

# BAB I *BUSINESS RESEARCH THAT MATTERS*<sup>1</sup>

Sunjoyo<sup>2</sup>

*“Takut akan Tuhan adalah permulaan pengetahuan, tetapi orang bodoh menghina hikmat dan didikan”  
(Amsal 1:7)*

## **PENGANTAR**

Apa yang sedang dihadapi ekonomi global? Saat ini, ekonomi global penuh dengan masalah sekaligus peluang yang memberikan kejutan-kejutan baru secara terus menerus kepada para eksekutif bisnis (Greenberg & Baron, 2000; Sunjoyo, 2010). Tantangan dan peluang bisnis saat ini sangat besar sekaligus kompleks. Hanya mengandalkan akal sehat (*common sense*) saja, tentulah tidak cukup dan memadai untuk menghadapi berbagai tantangan dan meraih berbagai peluang bisnis sangat kompleks. Karena tujuan utama para pebisnis adalah memenangkan persaingan secara berkelanjutan (*sustainable competitive advantage*). Di sinilah peran utama riset dalam dunia bisnis, yaitu menjadi salah satu alat strategis untuk melakukan analisis yang mendalam terhadap berbagai tantangan dan peluang bisnis sebagai dasar pengambilan keputusan strategis. Oleh sebab itu, pada bab pertama ini akan dikupas berbagai hal penting tentang riset bisnis (*business research that matters*).

## **DEFINISI RISET BISNIS**

Sebelum membahas tentang definisi riset bisnis, maka akan dijelaskan terlebih dahulu acuan dasar pengembangan definisi riset bisnis. Diawali dengan pengertian riset (*research*), *riset* didefinisikan oleh Sekaran dan

---

<sup>1</sup> Karya ini telah dipublikasikan pada buku Aplikasi SPSS untuk SMART Riset: Program IBM SPSS 21.0. Ditulis ditulis oleh Sunjoyo, Setiawan, R., Carolina, V., Magdalena, N., & Kurniawan, A. (2013). Bandung: Penerbit Alfabeta Bandung, 1-16.

<sup>2</sup> Dosen Tetap Jurusan Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Kristen Maranatha, Bandung.

Bougie (2010: 2) sebagai suatu proses sederhana untuk menemukan berbagai solusi dari suatu masalah setelah melalui suatu proses studi dan analisis terhadap berbagai faktor situasional. Esensi riset dan menjadi seorang manajer (dibaca: pemimpin) yang sukses adalah penting untuk mengetahui bagaimana melakukan pengambilan berbagai keputusan tepat yang dapat dipertanggungjawabkan melalui berbagai langkah yang dijalani dalam upaya menemukan berbagai solusi atas isu-isu problematis (Sekaran & Bougie, 2010: 2).

Dengan memahami pengertian dan esensi riset, maka selanjutnya akan dikupas tentang pengertian dan esensi riset bisnis (*business research*). Sekaran dan Bougie (2010: 3) mendefinisikan **riset bisnis** sebagai suatu penyelidikan (*inquiry*) atau investigasi yang terorganisir, sistematis, berbasis-data, kritis, objektif, dan saintifik ke dalam masalah spesifik, dengan tujuan untuk menemukan berbagai jawaban atau solusi atas masalah spesifik tersebut. Dengan demikian, esensi riset bisnis adalah menyediakan informasi penting yang memandu para pemimpin untuk mengambil berbagai keputusan yang bertanggungjawab demi keberhasilan penyelesaian berbagai masalah (Sekaran & Bougie, 2010: 3).

Berbagai keputusan manajerial berdasarkan hasil-hasil riset saintifik (*scientific research*) cenderung lebih efektif (Sekaran & Bougie, 2010: 18). Istilah riset saintifik dan metoda saintifik seringkali digunakan secara bergantian dengan makna yang sama. **Metoda** atau **riset saintifik** didefinisikan dengan sangat baik oleh Howell dan Dipboye dalam Saal dan Knight (1995: 24) sebagai “*a set of attitudes and some general rules for gathering information... all of which are aimed at maximizing the objectivity of reported findings.*”

Berdasarkan definisi metoda saintifik tersebut di atas, maka dapat disimpulkan beberapa hal. *Pertama*, proses pengumpulan informasi riset mensyaratkan seperangkat *attitudes*. Ternyata, pengetahuan dan keterampilan saja tidak cukup dalam upaya melakukan suatu riset, tetapi

juga harus didasarkan pada *attitudes* yang bertanggung jawab. Maxwell (1993) menyatakan bahwa “*our attitudes are our most important assets, we responsible for our attitudes.*” *Attitudes* menjadi sangat central dalam melakukan suatu riset, jika *attitudes* peneliti (pemula maupun professional) tidak baik maka temuan risetnya adalah sampah, karena tidak dapat dipercaya. Betapa seriusnya masalah *attitudes* ini, maka Darrel Huff dan Irving Geis menulis sebuah buku pada tahun 1954 yang berjudul “*How to Lie with Statistics,*” dan baru diterjemahkan dan diterbitkan dalam bahasa Indonesia pada tahun 2000 oleh Kepustakaan Populer Gramedia (KPG), Jakarta. Para peneliti dapat melakukan penipuan atau manipulasi berdasarkan hasil riset yang dipresentasikan dengan sangat memukau. Oleh sebab itu, sebagai peneliti (pemula atau profesional) *attitudes* menjadi fondasi melakukan suatu riset.

*Kedua*, proses pengumpulan informasi riset membutuhkan kepatuhan terhadap berbagai aturan umum (*general rules*). Aturan umum ini bersifat wajib dan untuk mengikuti aturan umum ini membutuhkan kerendahan hati dan *attitudes* yang baik. Contoh aturan umum, misalnya:

- a) Setelah informasi/data riset terkumpul (primer dan/atau sekunder) perlu dilakukan uji data dan/atau instrumen (lihat pada bab selanjutnya);
- b) Terdapat sejumlah aturan umum dalam menentukan suatu metoda pengumpulan informasi/data dalam tatanan (*setting*) riset tertentu.

*Ketiga*, Tujuan riset saintifik adalah memaksimalkan objektivitas berbagai temuan yang dilaporkan. Objektivitas berarti berdasarkan berbagai fakta yang dapat dibuktikan (Oxford Advanced Genie, 2002).

### **MENGAPA RISET BISNIS ITU PENTING?**

Sekarang timbul pertanyaan baru, mengapa riset bisnis itu begitu penting? Setidaknya, terdapat 6 (enam) alasan untuk menjawab pertanyaan tersebut. Riset bisnis penting karena untuk

**1. Menemukan berbagai masalah dan isu hari lepas hari (*day-to-day*)**

Melalui riset, para pebisnis dapat menemukan berbagai masalah dan isu hari lepas hari, sehingga dapat menerjemahkan temuan riset ke dalam berbagai aplikasi praktis yang konstruktif dalam berbagai tatanan organisasional (Saal & Knight, 1995: 24).

**2. Menemukan berbagai fakta**

Collins (2001) menyatakan bahwa fakta jauh lebih penting daripada mimpi. Biarlah melalui riset, kebenaran dinyatakan. Dengan demikian, para pebisnis mengetahui secara tepat kondisi sebenarnya yang sedang dihadapi organisasi.

**3. Menemukan berbagai alternatif solusi untuk pengambilan keputusan strategis**

Terdapat banyak dan beragam masalah dalam bisnis pemanufakturan dan servis yang harus dipecahkan (Saal & Knight, 1995: 24). Riset terapan bisnis mampu memetakan dan memberikan informasi atas berbagai serta beragam masalah dan isu yang sedang dihadapi organisasi secara akurat. Dengan demikian, hasil riset akan mampu menawarkan berbagai alternatif solusi terhadap banyak dan beragam masalah bisnis tersebut.

**4. Menguji suatu riset awal (*a previous research*) dan/atau teori yang sudah mapan (*an established theory*)**

Riset menggunakan metoda observasi telah dilakukan oleh manusia sejak awal peradaban, meskipun belum dalam bentuk tertulis (lihat Alkitab pada Kejadian 1:18-20). Banyak riset yang telah dilakukan oleh para peneliti terdahulu, bahkan berbagai temuan serupa akhirnya berkembang menjadi teori yang mapan. Namun demikian, berbagai temuan riset terdahulu dan/atau teori yang sudah mapan pun harus diuji kembali, yang biasanya dinyatakan dalam suatu hipotesis atau hipotesis-hipotesis. Tujuannya adalah untuk memastikan bahwa temuan studi sebelumnya dan/atau teori yang

sudah mapan tersebut masih relevan dan dapat digunakan atau diterapkan pada masa kini.

**5. Memperkuat temuan studi sebelumnya dan/atau teori yang sudah mapan**

Jika suatu riset bisnis untuk menguji suatu temuan studi sebelumnya dan/atau teori yang sudah mapan dikonfirmasi atau hipotesis didukung, maka temuan riset ini akan mengintegrasikan hipotesis ke dalam temuan studi sebelumnya dan/atau teori yang sudah mapan (McGuigan dalam Saal & Knight, 1995: 25). Dengan demikian, riset bisnis ini akan memperkuat temuan riset sebelumnya dan/atau memperkuat teori yang sudah mapan menjadi lebih mapan.

**6. Membangun suatu teori atau teori baru**

Berdasarkan konfirmasi berbagai temuan riset serupa maka dapat membangun suatu teori atau teori baru yang mampu memberikan kontribusi terhadap penjelasan lebih lanjut atas masalah yang teridentifikasi dan menawarkan solusi berdasarkan data atau temuan riset (McGuigan dalam Saal & Knight, 1995: 25).

**BERBAGAI KARAKTERISTIK DAN TUJUAN RISET BISNIS**

Saal dan Knight (1995: 25) menjelaskan berbagai karakteristik penting suatu riset saintifik, dalam riset bisnis juga berlaku, yakni:

- 1. Mengoreksi-diri (*self-correcting*).** Pemeriksaan-pemeriksaan terus dilakukan di setiap langkah riset untuk mendapatkan pengetahuan saintifik.
- 2. Empiris (*empirical*).** Berbagai keyakinan (*beliefs*), *attitudes*, dan persepsi secara hati-hati diverifikasi dengan membandingkan realitas objektif.
- 3. Terbuka inspeksi publik (*open to public inspection*).** Para peneliti lain dapat melakukan replikasi berbagai prosedur saintifik dan membandingkan berbagai temuannya dengan suatu hipotesis yang diinvestigasi atau diuji.

**4. Objektif dan berbasis statistik (*objective and statistically based*).**

Data dikumpulkan dengan cara yang relatif tidak bias, dan hasil-hasil temuan diterima dengan tingkat-tingkat kepercayaan (*levels of confidence*) tertentu.

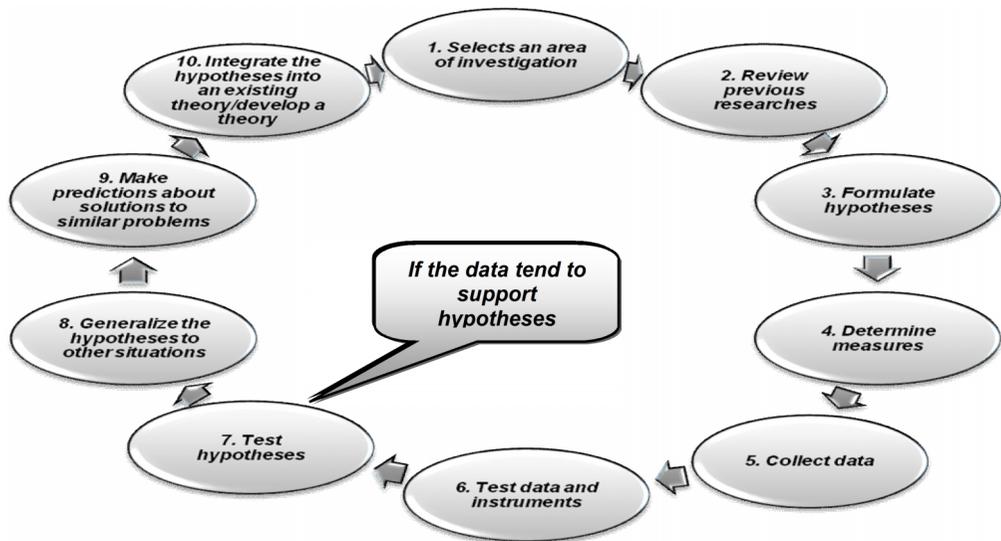
**5. Terkendali dan sistematis (*controlled and systematic*).** Para peneliti berusaha keras mengendalikan secara sistematis dengan menempatkan diri untuk tidak meyakini atau sepaham terhadap alternatif berbagai hipotesis dan penjelasan hingga berbagai hasil riset ditemukan.

Setelah berbagai karakteristik penting riset bisnis dibahas, maka akan dijelaskan 3 (tiga) tujuan utama riset bisnis, yakni (Wexley & Yukl dalam Saal & Knight, 2005: 25):

- 1. Menguji hipotesis-hipotesis.** Berbagai proposisi tentatif tentang hubungan-hubungan di antara berbagai fenomena dievaluasi dalam suatu standar observasi-observasi empiris.
- 2. Membangun berbagai teori.** Berbagai rerangka (*frameworks*) konseptual untuk mengorganisasi dan menjelaskan berbagai observasi empiris dapat juga memberikan masukan/saran berbagai hipotesis baru dan panduan riset mendatang.
- 3. Memfasilitasi penjelasan, pemahaman, prediksi, dan perubahan.** Hanya melalui penjelasan dan pemahaman para pebisnis berharap untuk menyelesaikan berbagai masalah organisasional secara efisien dan tepat.

## **LANGKAH-LANGKAH UTAMA MELAKUKAN RISET BISNIS**

Pada Gambar 1.1 berikut ini tampak terdapat 10 (sepuluh) langkah utama dalam melakukan suatu riset bisnis (Saal & Knight, 1995: 25; Sekaran & Bougie, 2010: 24).



Sumber: Dimodifikasi dari Saal dan Knight (1995: 25).

**Gambar 1.1**

### **Langkah-langkah Utama Riset Bisnis**

#### **1. Memilih dan menentukan satu bidang investigasi atau penyelidikan dan memformulasikan suatu masalah untuk diteliti**

Misalnya, sebagai contoh pada Organisasi X, bidang yang akan diinvestigasi adalah pengembangan sumber daya insani tentang kepuasan kerja. Selanjutnya, masalah yang diformulasikan adalah *“faktor-faktor apa yang memengaruhi kepuasan kerja karyawan pada Organisasi X?”*

#### **2. Melakukan telaah (review) riset-riset terdahulu**

Sebelum melakukan telaah literatur, peneliti dapat bertanya kepada beberapa orang karyawan Organisasi X atau sumber-sumber lain yang relevan, seperti dosen pembimbing. Tujuan bertanya kepada beberapa orang karyawan dan sumber-sumber lain yang relevan adalah untuk mengumpulkan informasi atas apa yang terjadi dan mengapa. Selanjutnya, telaah literatur (berbagai artikel dalam jurnal dan buku teks) akan jauh lebih mudah, karena peneliti sudah memiliki informasi awal

tentang kepuasan kerja. Dengan demikian, peneliti dapat mengembangkan suatu pernyataan masalah spesifik dalam hipotesis-hipotesis.

Sebagai contoh, setelah melakukan investigasi kepada beberapa orang karyawan, sumber-sumber lain yang relevan, dan telaah literatur. Diduga dan ditemukan terdapat beberapa faktor yang memengaruhi kepuasan kerja, yaitu: kepuasan gaji, konflik peran, ambiguitas peran, otonomi, dan kondisi kerja. Peneliti ingin membatasi studinya dan hanya ingin memfokuskan pada 2 (dua) faktor saja yang memengaruhi kepuasan kerja, yakni: kepuasan gaji dan ambiguitas peran. Berdasarkan temuan beberapa studi (Lum *et al.*, 1998; Rivai, 2001; Sunjoyo, 2002; Sunjoyo & Kuslina, 2008) bahwa kepuasan gaji memengaruhi kepuasan kerja secara positif. Selain itu, juga ditemukan bahwa ambiguitas peran memengaruhi kepuasan kerja secara negatif (Brown & Peterson, 1993; Johnston *et al.*, 1990; Sunjoyo, 2002).

### **3. Memformulasikan atau mengembangkan hipotesis-hipotesis**

Hipotesis dibangun berdasarkan telaah literatur (teori yang sudah mapan) atau berbagai temuan studi sebelumnya. Tanpa teori dan temuan studi sebelumnya, hipotesis tidak dapat dirumuskan. Jika tanpa teori dan temuan studi sebelumnya, apakah riset tetap dapat dilakukan? Ya, pasti tetap dapat dilakukan, tetapi pernyataan masalah spesifiknya bukan dalam rancangan hipotesis, tetapi pertanyaan riset (*research question*), proposisi (*proposition*), atau *prostate* – karena merupakan studi eksploratori (*exploratory study*)<sup>3</sup> yang belum ada teori dan studi sebelumnya.

---

<sup>3</sup>Studi eksploratori merupakan penelitian awal atau penelitian yang dilakukan ketika terdapatnya kesenjangan dan kita tidak mengetahui banyak hal tentang suatu situasi tertentu, atau tanpa informasi yang tersedia tentang bagaimana masalah serupa atau isu-isu riset telah dipecahkan di masa lampau (Cooper &

Sekaran dan Bougie (2010: 25) menyatakan bahwa suatu hipotesis saintifik harus memenuhi 2 (dua) persyaratan. *Pertama*, hipotesis harus dapat diuji (*testable*). *Kedua*, hipotesis harus terdapat kemungkinan salah (*falsifiable*). Kedua persyaratan hipotesis saintifik tersebut harus dipenuhi, sehingga peneliti harus memberikan jaminan bahwa terdapat atau tersedia alat uji hipotesis dan sangat memungkinkan bahwa hipotesis tidak didukung atau ditolak.

Dengan demikian, berdasarkan temuan beberapa studi (Brown & Peterson, 1993; Johnston *et al.*, 1990; Lum *et al.*, 1998; Rivai, 2001; Sunjoyo, 2002; Sunjoyo & Kuslina, 2008) pada Langkah 2 di atas, maka hipotesis yang dapat dikembangkan adalah sebagai berikut:

*Hipotesis 1: Kepuasan gaji memengaruhi kepuasan kerja secara positif.*

*Hipotesis 2: Ambiguitas peran memengaruhi kepuasan kerja secara negatif.*

#### **4. Menentukan pengukuran-pengukuran**

Untuk menguji kedua hipotesis di atas, peneliti perlu melakukan operasionalisasi variabel atau konstruk – kepuasan gaji, ambiguitas peran, dan kepuasan kerja. Berikut ini akan diberikan contoh praktis melakukan operasionalisasi ketiga konstruk tersebut.

***Kepuasan gaji.*** Kepuasan gaji diukur dengan 5 (lima) butir pertanyaan yang diadaptasi dari studi Sverke *et al.* (2000) dengan koefisien *Cronbach's alpha* sebesar 0,72. Rentang pilihan tanggapan kepuasan gaji menggunakan skala *Likert* dari 1 (sangat tidak setuju) hingga 5 (sangat setuju).

---

Schindler, 2001: 139; Sekaran, 2000: 123). Biasanya teori dalam riset ini belum mapan dan tanpa panduan yang jelas sehingga acuan riset ini menggunakan berbagai pertanyaan riset (*research questions*), prostulat (*prostulates*), dan proposisi (*propositions*).

**Ambiguitas peran.** Ambiguitas peran diukur dengan 4 (empat) butir pertanyaan yang diadaptasi dari beberapa studi (Caplan, 1971; Rizzo *et al.*, 1970; Pujisari, 2001). Koefisien koefisien *Cronbach's alpha* sebesar 0,718 dihasilkan oleh studi Pujisari (2001). Rentang pilihan tanggapan ambiguitas peran menggunakan skala *Likert* dari 1 (sangat tidak setuju) hingga 5 (sangat setuju).

**Kepuasan kerja.** Kepuasan kerja diukur dengan 5 (lima) butir pertanyaan yang diadaptasi dari studi Lindholm (2000) dengan koefisien *Cronbach's alpha* sebesar 0,7204. Rentang pilihan tanggapan kepuasan gaji menggunakan skala *Likert* dari 1 (sangat tidak setuju) hingga 5 (sangat setuju).

Selain itu, peneliti dapat juga mempertimbangkan beberapa variabel kontrol yang diduga memiliki hubungan erat dengan variabel utama penelitian di atas (kepuasan gaji, ambiguitas peran, dan kepuasan kerja) dan dapat dijelaskan secara logis. Misalnya, variabel kontrol jenis kelamin, usia, jabatan, dan jumlah anak.

## **5. Mengumpulkan data**

Biasanya, data riset dapat diperoleh dengan 2 (dua) cara utama. *Pertama*, data primer (*primary data*). Data primer dalam riset bisnis umumnya dikumpulkan dari jawaban atas pertanyaan-pertanyaan terstruktur (kuantitatif), serta wawancara, pertanyaan terbuka dalam suatu kuesioner, dan/atau melalui pengamatan (kualitatif) (Sekaran & Bougie, 2010: 3). *Kedua*, data sekunder (*secondary data*). Data sekunder biasanya diperoleh dari perusahaan, industri, badan-badan tertentu yang sengaja mengarsipkan data dan informasi (Sekaran & Bougie, 2010: 3). Pada dasarnya, data atau informasi yang dikumpulkan harus berdasarkan tujuan riset serta yang relevan dengan hipotesis-hipotesis yang dikembangkan (Langkah ke-3) dan operasionalisasi variabel (Langkah ke-4).

## **6. Menguji data dan instrumen**

Pengujian data bertujuan memberikan jaminan bahwa data yang digunakan memenuhi asumsi normalitas (*normality*), serta data terbebas dari asumsi-asumsi klasik statistik lainnya, baik itu multikolinieritas (*multicollinearity*), otokorelasi (*autocorrelation*), dan homoskedastisitas (*homoscedastisity*). Pengujian instrumen bertujuan untuk memastikan bahwa instrumen yang digunakan memiliki keabsahan (*validity*) dan keandalan (*reliability*) yang memadai. Pengujian data dan instrumen akan dikupas secara mendalam pada bab selanjutnya

## **7. Menguji hipotesis-hipotesis**

Pengujian hipotesis-hipotesis bertujuan untuk melakukan konfrontasi antara teori yang mapan (atau temuan riset terdahulu) dan data empiris – konfrontasi tersebut dilakukan dengan menggunakan berbagai analisis statistik (Saal & Knight, 1995: 25). Hipotesis-hipotesis yang dikembangkan dalam riset tidak selalu didukung atau tidak ditolak. Bisa saja, hipotesis-hipotesis yang diuji ternyata tidak didukung atau ditolak. Tidak ada masalah sama sekali, apakah hipotesis didukung atau tidak didukung, yang penting adalah terdapat penjelasan konseptual dan logis yang kuat atas berbagai temuan studi.

***Jika hipotesis-hipotesis didukung atau data cenderung mendukung hipotesis, maka peneliti bisa melanjutkan langkah-langkah berikutnya (Langkah ke-8, ke-9, dan ke-10).***

## **8. Melakukan generalisasi hipotesis-hipotesis pada berbagai situasi lain**

Generalisasi tersebut tentunya hanya dapat dilakukan dalam konteks atau sebatas keluasan dan kedalaman hasil temuan studi tersebut, serta berbagai temuan riset lain yang relevan.

### **9. Membuat berbagai prediksi tentang solusi-solusi terhadap berbagai masalah serupa**

Peneliti memberikan usulan berbagai alternatif solusi terhadap berbagai masalah serupa yang bertujuan untuk membantu organisasi dan/atau pihak manajemen organisasi dalam pengambilan berbagai keputusan strategis secara akurat.

### **10. Mengintegrasikan berbagai hipotesis ke dalam suatu teori yang mapan dan/atau mengembangkan suatu teori**

Peneliti dapat mengintegrasikan temuan riset atau hipotesis yang didukung ke dalam suatu teori yang mapan dan/atau mengembangkan suatu teori. Biasanya, peneliti menyatakan bahwa temuan studi ini mengkonfirmasi temuan-temuan sebelumnya... atau mendukung teori... atau mengembangkan teori...

## **BERBAGAI PRINSIP ETIS UMUM BAGI SEORANG PENELITI**

Bagian terakhir dari bab ini akan memberikan berbagai prinsip etis bagi seorang peneliti. *American Psychologist Association* (APA) menetapkan sederetan prinsip etis umum bagi seorang peneliti adalah sebagai berikut (Saal & Knight, 1995: 39):

- 1. Kompeten.** Seorang peneliti harus kompeten (*competent*) atau setidaknya didampingi atau dibimbing oleh seorang yang kompeten dalam memahami konsep dan mampu melakukan riset secara benar, termasuk berbagai teknik/metoda riset. Kompetensi terdiri atas bauran dari sifat-sifat personalitas (*personality traits or attitudes*), pengalaman (*experiences*), pengetahuan (*knowledge*), dan keterampilan (*skills*) (Cummings & Worley, 2005).
- 2. Integritas.** Peneliti harus memiliki integritas (*integrity*) dan kredibilitas (*credibility*) dalam melakukan suatu riset. Artinya, dalam melakukan riset, peneliti melakukan apa yang dinyatakan (*walk the talk*), jujur (*honest*), adil (*fair*), hormat terhadap hak dan kebutuhan orang lain

*(respect others' right and needs)*, serta tidak plagiarisme (*no plagiarism*).

3. **Profesional dan bertanggungjawab secara saintifik.** Seorang peneliti harus profesional dan bertanggung jawab secara saintifik (*professional and scientific responsibility*). Artinya, peneliti harus memiliki standar moral dan etika (*moral standards and ethics*).
4. **Hormat pada hak dan harga diri orang.** Seorang peneliti harus menghormati hak dan harga diri orang (*respect for people's right and dignity*). Artinya, peneliti harus menjaga *privacy*, kerahasiaan (*confidentiality*), kebebasan atau hak orang untuk memutuskan sendiri (*self-determination*), serta otonomi dan sensitif terhadap berbagai perbedaan cultural, individual, dan peran (*autonomy and sensitive to cultural, individual, and role differences*).
5. **Perhatian pada kesejahteraan orang lain.** Peneliti harus memperhatikan kesejahteraan orang lain (*concern for others' welfare*). Artinya, peneliti harus memiliki sensitivitas terhadap berbagai perbedaan otoritas (*sensitive to differences in power*), baik terhadap diri mereka sendiri maupun orang lain (*themselves and others*).
6. **Tanggung jawab sosial.** Peneliti harus memiliki tanggung jawab sosial (*social responsibility*) atau bertanggung jawab kepada masyarakat atas riset yang dilakukan. Artinya, peneliti harus memberikan kontribusi terhadap kesejahteraan insani dan menaati hukum yang berlaku (*contribute to human welfare and obey the law*).

## REFERENSI

- Brown, S. P., & Peterson, R. A. (1993). Antecedents and consequences of salesperson job satisfaction: Meta-analysis and assessment of causal effects. *Journal of Marketing Research*, 30:63-77.
- Caplan, R. D. (1971). *Organizational stress and individual strain: A Social-Psychological study of risk factors in coronary heart diseases among administrators, engineers, and scientists*. Michigan: Institute for

- Social Research, University of Michigan, University of Microfilms, No 72/14822. Ann Arbor.
- Collins, J. (2001). *Good to great: Why some companies make the leap... and others don't*. NY: HarperCollins Publishers Inc.
- Cooper, D. R. & Schindler, P. S. (2001). *Business research methods*. 7<sup>th</sup> Edition. Singapore: McGraw-Hill International Editions.
- Cummings, T. G. & Worley, C. G. (2005). *Organization development and change*. 8<sup>th</sup> Edition. USA: Thomson, South-Western.
- Greenberg, J. & Baron, R. A. (2000). *Behavior in organizations*. 7<sup>th</sup> Edition. Upper Saddle River, NJ: Prentice-Hall, Inc.
- Johnston, M. W., Parasuraman, A., Futrell, C. M., & Black, W. C. (1990). A longitudinal assessment of the impact of selected organizational influences on salespeople's organizational commitment during early employment. *Journal of Marketing Research*, 27 (3): 333-344.
- Lindholm, N. (2000). Nasional culture and performance management in MNC Subsidiaries. *International Studies of Management & Organizational*, 29 (4): 45-66.
- Lum, L., Kervin, J., Clark, K., Reid, F. & Sirola, W. (1998). Explaining nursing turnover intention: Job satisfaction, pay satisfaction, or organizational commitment? *Journal of Organizational Behavior*, 19: 305-320.
- Maxwell, J. C. (1993). *Developing the leader within you*. Nashville, Tennessee: Thomas Nelson, Inc.
- Oxford Advanced Genie (2002). Oxford advanced learner's dictionary of current English [software]. NY: Oxford University Press.
- Pujisari, Y. (2001). Pengaruh jenis kelamin dan peran jenis terhadap kepuasan kerja, stres kerja, dan keinginan berpindah. Tesis Magister Sains yang tidak dipublikasikan. Yogyakarta: Universitas Gadjah Mada.
- Rivai, H. A. (2001). Pengaruh kepuasan gaji, kepuasan kerja, dan komitmen organisasional terhadap intensi keluar. Tesis Magister Sains yang tidak dipublikasikan. Yogyakarta: Universitas Gadjah Mada.
- Rizzo, J. R., House, R. J., & Lirtzman, S. I. (1970). Role conflict and ambiguity in complex organizations. *Administrative Science Quarterly*, 15 (2): 150-163.
- Sekaran, U. (2000). *Research methods for business: A skill-building approach*. 3<sup>rd</sup> Edition. NY: John Wiley & Sons, Inc.
- Sekaran, U & Bougie, R. (2010). *Research methods for business: A skill building approach*. 5<sup>th</sup> Edition. UK: John Willey & Sons, Ltd.
- Sunjoyo (2002). Pengaruh kepuasan gaji, konflik peran, ambiguitas peran, kepuasan kerja, dan komitmen organisasional terhadap turnover intention. Tesis Magister Sains yang tidak dipublikasikan. Yogyakarta: Universitas Gadjah Mada.
- Sunjoyo (2010). The impacts of leadership styles, conflict management, and intuitive skill on leading change. *Proceedings of International*

- Seminar and Conference (ISC) 2010*. Jakarta: Faculty of Economics, Jakarta State University, 41.
- Sunjoyo & Kuslina, B. H. (2008). Antecedents kepuasan kerja. *Proceedings of National Symposium of Economy and Business Research, Catholic Higher Education Association (APTIK) 2008*, 167-186.
- Sverke, M., Gallagher, D.C., & Hellgren, J. (2000). Alternative work arrangements: Job stress, well being, and work attitudes among employee with different employment contracts. Dalam Isakson, K. *et al. (Eds.). Health Effects of the New Labor Market*. NY: Kluwer Academic/Plenum Publisher, 85-101.