaksanaan *pilot test* bertujuan untuk memastikan bahwa instrumen penelitian layak digunakan dalam pengumpulan data utama. Oleh karena itu, instrumen diuji terlebih dahulu untuk mengevaluasi validitas dan reliabilitasnya serta mengidentifikasi kemungkinan adanya item yang kurang jelas atau sulit dipahami. Untuk menjaga independensi data penelitian, responden yang terlibat dalam *pilot test* tidak dilibatkan kembali dalam pengumpulan data penelitian utama. Adapun hasil pengujian validitas dan reliabilitas instrumen pada tahap pilot test dijelaskan

pada bagian berikut:

1. Uji Validitas

Uji validitas dalam penelitian ini bertujuan untuk mengetahui sejauh mana instrumen yang digunakan mampu mengukur variabel sesuai dengan tujuan penelitian. Validitas menunjukkan tingkat ketepatan antara data yang diperoleh melalui instrumen dengan kondisi yang sebenarnya terjadi pada objek penelitian. Menurut Sugiyono (2019:175), validitas merupakan derajat ketepatan antara data yang terdapat pada objek penelitian dengan data yang dilaporkan oleh peneliti. Oleh karena itu, suatu instrumen dikatakan valid apabila mampu mengukur apa yang seharusnya diukur sehingga menghasilkan data yang sesuai dengan keadaan di lapangan. Instrumen yang tidak valid berpotensi menghasilkan data yang kurang akurat dan dapat memengaruhi hasil serta kesimpulan penelitian.

Uji validitas dilakukan dengan menganalisis korelasi antara skor setiap item dan skor total variabel tempat item tersebut berada. Dalam penelitian ini, validitas item dinilai menggunakan metode korelasi Pearson Product-Moment. Setiap pernyataan dianggap valid jika koefisien korelasi yang dihasilkan lebih tinggi daripada nilai kritis yang tercantum dalam tabel referensi pada tingkat signifikansi tertentu. Rumus yang digunakan dalam proses pengujian validitas adalah sebagai berikut:

$$r = \frac{n\sum xy - (\sum x)(\sum y)}{\sqrt{[n\sum x^2 - (\sum x)^2][n\sum y^2 - (\sum y)^2]}}$$

Keterangan:

- r = koefisien korelasi antara skor butir dan total skor
- x = skor pada butir pernyataan
- y = total skor kuesioner

- $n =$ jumlah responden

Uji validitas dilakukan dengan membandingkan nilai r_{hitung}, dengan r_{tabel}, pada tingkat signifikansi 5% (0,05). Kriteria pengambilan keputusan untuk menentukan apakah suatu item pernyataan dinyatakan valid atau tidak adalah sebagai berikut:

a. Apabila nilai r_{hitung}, lebih besar daripada r_{tabel}, maka item pernyataan dinyatakan valid karena memiliki hubungan yang signifikan dengan skor total.
b. Apabila r_{hitung}, nilai lebih kecil daripada r_{tabel}, maka item pernyataan dinyatakan tidak valid karena tidak memiliki hubungan yang signifikan dengan skor total.

Perhitungan uji validitas dalam penelitian ini dilakukan dengan menggunakan bantuan perangkat lunak IBM SPSS *Statistics* versi 25.

1.1. Kueisoner *Work-life Balance*

Tabel di bawah ini menunjukkan hasil uji validitas instrumen penelitian yang terdiri atas variabel *work-life balance* dan Komitmen Organisasi. Pengujian dilakukan menggunakan teknik korelasi Product Moment Pearson terhadap 30 responden pilot test. Suatu item dinyatakan valid apabila nilai koefisien korelasi (r hitung) lebih besar daripada nilai r tabel sebesar 0,361 pada taraf signifikansi 5%.

Tabel 2.3. Hasil Uji Validitas *Work-life Balance*

No. Item	R hitung	R tabel	Kesimpulan
1.	0, 604	0.361	Valid
2.	0, 741	0.361	Valid
3.	0, 735	0.361	Valid

4.	0, 844	0.361	Valid
5.	0, 780	0.361	Valid
6.	0, 665	0.361	Valid
7.	0, 544	0.361	Valid
8.	0, 600	0.361	Valid
9.	0, 474	0.361	Valid
10.	0, 591	0.361	Valid
11.	0, 611	0.361	Valid
12.	0, 450	0.361	Valid
13.	0, 460	0.361	Valid
14.	0, 447	0.361	Valid
15.	0, 434	0.361	Valid
16.	0, 529	0.361	Valid
17.	0, 498	0.361	Valid

(Sumber: data primer, Juni 2026)

Berdasarkan hasil uji validitas instrumen *work-life balance* menggunakan teknik korelasi Product Moment Pearson, seluruh 17 item pernyataan memperoleh nilai r hitung yang lebih besar daripada r tabel sebesar 0,361 pada taraf signifikansi 5% (0,05). Oleh karena itu, seluruh item pernyataan dinyatakan valid dan dapat digunakan untuk mengukur variabel *work-life balance* dalam penelitian ini.

1.2. Kuesioner Komitmen Organisasi

Tabel di bawah ini menunjukkan hasil uji validitas instrumen Komitmen Organisasi. Pengujian dilakukan menggunakan teknik korelasi Product Moment Pearson terhadap 30 responden pilot test. Suatu item dinyatakan valid apabila nilai koefisien korelasi (r hitung) lebih besar daripada

nilai r tabel sebesar 0,361 pada taraf signifikansi 5% (0,05).

Tabel 2.4. Hasil Uji Validitas Komitmen Organisasi

No. Item	R hitung	R tabel	Kesimpulan
1.	.0, 444	0.361	Valid
2.	.0, 547	0.361	Valid
3.	.0, 508	0.361	Valid
4.	0, 435	0.361	Valid
5.	0, 576	0.361	Valid
6.	.0, 611	0.361	Valid
7.	0, 739	0.361	Valid
8.	0, 697	0.361	Valid
9.	0, 514	0.361	Valid
10.	0, 659	0.361	Valid
11.	0, 424	0.361	Valid
12.	0, 468	0.361	Valid
13.	0, 404	0.361	Valid
14.	0, 609	0.361	Valid
15.	0,705	0.361	Valid
16.	0, 596	0.361	Valid
17.	0, 489	0.361	Valid
18.	0, 648	0.361	Valid

(Sumber: data primer, Juni 2026)

Berdasarkan hasil uji validitas instrumen Komitmen Organisasi menggunakan teknik korelasi Product Moment Pearson, seluruh 18 item pernyataan memperoleh nilai r hitung yang lebih besar daripada r tabel sebesar 0,361 pada taraf signifikansi 5% (0,05). Oleh karena itu, seluruh item pernyataan dinyatakan valid dan dapat digunakan untuk

mengukur variabel Komitmen Organisasi dalam penelitian ini.

2. Uji Reliabilitas

Tujuan uji reliabilitas dalam penelitian ini adalah untuk mengevaluasi apakah instrumen penelitian mampu menghasilkan pengukuran yang konsisten ketika diterapkan pada variabel yang sama. Sugiyono (2019:175) menyatakan bahwa reliabilitas mengacu pada tingkat konsistensi dan keandalan suatu instrumen sebagai alat pengumpulan data. Suatu instrumen dianggap reliabel jika pengukuran yang diulang dalam kondisi serupa menghasilkan hasil yang relatif sama.

Dengan demikian, reliabilitas menunjukkan konsistensi jawaban responden terhadap item-item kuesioner. Instrumen yang sangat reliabel akan menghasilkan data yang lebih stabil dan dapat dipercaya, sehingga meningkatkan kredibilitas dan akurasi temuan penelitian.

Dalam penelitian ini, analisis reliabilitas dilakukan menggunakan teknik Cronbach's Alpha dengan bantuan perangkat lunak SPSS. Rumus yang digunakan untuk menghitung reliabilitas adalah sebagai berikut:

$$a = \frac{k}{k-1}\left(1 - \frac{\sum \sigma_i^2}{\sigma_t^2}\right)$$

Keterangan:

- a = koefisien reliabilitas
- k = jumlah butir pernyataan
- σ_i^2 = varians masing-masing butir
- σ_t^2 = varians total

Adapun dasar pengambilan keputusan untuk menentukan apakah instrumen penelitian dinyatakan reliabel atau tidak adalah sebagai berikut:

a. Jika nilai koefisien *Cronbach's Alpha* lebih besar dari

0,70, maka kuesioner dinyatakan reliabel atau memiliki tingkat konsistensi yang baik.

b. Jika nilai koefisien *Cronbach's Alpha* lebih kecil dari 0,70, maka kuesioner dinyatakan tidak reliabel atau tidak memiliki konsistensi yang baik.

2.1. Kuesioner Work-life Balance

Tabel di bawah ini merupakan hasil uji reliabilitas instrumen *work-life balance* yang dilakukan oleh peneliti menggunakan metode Cronbach's Alpha.

TabeL 2.5. Hasil Uji Reliabilitas *Work-life Balance*

Item Kuesioner	Koefisien Reliabilitas	Hasil
Work-life Balance (17 item)	0,884	Reliabel

(Sumber: data primer, Juni 2026)

Berdasarkan hasil analisis reliabilitas terhadap kuesioner *Work-Life Balance*, diperoleh nilai Cronbach's Alpha sebesar 0,884 dari 17 butir pernyataan. Nilai tersebut berada di atas batas minimum reliabilitas sebesar 0,70, sehingga seluruh item dalam instrumen *work-life balance* dinyatakan reliabel. Dengan demikian, instrumen *work-life balance* memiliki tingkat konsistensi internal yang sangat baik dan layak digunakan dalam penelitian ini.

2.2.Kuesinoner Komitmen Organisasi

Tabel di bawah ini merupakan hasil uji reliabilitas instrumen komitmen organisasi yang dilakukan oleh peneliti menggunakan metode Cronbach's Alpha.

Tabel 2.6. Hasil Uji Reliabilitas Komitmen Organisasi

Item Kuesioner	Koefisien Reliabilitas	Hasil
Komitmen Organisasi (18 item)	0,870	Reliabel

(Sumber: data primer, Juni 2026)

Berdasarkan hasil uji reliabilitas menggunakan metode Cronbach's Alpha, instrumen komitmen organisasi memperoleh nilai Cronbach's Alpha sebesar 0,870. Nilai tersebut lebih besar dari batas minimum 0,70, sehingga instrumen komitmen organisasi dinyatakan reliabel dan memiliki tingkat konsistensi internal yang baik. Dengan demikian, instrumen tersebut layak digunakan dalam penelitian ini.

iv. Teknik Analisis Data

Menurut Sugiyono(2019:205), analisis data merupakan proses mengelompokkan, menyusun, menyajikan, serta menginterpretasikan data guna menarik kesimpulan data yang telah terkumpul dianalisis menggunakan bantuan perangkat lunak IBM SPSS Statistics versi 25 untuk menjawab rumusan masalah dan menguji hipotesis penelitian.

Berdasarkan tahapan analisis data yang telah diuraikan, berikut adalah langkah-langkah yang dilakukan peneliti dalam proses menganalisis data:

1. Analisis Deskriptif

Analisis statistik deskriptif merupakan teknik analisis yang digunakan untuk menggambarkan karakteristik data yang diperoleh dalam suatu penelitian. Menurut Sugiyono (2019:206), analisis deskriptif dilakukan melalui kegiatan mengelompokkan data, menyusun tabulasi, menghitung ukuran statistik, serta menyajikan data dalam bentuk tabel atau grafik

sehingga lebih mudah dipahami. Dalam penelitian ini, analisis deskriptif digunakan untuk memberikan gambaran mengenai karakteristik responden serta kecenderungan jawaban responden terhadap variabel *work-life balance* dan komitmen organisasi.

Persepsi responden terhadap kedua variabel diukur menggunakan skala Likert 1–5. Variabel *work-life balance* diukur berdasarkan instrumen *Work/Nonwork Interference and Enhancement Scale* yang dikembangkan oleh Fisher dkk. (2009). Sementara itu, variabel komitmen organisasi diukur menggunakan instrumen *Organizational Commitment Scale* yang dikembangkan oleh Meyer, Allen, dan Smith (1993) yang telah diadaptasi menjadi skala Likert 1–5 agar format pengukuran pada kedua variabel menjadi seragam.

Setelah memperoleh skor dari hasil kuesioner, langkah selanjutnya adalah menghitung nilai rata-rata (*mean*) untuk masing-masing variabel dengan rumus sebagai berikut:

$$\bar{x} = \frac{x1 + x2 + x3 + \cdots + xN}{N}$$

Keterangan:

- $\bar{x}$ = Rata-rata hitung sampel
- xN = Jumlah semua nilai data
- N = Jumlah banyaknya data

Nilai rata-rata yang diperoleh kemudian digunakan untuk menentukan kategori tingkat masing-masing variabel penelitian. Penentuan kategori dilakukan dengan menggunakan pendekatan interval kelas, yaitu dengan membagi rentang skor menjadi beberapa kategori yang sama besar (Sugiyono, 2019:80). Dalam penelitian ini digunakan tiga kategori, yaitu rendah, sedang, dan tinggi.

Untuk variabel *work-life balance* dan variabel komitmen

organisasi dengan skala 1–5, interval kelas dihitung sebagai berikut:

$$Interval = \frac{skor\ terbesar - skor\ terkecil}{jumlah\ kategori}$$

$$Interval = \frac{5-1}{3} = 1{,}33$$

Berdasarkan hasil tersebut, diperoleh kategori sebagai berikut:

Tabel 2.7. Kategori Interval

Skor rata-rata	Kategori
1,00 – 2,33	Rendah
2,34 – 3,66	Sedang
3,67 – 5,00	Tinggi

(Sumber: data primer, Juni 2026)

Tabel kategori ini digunakan sebagai acuan untuk menafsirkan skor rata-rata setiap variabel. Apabila skor rata-rata berada dalam rentang tertentu, variabel tersebut diklasifikasikan sesuai dengan rentang kategori yang telah ditentukan sebelumnya

Dengan demikian, analisis deskriptif dalam penelitian ini tidak hanya berfungsi untuk menyajikan gambaran umum data, tetapi juga membantu memahami tingkat *work-life balance* dan komitmen organisasi di kalangan karyawan sebelum menganalisis hubungan antar variabel.

2. Uji Normalitas

Tujuan uji normalitas dalam penelitian ini adalah untuk mengidentifikasi apakah data dari setiap variabel penelitian terdistribusi secara normal. Distribusi normal merupakan salah satu asumsi yang diperlukan untuk menerapkan metode statistik parametrik, seperti uji korelasi Pearson. Sugiyono (2019:234) menjelaskan bahwa data yang terdistribusi secara normal memungkinkan pengujian hipotesis menghasilkan hasil yang

lebih akurat.

Adapun dasar pengambilan keputusan dalam uji normalitas adalah sebagai berikut:

a. Jika nilai signifikansi lebih besar dari 0,05, maka data dinyatakan berdistribusi normal.
b. Jika nilai signifikansi lebih kecil dari 0,05, maka data dinyatakan tidak berdistribusi normal.

$$D = \sup |F_n(x) - F(x)|$$

Keterangan:

- D = Statistik uji Kolmogorov–Smirnov
- sup = Supremum (nilai maksimum dari selisih fungsi distribusi)
- $F_n(x)$ = Distribusi kumulatif empiris dari sampel
- F(x) = Distribusi kumulatif teoretis (distribusi normal)

Adapun dasar pengambilan keputusan dalam uji normalitas adalah sebagai berikut:

a. Jika nilai signifikansi lebih besar dari 0,05, maka data dinyatakan berdistribusi normal.
b. Jika nilai signifikansi lebih kecil dari 0,05, maka data dinyatakan tidak berdistribusi normal.

Tabel 2.8. Hasil Uji Normalitas

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test		**Keterangan**
Sig. (2-tailed)	0,837	Berdistribusi Normal

(Sumber: data primer, Juni 2026)

Berdasarkan hasil uji normalitas menggunakan metode *One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test*, diperoleh nilai Sig. (2-*tailed*) sebesar 0,837. Nilai tersebut lebih besar daripada taraf signifikansi yang ditetapkan, yaitu 0,05 (0,837 > 0,05). Oleh

karena itu, dapat dinyatakan bahwa data penelitian berdistribusi normal. Dengan terpenuhinya asumsi normalitas, data memenuhi persyaratan untuk dianalisis lebih lanjut menggunakan metode statistik parametrik, yaitu uji korelasi Pearson Product Moment.

2. Uji Linearitas

Uji linearitas dalam penelitian ini dilakukan untuk mengetahui apakah hubungan antara *work-life balance* dan komitmen organisasi membentuk pola linier. Menurut Sugiyono (2019:208), uji linearitas merupakan salah satu persyaratan dalam statistik parametrik karena analisis korelasi dan regresi hanya dapat diterapkan jika hubungan antar variabel bersifat linier.

Uji ini dilakukan untuk memastikan bahwa hubungan antara kedua variabel tersebut dapat dianalisis dengan tepat menggunakan metode statistik parametrik. Dalam penelitian ini, uji linearitas dilakukan dengan bantuan perangkat lunak SPSS *for Windows.*

Adapun dasar pengambilan keputusan dalam uji linearitas adalah sebagai berikut:

a. Jika nilai signifikansi pada *deviation from linearity* lebih besar dari 0,05, maka hubungan antara variabel independen dan variabel dependen dinyatakan linear.
b. Jika nilai signifikansi pada *deviation from linearity* lebih kecil dari 0,05, maka hubungan antara variabel independen dan variabel dependen dinyatakan tidak linear.

Tabel 2.9. Hasil Uji Linearitas

Deviation From Linearity	**Keterangan**
0,871	Linear

(Sumber: data primer, Juni 2026)

Berdasarkan hasil uji linearitas, diperoleh nilai Deviation from Linearity sebesar 0,871. Nilai tersebut lebih besar daripada taraf signifikansi 0,05 (0,871 > 0,05), sehingga menunjukkan bahwa hubungan antara variabel *work-life balance* dan komitmen organisasi bersifat linear. Dengan demikian, kedua variabel memenuhi asumsi untuk dianalisis menggunakan uji korelasi Pearson Product Moment.

3. Analisis Korelasi

Untuk mengidentifikasi kekuatan dan arah hubungan antara *work life balance* dan komitmen organisasi karyawan, penelitian ini menggunakan analisis korelasi momen produk Pearson. Teknik statistik ini dipilih karena kedua variabel diukur pada skala interval dan memenuhi asumsi normalitas serta linearitas, sehingga memungkinkan penggunaan metode statistik parametrik.

Secara umum, analisis korelasi Pearson diterapkan untuk mengukur tingkat hubungan antara dua variabel dan untuk menentukan apakah hubungan tersebut positif atau negatif. Menurut Sugiyono (2019:248), nilai koefisien korelasi mencerminkan kekuatan hubungan antara variabel-variabel dalam suatu penelitian.

Rumus yang digunakan dalam analisis korelasi Product Moment Pearson disajikan sebagai berikut:

$$r = \frac{n\sum xy - (\sum x)(\sum y)}{\sqrt{[n\sum x^2 - (\sum x)^2][n\sum y^2 - (\sum y)^2]}}$$

Keterangan:

- r = koefisien korelasi
- n = jumlah sampel
- x = skor variabel X (*work-life balance*)
- y = skor variabel Y (komitmen organisasi)

Hasil analisis korelasi dinyatakan dalam bentuk nilai

koefisien korelasi (r), yang kemudian dibandingkan dengan nilai r kritis dalam tabel referensi pada tingkat signifikansi yang telah ditentukan.

Kriteria yang digunakan untuk pengambilan keputusan adalah sebagai berikut:

a. Jika nilai r_{hitung} lebih besar dari r_{tabel}, maka H0 ditolak dan H1 diterima. Hal ini menunjukkan bahwa terdapat hubungan antara *work-life balance* dengan komitmen organisasi karyawan.
b. Jika nilai r_{hitung} lebih kecil dari r_{tabel}, maka H0 diterima dan H1 ditolak. Hal ini menunjukkan bahwa tidak terdapat hubungan antara *work-life balance* dengan komitmen organisasi karyawan.

E. Objek Penelitian

1. Sejarah Perusahaan

PT Varbel *Creative Works* merupakan perusahaan yang bergerak di bidang dokumentasi visual berbasis teknologi kreatif. Perusahaan ini didirikan pada tahun 2013 sebagai respons terhadap meningkatnya kebutuhan masyarakat akan layanan dokumentasi acara yang tidak hanya berfungsi sebagai sarana pengabadian momen, tetapi juga mampu memberikan pengalaman yang kreatif, interaktif, dan menghibur (PT Varbel *Creative Works*, 2025). Berawal dari ketertarikan pendirinya terhadap dunia fotografi dan industri kreatif, perusahaan memulai operasionalnya dengan menyediakan layanan *portable photobooth* untuk berbagai acara berskala kecil, seperti pesta ulang tahun dan kegiatan komunitas.

Pada tahap awal operasionalnya, Varbel *Creative Works* menawarkan layanan portable photobooth untuk berbagai acara berskala kecil, seperti pesta ulang tahun dan kegiatan komunitas. Sambutan positif dari pelanggan mendorong perusahaan untuk terus mengembangkan produk, meningkatkan kualitas layanan, serta

memperluas jangkauan pasarnya.

Seiring meningkatnya minat pelanggan terhadap layanan yang ditawarkan, PT Varbel *Creative Works* terus melakukan pengembangan produk dan peningkatan kualitas layanan. Perusahaan tidak lagi berfokus pada layanan cetak foto instan, tetapi mulai menghadirkan berbagai inovasi berbasis teknologi visual, seperti 360 *videobooth*, *AI photobooth*, *mosaic photobooth*, dan *hologram photobooth*. Berbagai inovasi tersebut menunjukkan transformasi perusahaan dari penyedia layanan *photobooth* konvensional menjadi penyedia solusi dokumentasi visual berbasis teknologi interaktif yang relevan dengan perkembangan era digital dan kebutuhan media sosial (PT Varbel *Creative Works*, 2025).

Dalam perkembangannya, PT Varbel *Creative Works* juga melakukan peningkatan kualitas sumber daya manusia, penyempurnaan sistem kerja, serta perluasan jangkauan layanan ke berbagai kota di Indonesia. Melalui berbagai upaya tersebut, perusahaan berhasil menjadi salah satu penyedia layanan photobooth yang dipercaya oleh berbagai kalangan, mulai dari individu, komunitas, hingga perusahaan dan merek nasional (PT Varbel *Creative Works*, 2025).

2. Profil Perusahaan

Identitas PT Varbel *Creative Works* tercermin melalui nama dan logo perusahaan yang mengandung makna profesional sekaligus personal. Nama "Varbel" berasal dari dua unsur utama, yaitu "Var" yang terinspirasi dari *Video Assistant Referee* (VAR) dalam sepak bola dan "Bel" yang diambil dari nama anak pendiri perusahaan. Penggunaan istilah VAR merepresentasikan ketelitian dan kemampuan analisis visual yang menjadi dasar dalam menghasilkan karya, sedangkan unsur "Bel" mencerminkan nilai kekeluargaan yang menjadi bagian dari budaya perusahaan (PT Varbel *Creative Works*, 2025).

Gambar 2.1. Logo Varbel Creative Works

(Sumber: data internal, Juni 2026)

Secara visual, logo perusahaan menggunakan tipografi tebal berwarna putih dengan latar belakang hitam yang melambangkan profesionalisme, ketegasan, dan kejelasan identitas. Sementara itu, tulisan "*Creative Works*" menegaskan fokus perusahaan pada bidang jasa kreatif, produksi visual, dan konten digital. Filosofi perusahaan dirangkum dalam prinsip "Teliti seperti VAR, bermakna seperti keluarga" yang menjadi landasan dalam menjalankan aktivitas bisnisnya (PT Varbel *Creative Works*, 2025).

3. Visi dan Misi Perusahaan

Visi PT Varbel *Creative Works* adalah menjadi perusahaan photobooth terdepan dan terpercaya yang senantiasa menghadirkan layanan dokumentasi visual terbaik melalui inovasi, kualitas, dan profesionalisme (PT Varbel *Creative Works*, 2025).

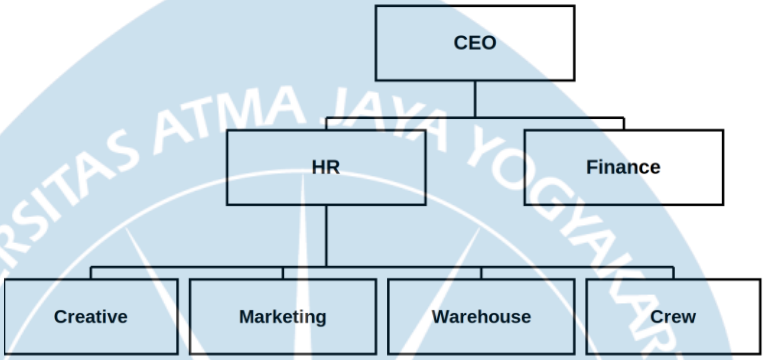
Untuk mewujudkan visi tersebut, perusahaan memiliki misi untuk secara konsisten memberikan pelayanan terbaik kepada pelanggan, mengembangkan produk yang inovatif, meningkatkan kualitas sumber daya manusia, membangun budaya kerja yang positif, serta melakukan standarisasi dan pengawasan proses produksi baik di workshop maupun di lokasi acara. Selain itu, perusahaan juga aktif memanfaatkan media sosial sebagai sarana promosi dan komunikasi melalui berbagai konten kreatif (PT Varbel *Creative Works*, 2025).

4. Struktur Organisasi Perusahaan

Struktur organisasi PT Varbel *Creative Works* dirancang untuk mendukung efektivitas pembagian tugas, tanggung jawab, dan koordinasi antarbagian dalam perusahaan. Struktur yang diterapkan bersifat fleksibel namun tetap profesional guna menyesuaikan dengan

karakteristik industri kreatif yang dinamis dan menuntut kemampuan adaptasi yang tinggi. Melalui struktur organisasi tersebut, setiap divisi memiliki peran strategis dalam mendukung kelancaran operasional perusahaan dan pencapaian kepuasan pelanggan secara menyeluruh (PT Varbel *Creative Works*, 2025).

Gambar 2.2. Struktur Perusahaa PT Varbel Creative Works



(Sumber: data internal PT Varbel *Creative Works*, 2025)

5. Produk dan Layanan Perusahaan

PT Varbel *Creative Works* menyediakan berbagai layanan dokumentasi visual yang memanfaatkan teknologi digital untuk memenuhi kebutuhan pelanggan pada beragam jenis acara, baik acara pribadi, kegiatan komunitas, maupun acara perusahaan. Produk dan layanan yang ditawarkan dirancang untuk memberikan pengalaman dokumentasi yang interaktif serta mengikuti perkembangan teknologi di industri kreatif. Adapun produk dan layanan yang dimiliki perusahaan meliputi sebagai berikut.

a. *Photobooth*

Layanan dokumentasi foto dengan konsep studio mini yang memungkinkan tamu berfoto menggunakan berbagai properti dan latar belakang. Hasil foto dapat langsung dicetak maupun dikirim dalam format digital.

b. *Videobooth*

Layanan dokumentasi video dengan berbagai efek

kreatif, seperti slow motion, boomerang, dan pengeditan otomatis sehingga menghasilkan video singkat yang siap dibagikan melalui media sosial.

c. *360 Videobooth*

Layanan dokumentasi menggunakan kamera yang berputar 360 derajat untuk menghasilkan video dinamis dengan tampilan sinematik dari berbagai sudut.

d. *Mosaic Photobooth*

Layanan yang menggabungkan foto-foto peserta menjadi sebuah kolase (*mosaic*) yang membentuk gambar, logo, atau desain tertentu sehingga memberikan pengalaman dokumentasi yang lebih interaktif.

e. *Hologram Photobooth*

Layanan dokumentasi berbasis teknologi hologram yang menghasilkan efek visual tiga dimensi sehingga memberikan pengalaman fotografi yang lebih inovatif.

f. AI *Photobooth*

Layanan yang memanfaatkan teknologi *Artificial Intelligence* (AI) untuk menghasilkan foto dengan latar belakang, efek, maupun tema yang dapat disesuaikan secara otomatis.

g. GIF *Photobooth*

Layanan yang menghasilkan gambar bergerak (GIF) dari beberapa pose dalam satu sesi foto sehingga dapat langsung dibagikan secara digital.

h. *Live Streaming*

Layanan penyiaran acara secara langsung melalui platform digital sehingga memungkinkan audiens mengikuti jalannya acara secara daring dari berbagai lokasi.

Beragam layanan tersebut menunjukkan komitmen PT Varbel*Creative Works* dalam menghadirkan solusi dokumentasi visual yang inovatif melalui pemanfaatan teknologi digital.

Selain berfungsi sebagai media dokumentasi, setiap layanan dirancang untuk meningkatkan pengalaman dan interaksi pelanggan selama berlangsungnya acara (PT Varbel *Creative Works*, 2025).

6. Nilai Perusahaan

PT Varbel *Creative Works* menerapkan lima nilai utama sebagai landasan dalam menjalankan aktivitas bisnis sekaligus membangun budaya organisasi, yaitu inovatif, profesional, estetika, kolaboratif, dan responsif. Nilai-nilai tersebut menjadi pedoman bagi seluruh karyawan dalam melaksanakan pekerjaan, memberikan pelayanan kepada pelanggan, serta mendukung pencapaian tujuan perusahaan (PT Varbel *Creative Works*, 2025).

Nilai inovatif diwujudkan melalui komitmen perusahaan dalam mengembangkan layanan dan mengadopsi teknologi terbaru guna menghasilkan solusi dokumentasi visual yang sesuai dengan perkembangan industri kreatif. Nilai profesional tercermin dalam penerapan standar kerja yang tinggi, tanggung jawab terhadap setiap proyek, serta pelayanan yang berkualitas kepada pelanggan.

Selanjutnya, nilai estetika diwujudkan melalui perhatian perusahaan terhadap kualitas visual pada setiap produk dan layanan sehingga mampu menghasilkan dokumentasi yang menarik dan sesuai dengan konsep acara. Nilai kolaboratif diterapkan melalui kerja sama yang baik antaranggota tim, maupun dengan klien dan mitra kerja untuk mencapai hasil yang optimal. Adapun nilai responsif diwujudkan melalui kemampuan perusahaan dalam menyesuaikan diri terhadap perubahan situasi serta memberikan solusi secara cepat dan tepat terhadap kebutuhan pelanggan selama pelaksanaan acara.

Penerapan kelima nilai tersebut menjadi dasar dalam membentuk budaya organisasi yang profesional, adaptif, dan berorientasi pada kualitas layanan sehingga mendukung terciptanya lingkungan kerja yang kondusif bagi seluruh karyawan.