

BAB III

METODE PENELITIAN

A. Objek Penelitian

Penelitian dilakukan pada PT. Bank Rakyat Indonesia (Persero) Tbk Kantor Cabang Cianjur, dengan rencana penelitian selama empat bulan dimulai bulan April 2011 sampai dengan bulan Juli 2011, dengan alokasi waktu penelitian sebagai berikut:

Tabel 3.1
Jadwal Penelitian

| Uraian Kegiatan | Tahun 2011/minggu | | | | | | | | | | | | |
|--------------------------|-------------------|--|--|-----|--|--|------|--|--|------|--|--|--|
| | April | | | Mei | | | Juni | | | Juli | | | |
| Persiapan Penelitian | | | | | | | | | | | | | |
| Survei tempat Penelitian | | | | | | | | | | | | | |
| Pelaksanaan Penelitian | | | | | | | | | | | | | |
| Pengumpulan Data | | | | | | | | | | | | | |
| Penyusunan data | | | | | | | | | | | | | |
| Editing Akhir | | | | | | | | | | | | | |
| Penggandaan Tesis | | | | | | | | | | | | | |
| Sidang Tesis | | | | | | | | | | | | | |

B. Metode Penelitian

Dalam sebuah penelitian diperlukan adanya suatu metode atau pendekatan yang berguna untuk memecahkan masalah yang akan diteliti. Metode yang dapat dipergunakan untuk berhasilnya suatu penelitian adalah metode yang mempunyai kesesuaian dengan masalah penelitian, hal tersebut karena pada dasarnya metode merupakan cara yang dapat digunakan untuk memecahkan suatu permasalahan dalam penelitian.

Jenis penelitian ini yaitu penelitian deskriptif dan verifikatif maka metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah *survey explanatory*. Menurut Linger dalam Sugiyono (2006: 7) :

Metode survey yaitu metode penelitian yang dilakukan pada populasi besar maupun kecil, tetapi data yang dipelajari adalah data-data dari sample yang diambil dari populasi tersebut, sehingga ditemukan kejadian-kejadian relatif, distribusi, dan hubungan-hubungan antar variabel sosiologis maupun psikologis.

Sugiyono (2006: 11), penelitian deskriptif merupakan “penelitian yang bertujuan untuk memberikan gambaran dari variabel penelitian, sedangkan penelitian verifikatif bertujuan untuk mengecek kebenaran hasil penelitian”. Tujuan dari penelitian deskriptif ini untuk memperoleh gambaran variabel yang diteliti yaitu etika bisnis, tanggung jawab sosial perusahaan, dan kinerja organisasi. Secara vertifikatif, penelitian ini bertujuan untuk mengadakan penelitian sekaligus pengujian kebenaran dari hipotesis yang didasarkan pada data penelitian di lapangan dimana penelitian ini akan diuji. Adapun permasalahan yang akan diuji adalah apakah etika bisnis dan tanggung jawab sosial perusahaan berpengaruh terhadap kinerja organisasi bank.

C. Operasional Variabel Penelitian

Sesuai dengan permasalahan yang dipilih, yaitu pengaruh etika bisnis dan tanggung jawab sosial perusahaan terhadap kinerja organisasi, maka terdapat tiga variabel dalam penelitian ini, yaitu : Etika Bisnis (X_1) dan Tanggung Jawab Sosial Perusahaan (X_2) sebagai variabel independen/bebas, dan Kinerja Organisasi sebagai variabel dependen/terikat (Y).

Tabel 3.2
Operasional Variabel Penelitian

| Variabel | Konsep Variabel | Indikator | Ukuran | Skala |
|-----------------------------------|--|------------------------|--|--|
| Etika Bisnis (X ₁) | “Etika adalah sebuah refleksi kritis dan rasional mengenai nilai dan norma moral yang menentukan dan terwujud dalam sikap dan pola perilaku hidup manusia, baik secara pribadi maupun sebagai kelompok (Sonny Keraf,1998:10) | • Otonomi | <ul style="list-style-type: none"> • Mampu memberikan kemampuan dan sikap yang tepat dalam mengambil keputusan • Mampu bertindak berdasarkan kesadaran tentang apa yang dianggapnya baik untuk dilakukan | Ordinal (1,2) Ordinal (3,4) |
| | | • Kejujuran | <ul style="list-style-type: none"> • Mampu melakukan kejujuran dalam pemenuhan syarat-syarat perjanjian & kontrak • Mampu melakukan kejujuran dalam hubungan kerja intern dalam suatu perusahaan | Ordinal (5,6,7,8) Ordinal (9,10) |
| | | • Keadilan | <ul style="list-style-type: none"> • Mampu memberikan keadilan pada semua kalangan | Ordinal (11,12,13) |
| | | • Saling menguntungkan | <ul style="list-style-type: none"> • Semua pihak dalam perusahaan mampu berusaha saling menguntungkan • Mampu untuk tidak merugikan pihak lain | Ordinal (14) Ordinal (15) |
| | | • Integritas moral | <ul style="list-style-type: none"> • Mampu menjalankan bisnis dengan tetap menjaga nama baik perusahaannya • Mampu untuk tidak melakukan perbuatan tercela yang dapat merugikan citra perusahaannya • Mampu menjalankan bisnis dengan tetap menjaga nama baik relasinya | Ordinal (16,17) Ordinal (18,19) Ordinal (20) |
| | | • <i>Market Action</i> | <ul style="list-style-type: none"> • Tingkat penerimaan produk/jasa berdasarkan jumlah | Ordinal (1,2) |
| | CSR atau tanggung jawab sosial perusahaan adalah | • <i>Market Action</i> | • Tingkat penerimaan produk/jasa berdasarkan jumlah | Ordinal (1,2) |

| | | | | |
|---|---|--|---|---|
| Tanggung Jawab Sosial Perusahaan (X₂) | kewajiban suatu perusahaan harus menciptakan kesejahteraan dengan menghindari praktik hal yang buruk dengan meningkatkan aset sosial masyarakat. (Steiner dan Steiner, 2003:126) | | konsumen yang menggunakannya | Ordinal (3,4) |
| | | | <ul style="list-style-type: none"> • Tingkat kesesuaian tindakan umum perusahaan dengan etika bisnis • Mampu melakukan kepatuhan perusahaan terhadap peraturan negara | Ordinal (5,6,7) |
| | | <ul style="list-style-type: none"> • <i>Mandates actions</i> | <ul style="list-style-type: none"> • Tingkat penyerapan tenaga kerja • Tingkat kelengkapan info & keamanan produk | Ordinal (8, 9) Ordinal (10,11) |
| | | <ul style="list-style-type: none"> • <i>Voluntary Action</i> | <ul style="list-style-type: none"> • Mampu memberikan kepedulian terhadap kondisi sosial masyarakat • Mampu memberikan kepedulian perusahaan di bidang pendidikan • Tingkat ketepatan sasaran pemberian bantuan yang diberikan perusahaan • Tingkat frekuensi pemberian bantuan yang diberikan perusahaan | Ordinal (12,13,14) Ordinal (15,16) Ordinal (17) Ordinal (18) |
| Kinerja Organisasi (Y) | <i>Balanced Scorecard</i> adalah suatu kerangka kerja baru untuk mengintegrasikan berbagai ukuran yang diturunkan dari strategi perusahaan. <i>Balanced Scorecard</i> mencakup berbagai aktivitas penciptaan nilai yang dihasilkan oleh para partisipan perusahaan yang memiliki kemampuan motivasi tinggi. Sementara tetap memperhatikan kinerja jangka pendek, yaitu melalui perspektif finansial, <i>Balanced Scorecard</i> dengan jelas mengungkapkan berbagai hal yang | <ul style="list-style-type: none"> • Multidimensi • Seimbang • Bermuara pada sasaran keuangan | <ul style="list-style-type: none"> • Tingkat kemampuan dalam memahami efisiensi pembiayaan perusahaan • Tingkat kemampuan dalam merancang kegiatan organisasi berbasis biaya • Tingkat kemampuan dalam memahami pengelolaan keuangan organisasi • Tingkat kemampuan dalam memahami laporan keuangan yang komprehensif • Tingkat kemampuan dalam menjalin kerjasama untuk menunjang pembiayaan operasional organisasi | Ordinal (1) Ordinal (2) Ordinal (3) Ordinal (4) Ordinal (5) |

| | | | |
|---|--|--|--|
| menjadi pendorong tercapainya kinerjanya dan kompetitif jangka panjang yang superior. (Kaplan dan Norton, 1996: | <ul style="list-style-type: none"> • Pertumbuhan pelanggan • Kepuasan pelanggan | <ul style="list-style-type: none"> • Tingkat pertumbuhan pelanggan • Tingkat kepuasan pelanggan | Ordinal (6,7) Ordinal (8,9) |
| | <ul style="list-style-type: none"> • Proses inovasi • Proses operasi • Layanan purna jual | <ul style="list-style-type: none"> • Mampu melakukan proses inovasi • Mampu melakukan proses operasi dengan baik • Mampu melakukan layanan purna jual | Ordinal (10,11) Ordinal (12,13) Ordinal (14) |
| | <ul style="list-style-type: none"> • Kapabilitas karyawan • Kapabilitas sistem informasi • Motivasi, pemberdayaan & keselarasan | <ul style="list-style-type: none"> • Tingkat kepuasan karyawan • Tingkat retensi pekerja • Tingkat pelatihan dan pengembangan karyawan • Tingkat kapabilitas sistem informasi • Tingkat pemberian motivasi yang diberikan perusahaan kepada karyawan • Tingkat komunikasi & pembelajaran | Ordinal (15,16) Ordinal (17) Ordinal (18) Ordinal (19) Ordinal (20,21,22) Ordinal (23,24) |
| | | | |

D. Jenis dan Sumber Data

Jenis data merupakan informasi tentang segala sesuatu yang berkaitan dengan variabel yang diteliti. Berdasarkan sumbernya, data dapat dibedakan menjadi dua, yaitu data primer dan data sekunder. Data primer adalah data yang diperoleh dari hasil penelitian langsung secara empirik kepada pelaku langsung atau yang terlibat langsung dengan menggunakan teknik pengumpulan data berupa observasi, wawancara maupun penyebaran kuesioner kepada sumber data.

Sedangkan data sekunder adalah data yang dikumpulkan atau hasil penelitian pihak lain. Sumber data adalah segala sesuatu yang dapat memberikan keterangan tentang data. Sumber data primer adalah pelaku langsung atau yang terlibat langsung dengan karakter yang diteliti. Sumber data sekunder adalah karakter hasil liputan pihak lain. Untuk memudahkan dan memperjelas jenis dan sumber data apa yang akan penulis kumpulkan maka disajikan di dalam sebuah tabel.

Tabel 3.3
Jenis dan Sumber Data

| Jenis Data | Sumber Data |
|---|-----------------------------|
| Profil perusahaan | Dokumentasi Bank |
| Struktur Organisasi | Dokumentasi Bank |
| Operasi kegiatan perusahaan | Wawancara dengan pihak Bank |
| Karakteristik Bank | Wawancara dengan pihak Bank |
| Tanggapan mengenai etika bisnis yang dilakukan oleh Bank | Karyawan Bank |
| Tanggapan mengenai tanggung jawab sosial perusahaan yang dilaksanakan oleh Bank | Karyawan Bank |
| Persepsi terhadap kinerja organisasi Bank | Karyawan Bank |

E. Penelitian Populasi

Keseluruhan dari karakteristik atau unit hasil pengukuran yang menjadi objek penelitian disebut populasi. Arikunto (2006:130) menyatakan bahwa “Populasi adalah keseluruhan subjek penelitian”. Riduwan (2003:7) mengemukakan bahwa “Populasi merupakan objek tertentu berkaitan dengan masalah penelitian”. Pengertian yang lebih spesifik diungkapkan oleh Sugiyono (2006:54) yang berpendapat bahwa “Populasi adalah wilayah generalisasi yang

terdiri atas objek/subjek yang mempunyai kuantitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya”.

Populasi dalam penelitian ini adalah karyawan Bank Rakyat Indonesia (BRI) kantor cabang Cianjur, dengan rincian sebagai berikut:

Tabel 3.4
Data Pegawai PT. Bank Rakyat Indonesia (Persero) Tbk Cabang Cianjur

| No | Jabatan | Jumlah |
|---------------|-----------------------------|-----------|
| 1. | Fungsi pemasaran | 18 |
| 2. | Fungsi bisnis mikro | 10 |
| 3. | Seksi layanan operasional | 8 |
| 4. | Seksi layanan kas | 11 |
| 5. | Seksi penunjang bisnis | 5 |
| 6. | Seksi penunjang operasional | 14 |
| Jumlah | | 66 |

Sumber : Bagian SDM/Personalia BRI, diolah penulis

Berdasarkan tabel di atas, dapat diketahui bahwa jumlah pegawai PT. Bank Rakyat Indonesia (Persero) Tbk Cabang Cianjur sebanyak 66 pegawai atau kurang dari 100, maka dalam penelitian ini jumlah pegawai dijadikan populasi penelitian. Hal ini sejalan dengan pendapat Arikunto (2006:130) yang mengemukakan bahwa:

Untuk sekedar acuan, maka apabila subjeknya kurang dari 100, lebih baik diambil semua sehingga penelitiannya adalah merupakan penelitian populasi, selanjutnya jika jumlah subjeknya besar dapat diambil antara 10% - 15% atau dengan 20% - 25%.

F. Teknik dan Alat Pengumpulan Data

1. Studi Kepustakaan

Untuk teknik pengumpulan data penunjang digunakan studi kepustakaan. Teknik studi kepustakaan digunakan untuk mengumpulkan landasan teoritis melalui berbagai literatur seperti sumber bacaan (buku), referensi, dokumen-dokumen, media cetak tertulis, dan beberapa situs internet yang memiliki relevansi dengan masalah penelitian sebagai landasan untuk mengolah data.

2. Wawancara

Riduwan (2006: 74) mengemukakan bahwa “wawancara adalah suatu cara pengumpulan data yang digunakan untuk memperoleh informasi langsung dari sumbernya”. Wawancara yang dilakukan dalam penelitian ini adalah dengan cara mengajukan pertanyaan langsung kepada sumber data yang ada di lokasi untuk mengidentifikasi permasalahan yang diteliti.

3. Angket

Angket yaitu teknik pengumpulan data dengan cara memberikan sejumlah pertanyaan atau pernyataan tertulis kepada responden yang bertujuan untuk memperoleh informasi mengenai permasalahan yang diteliti. Riduwan (2006: 71) mengemukakan bahwa “angket adalah daftar pertanyaan yang diberikan kepada orang lain yang bersedia memberikan respon (responden) sesuai dengan permintaan pengguna”.

Angket yang digunakan dalam penelitian ini adalah angket tertutup (angket berstruktur) artinya angket yang disajikan dalam bentuk sedemikian rupa sehingga responden diminta untuk memilih satu jawaban yang sesuai dengan

karakteristik dirinya dengan cara memberikan tanda silang (x) atau tanda *checklist* (√).

Angket yang digunakan dalam penelitian ini adalah dalam bentuk Skala Likert. Penyebaran angket dilakukan kepada karyawan PT. Bank Rakyat Indonesia (Persero) Tbk Cabang Cianjur sebanyak 66 pegawai.

Adapun langkah-langkah dalam menyusun angket adalah sebagai berikut:

- a) Menyusun objek respondennya
 - b) Menyusun kisi-kisi daftar pertanyaan/pernyataan angket
 - c) Merumuskan item-item pertanyaan dan alternatif jawaban
 - d) Menetapkan skala pemberian skor untuk setiap item pernyataan. Alat ukur yang digunakan dalam pemberian skor daftar pernyataan menggunakan Skala Likert dengan ukuran ordinal artinya yang diteliti mempunyai peringkat empat urutan: sangat merasakan, merasakan, kurang merasakan, dan tidak merasakan.
 - e) Melakukan Uji Coba Angket
- Sebelum pengumpulan data yang sebenarnya dilakukan angket yang akan digunakan terlebih dahulu diuji cobakan, pelaksanaan uji coba ini dimaksudkan untuk mengetahui kekurangan-kekurangan pada item angket.

G. Teknik Pengujian Data

1. Uji Validitas

Uji validitas dilakukan berkenaan dengan ketetapan alat ukur terhadap konsep yang diukur sehingga benar-benar mengukur apa yang seharusnya diukur.

Menurut Arikunto (2006:168) mengatakan bahwa: “Validitas adalah suatu ukuran yang menunjukkan tingkat-tingkat kevalidan atau kesahihan suatu instrumen”. Dalam validitas uji instrumen ini digunakan rumus *Product Momen*, adapun rumusnya sebagai berikut:

$$r_{xy} = \frac{n \cdot \sum XY - (\sum X)(\sum Y)}{\sqrt{\{n \sum X^2 - (\sum X)^2\} \{n \sum Y^2 - (\sum Y)^2\}}}$$

Keterangan:

r_{xy} = Koefisien Korelasi antara variabel X dan variabel Y

n = Jumlah responden

$\sum XY$ = Jumlah hasil kali skor X dan Y setiap responden

$\sum X$ = Jumlah skor X

$\sum Y$ = Jumlah skor Y

$(\sum X)^2$ = Kuadrat jumlah skor X

$(\sum Y)^2$ = Kuadrat jumlah skor Y

Kaidah keputusan = Jika $r_{hitung} > r_{kritis}$ berarti valid, sebaliknya

Jika $r_{hitung} < r_{kritis}$ berarti tidak valid

2. Uji Reliabilitas

Jika instrumen penelitian telah dinyatakan valid, selanjutnya reliabilitas tersebut diuji. Reliabilitas menunjuk pada suatu pengertian bahwa suatu instrumen cukup dapat dipercaya untuk dapat digunakan sebagai alat pengumpul data karena instrumen tersebut sudah baik (Arikunto, 2006:178). dengan langkah-langkah sebagai berikut:

$$\sigma^2 = \frac{\sum x^2 - \frac{(\sum x)^2}{N}}{N}$$

Keterangan :

σb^2 = Harga varian tiap butir pertanyaan

$\sum x^2$ = Jumlah kuadrat skor total

$(\sum x^2)$ = Kuadrat seluruh skor responden di setiap butir pertanyaan

N = Jumlah responden

Menghitung varian total (σ^2)

$$\sigma^2 = \frac{\sum y^2 \left(\frac{\sum y^2}{N} \right)}{N}$$

Keterangan :

σ^2 = Harga varian total

$\sum y^2$ = Jumlah kuadrat total

$(\sum x^2)$ = Jumlah kuadrat dari jumlah skor total

N = Jumlah responden

Menghitung reliabilitas angket dengan rumus alpha

$$r_{11} = \left(\frac{K}{K-1} \right) \left(\frac{1 - \sum \sigma b^2}{\sum \sigma^2} \right)$$

Keterangan :

r_{11} = Reliabilitas angket

K = Banyaknya butir pertanyaan

$\sum \sigma b^2$ = Harga varian butir pertanyaan

$\sum \sigma^2$ = Harga varian total

Selanjutnya untuk mengetahui koefisien korelasinya digunakan distribusi

(Tabel r) untuk $\alpha = 0,05$ atau $\alpha = 0,01$ dengan derajat kebebasan ($dk = n - 2$).

Kemudian membuat keputusan membandingkan r_{11} dengan r_{tabel} .

Kaidah keputusan = Jika $r_{11} > r_{tabel}$ berarti reliabel, sebaliknya

Jika $r_{11} < r_{tabel}$ berarti tidak reliabel

H. Teknik Analisis Data

1. Perhitungan Persentase

Perhitungan persentase digunakan untuk mengetahui gambaran variabel penelitian, melalui perhitungan frekuensi skor jawaban responden pada setiap alternatif jawaban angket, sehingga diperoleh persentase jawaban setiap alternatif jawaban dari skor data yang diperoleh.

Untuk mengklasifikasikan skor data yang diperoleh digunakan rumus Arikunto (1998:3554-356) dan Husein Umar (2003:225), sebagai berikut:

$$\text{Rentang Skor} = \frac{\text{Skor Tertinggi} - \text{Skor Terendah}}{\text{Jumlah Klasifikasi}}$$

Keterangan:

- Skor tertinggi = jumlah responden x bobot tertinggi x jumlah item
- Skor terendah = jumlah responden x bobot terendah x jumlah item
- Jumlah Skor = tertinggi (↑); terendah (↓).
- Rentang Klasifikasi = sangat tinggi (5); tinggi (4); cukup (3); rendah (2); sangat rendah (1).

2. Uji Persyaratan Pengolahan Data

Uji persyaratan pengolahan data untuk uji hipotesis meliputi uji normalitas dan linieritas.

Tujuan dari dilakukannya uji normalitas data adalah untuk mengetahui apakah suatu variabel normal atau tidak. Dalam uji normalitas data, penulis menggunakan Kolmogorov Smirnov, data dapat dikatakan normal jika nilai *Sig* atau signifikansi atau nilai probabilitas > 0,05.

Uji linieritas, dilakukan untuk mengetahui apakah hubungan antara variabel terikat dengan masing-masing variabel bebas bersifat linier. Uji linieritas dilakukan dengan uji kelinieran regresi (Sudjana, 1992 : 466). Pengolahan data untuk uji normalitas dan uji linieritas dibantu dengan menggunakan SPSS 18.

3. Analisis Korelasi Sederhana

a) Korelasi Sederhana

Analisis korelasi yaitu teknik untuk menentukan keeratan hubungan variabel independen (X_1 dan X_2) dengan variabel dependen (Y). Penentuan Koefisien Korelasi ini dilakukan dengan menggunakan rumus korelasi *Pearson Product Moment* (Sugiyono, 2006: 182) dengan rumus sebagai berikut:

$$r_{xy} = \frac{n(\sum xy) - (\sum X)(\sum Y)}{\sqrt{\{n \cdot \sum X^2 - (\sum X)^2\} \cdot \{n \cdot \sum Y^2 - (\sum Y)^2\}}}$$

Dimana:

- r = Koefisien Korelasi *Pearson Product Moment*
- n = Banyaknya sampel yang diobservasi
- X = Etika Bisnis dan Tanggung Jawab Sosial Perusahaan
- Y = Kinerja Organisasi

Korelasi PPM dilambangkan dengan (r) dengan ketentuan nilai r tidak lebih dari harga ($-1 \leq r \leq +1$). Apabila nilai $r = -1$ artinya korelasinya negatif

sempurna; $r = 0$ artinya tidak ada korelasi; dan $r = 1$ berarti korelasinya sangat kuat. Sedangkan arti harga r akan diinterpretasikan dengan tabel di bawah ini:

Tabel 3.5
Interpretasi Koefisien Korelasi

| Interval Korelasi | Tingkat Hubungan |
|-------------------|------------------|
| 0,00 – 0,199 | Sangat rendah |
| 0,20 – 0,399 | Rendah |
| 0,40 – 0,599 | Sedang/Cukup |
| 0,60 – 0,799 | Kuat |
| 0,80 – 1,000 | Sangat Kuat |

Sumber: Sugiyono, 2006: 183

b) Korelasi Ganda

Sugiyono (2006: 190) Korelasi ganda berfungsi untuk mencari keeratan hubungan antara dua variabel bebas (X_1 dan X_2) atau lebih secara simultan (bersama-sama) dengan variabel terikat (Y), desain penelitian dan rumus korelasi ganda sebagai berikut:

$$R_{X_1X_2Y} = \sqrt{\frac{r^2 X_1Y + r^2 X_2Y - 2(rX_1Y).(rX_2Y).(rX_1X_2)}{1 - r^2 X_1X_2}}$$

Keterangan:

$R_{YX_1X_2}$ = korelasi antara variabel X_1 dengan X_2 secara bersama-sama dengan variabel Y

r_{YX_1} = korelasi product moment antara X_1 dengan Y

r_{YX_2} = korelasi product moment antara X_2 dengan Y

$r_{X_1X_2}$ = korelasi product moment antara X_1 dengan X_2

4. Regresi Ganda

Analisis regresi digunakan untuk mengetahui bagaimana variabel dependen dapat diprediksikan melalui variabel independen secara individual. Dampak dari penggunaan analisis regresi dapat digunakan untuk memutuskan apakah naik dan menurunnya variabel dependen dapat dilakukan melalui menaikkan dan menurunkan keadaan variabel independen atau untuk meningkatkan keadaan variabel dependen dapat dilakukan dengan meningkatkan variabel independen/dan sebaliknya.

Regresi ganda merupakan pengembangan dari analisis regresi sederhana, kegunaannya yaitu untuk memprediksikan/meramalkan nilai variabel terikat (Y) apabila variabel bebas minimal dua atau lebih. Dalam penelitian ini Analisis Regresi dihitung dengan menggunakan analisis regresi berganda, (Sugiyono, 2006: 2011) dengan rumus seperti di bawah ini:

$$Y = a + b_1X_1 + b_2X_2$$

Dimana :

- Y = Subjek variabel terikat yang diproyeksikan
- X = Variabel bebas yang mempunyai nilai tertentu untuk diprediksikan
- a = nilai konstanta harga Y jika X = 0
- b = Nilai arah sebagai penentu ramalan (prediksi) yang menunjukkan nilai peningkatan (+) atau penurunan (-) variabel Y

Rumus mencari nilai a dan nilai b sebagai berikut:

$$a = \frac{\sum Y - b \cdot \sum X}{n}$$

$$b = \frac{n \cdot \sum XY - \sum X \cdot \sum Y}{n \cdot \sum X^2 - (\sum X)^2}$$

5. Koefisien Determinasi (KD)

Koefisien determinasi digunakan untuk menyatakan besar kecilnya sumbangan variabel X_1 dan X_2 terhadap Y , sehingga diketahui besarnya persentase pengaruh variabel X_1 dan X_2 terhadap Y . Koefisien determinasi dapat diketahui dengan rumus yang dikemukakan Riduwan (2008: 136) yaitu:

$$KD = r^2 \times 100\%$$

Keterangan:

KD = koefisien Determinasi
 r = koefisien Korelasi
 100% = konstanta

6. Rancangan Pengujian Hipotesis

Uji hipotesis digunakan untuk uji signifikansi yang berfungsi untuk mencari makna hubungan variabel X_1 dan X_2 terhadap variabel Y . Pengujian ini untuk mengetahui apakah variabel etika bisnis dan tanggung jawab sosial perusahaan berpengaruh secara signifikan terhadap kinerja organisasi.

Hipotesis Parsial (uji t)

Dalam pengujian ini dilakukan dengan uji t (Sugiyono, 2006: 184) dengan rumus seperti di bawah ini:

$$t = \frac{r\sqrt{n-2}}{\sqrt{1-r^2}}$$

Keterangan :

t = distribusi student
 r = koefisien korelasi product moment
 n = banyaknya data

Harga t hitung selanjutnya dibandingkan dengan t tabel, untuk taraf kesalahan 0,05 dengan derajat kebebasan $dk (n-2)$ adalah:

Jika $t_{hitung} < t_{tabel}$, maka H_0 diterima dan H_a ditolak

Jika $t_{hitung} > t_{tabel}$, maka H_0 ditolak dan H_a diterima

Secara statistik, hipotesis yang akan diuji dalam rangka pengambilan keputusan penerimaan atau penolakan hipotesis dapat ditulis sebagai berikut:

1. Etika Bisnis

H_0 : artinya etika bisnis tidak berpengaruh signifikan terhadap kinerja organisasi.

H_a : artinya etika bisnis berpengaruh signifikan terhadap kinerja organisasi.

2. Tanggung Jawab Sosial Perusahaan

H_0 : artinya tanggung jawab sosial perusahaan tidak berpengaruh signifikan terhadap kinerja organisasi.

H_a : artinya tanggung jawab sosial perusahaan berpengaruh signifikan terhadap kinerja organisasi.