

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
PERSETUJUAN SKRIPSI	ii
PENGESAHAN KELULUSAN UJIAN	iii
PERNYATAAN ORIGINALITAS SKRIPSI.....	iv
MOTTO DAN PERSEMBAHAN.....	v
ABSTRACT	vi
ABSTRAK	vii
KATA PENGANTAR	viii
DAFTAR ISI	xi
DAFTAR GAMBAR.....	xiv
DAFTAR TABEL	xv
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Rumusan Masalah	10
1.3 Tujuan Penelitian.....	15
1.4 Kegunaan Penelitian	16
1.5 Sistematika Penelitian.....	16
BAB II TELAAH PUSTAKA.....	19
2.1 Landasan Teori.....	19
2.1.1 <i>Social Exchange Theory</i> (Teori Pertukaran Sosial).....	19
2.1.2 <i>Social Loafing</i>	22
2.1.3 <i>Task Visibility</i>	24
2.1.4 <i>Exchange Ideology</i>	25
2.2 Pengembangan Hipotesis	27
2.2.1 <i>Task Visibility</i> dan <i>Social Loafing</i>	27
2.2.2 <i>Exchange Ideology</i> dan <i>Social Loafing</i>	30
2.2.3 Efek Moderasi <i>Exchange Ideology</i>	33
2.3 Kerangka Penelitian.....	37
BAB III METODE PENELITIAN.....	38
3.1 Variabel Penelitian dan Definisi Operasional Variabel	38
3.1.1 Variabel Penelitian	38
3.1.2 Definisi Operasional Variabel.....	39
3.2 Populasi dan Sampel.....	42

3.2.1	Populasi Penelitian	42
3.3.2	Ukuran Sampel	42
3.3	Jenis dan Sumber Data.....	43
3.3.1	Jenis Data	43
3.3.2	Sumber Data.....	44
3.4	Metode Pengumpulan Data	44
3.4.1	Wawancara.....	44
3.4.2	Observasi.....	45
3.4.3	Kuesioner	46
3.4.4	Telaah Pustaka.....	49
3.5	Metode Analisis.....	49
3.5.1	Statistik Deskriptif.....	49
3.5.2	Data Outlier	50
3.5.3	Uji Validitas	51
3.5.4	Uji Reliabilitas.....	51
3.6	Pengujian Hipotesis	52
3.7	<i>Bootstrap Confidence Interval</i>	54
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN		57
4.1	<i>Pilot Test</i>	57
4.1.1	Uji Validitas	60
4.1.2	Uji Reliabilitas.....	61
4.2	Deskripsi Objek Penelitian.....	62
4.3	Deskriptif Variabel Penelitian.....	65
4.3.1	Variabel <i>Task Visibility</i>	67
4.3.2	Variabel <i>Exchange Ideology</i>	68
4.3.3	Variabel <i>Social Loafing</i>	69
4.4	<i>Data Outlier</i>	71
4.5	Uji Validitas dengan <i>Confirmatory Factor Analysis (CFA)</i>	71
4.6	Uji Reliabilitas.....	72
4.7	Pengujian Hipotesis	73
4.8	<i>Bootstrap Confidence Interval</i>	80

4.9	Interpretasi Hasil	81
4.9.1	Pengaruh <i>Task Visibility</i> terhadap <i>Social Loafing</i>	81
4.9.2	Pengaruh <i>Exchange Ideology</i> terhadap <i>Social Loafing</i>	83
4.9.3	Efek Tidak Langsung dari Interaksi antara <i>Task Visibility</i> dengan <i>Exchange Ideology</i> terhadap <i>Social Loafing</i>	86
BAB V PENUTUP		90
5.1	Simpulan	90
5.2	Keterbatasan Penelitian dan Saran untuk Penelitian yang Akan Datang	92
5.2.1	Keterbatasan Penelitian.....	92
5.2.2	Saran untuk Penelitian yang Akan Datang	93
5.3	Kontribusi untuk Penelitian yang Akan Datang.....	94
5.3.1	Implikasi Konseptual.....	94
5.3.2	Implikasi Managerial	95
DAFTAR PUSTAKA.....		98
LAMPIRAN		105