

## **BAB III**

### **OBJEK DAN METODE PENELITIAN**

#### **3.1 Objek Penelitian**

Penelitian ini dilakukan di Hotel Panorama Lembang dan Hotel Takashimaya. Objek penelitian terdiri dari tiga variabel, yakni Komunikasi Organisasi ( $X_1$ ) dan Gaya Kepemimpinan Situasional ( $X_2$ ) sebagai variabel independen, serta Komitmen Karyawan ( $Y$ ) sebagai variabel dependen.

#### **3.2 Metode dan Desain Penelitian**

##### **3.2.1 Metode Penelitian**

Menurut Sugiyono (2010:1) metode penelitian pada dasarnya merupakan cara ilmiah untuk mendapatkan data dengan tujuan dan kegunaan tertentu. Tujuan dari penetapan metode penelitian adalah untuk mengetahui langkah-langkah yang harus dilakukan sebagai pedoman dalam kegiatan penelitian.

Berdasarkan tingkat ekplanasi atau penjelasan, metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode penelitian deskriptif, yakni penelitian yang dilakukan untuk mengetahui nilai variabel mandiri, baik satu variabel atau lebih tanpa membuat perbandingan dengan variabel lain (Sugiyono, 2010:11). Dari definisi tersebut dapat disimpulkan bahwa penggunaan metode deskriptif dalam penelitian ini adalah untuk mengetahui gambaran komunikasi organisasi, gaya kepemimpinan situasional serta komitmen karyawan di Hotel Panorama Lembang dan Hotel Takashimaya.

Sedangkan berdasarkan tujuan, penelitian ini menggunakan metode verifikatif, yakni penelitian yang pada dasarnya ingin menguji kebenaran hipotesis melalui pengumpulan data lapangan. Pengujian hipotesis dilakukan dengan menggunakan perhitungan-perhitungan statistik. Dari pernyataan tersebut dapat disimpulkan bahwa penelitian ini bertujuan untuk menguji sejauh mana pengaruh komunikasi organisasi dan gaya kepemimpinan situasional terhadap komitmen karyawan di Hotel Panorama Lembang dan Hotel Takashimaya.

Jika dilihat dari metode yang digunakan untuk pengumpulan data, maka penelitian ini termasuk kedalam metode penelitian survei, yakni penelitian yang dilakukan pada populasi besar maupun kecil, tetapi data yang dipelajari adalah data dari sampel yang diambil dari populasi tersebut, sehingga ditemukan kejadian-kejadian relatif, distributif, dan hubungan-hubungan antar variabel sosiologis maupun psikologis (Kerlinger dalam Sugiyono, 2010:7).

Teknik pengumpulan data dilakukan dengan metode observasi terstruktur, yakni observasi yang telah dirancang secara sistematis, tentang apa yang akan diamati, kapan dan dimana tempatnya (Sugiyono, 2010:167).

Sementara itu, jika dilihat dari waktu pelaksanaan penelitian yang dilakukan dalam kurun waktu yang singkat yakni kurang dari satu tahun, maka penelitian ini menggunakan metode *cross sectional method*, yaitu “metode penelitian dengan cara memperbaiki objek dalam kurun waktu tertentu/tidak berkesinambungan dalam jangka waktu panjang”. (Husain Umar, 2001:45)

### 3.2.2 Desain Penelitian

Desain penelitian diartikan sebagai rencana, struktur dan strategi yang dibuat agar peneliti mampu menjawab pertanyaan dengan efektif dan efisien.

Sebagai rencana dan struktur, desain penelitian merupakan penjelasan secara rinci tentang keseluruhan rencana penelitian mulai dari perumusan masalah, tujuan, gambaran hubungan antar variabel, perumusan hipotesis sampai rancangan analisis data yang dituangkan secara tertulis kedalam bentuk usulan atau proposal penelitian. Sedangkan sebagai strategi, desain penelitian merupakan penjelasan rinci tentang apa yang akan dilakukan peneliti dalam rangka pelaksanaan penelitian.

Berdasarkan tujuannya, desain penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah deskriptif verifikatif, yakni bertujuan untuk menggambarkan tingkat variabel  $X_1$ ,  $X_2$  dan  $Y$  serta bertujuan untuk menguji kebenaran hipotesis.

### 3.3 Operasionalisasi Variabel

Variabel penelitian merupakan suatu atribut atau sifat atau nilai dari orang, objek atau kegiatan yang mempunyai variasi tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya (Sugiyono, 2010:39).

Dalam penelitian ini variabel yang dikaji terdiri dari komunikasi organisasi ( $X_1$ ) dan gaya kepemimpinan situasional ( $X_2$ ) sebagai variabel bebas serta komitmen karyawan ( $Y$ ) sebagai variabel terikat. Untuk lebih jelasnya, operasionalisasi dari masing-masing variabel dapat dilihat dari tabel 3.1:

**Tabel 3.1**  
**Operasionalisasi Variabel**

Variabel	Sub Vairbel	Indikator	Ukuran	Skala
<p>Komunikasi Organisasi (<math>X_1</math>)</p> <p>komunikasi organisasi dapat didefinisikan sebagai pertunjukan dan penafsiran pesan di antara unit-unit komunikasi yang merupakan bagian dari organisasi tersebut.</p> <p><b>Wayne Peace dan Faules (2006:30)</b></p>	<p>1. Komunikasi Formal</p> <p>Komunikasi vertikal ke bawah (Informasi mengalir dari jabatan berotoritas tinggi kepada mereka yang berotoritas lebih rendah)</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Penyampaian kebijakan</li> <li>• Penyampaian peraturan</li> <li>• Penugasan.</li> <li>• Pemberian umpan balik mengenai kinerja karyawan.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Tingkat kejelasan dalam penyampaian kebijakan</li> <li>• Tingkat kejelasan penyampaian peraturan</li> <li>• Tingkat kejelasan dalam memberi tugas</li> <li>• Tingkat pemberian umpan balik mengenai kinerja karyawan</li> </ul>	Ordinal
	<p>Komunikasi vertikal ke atas (Informasi bergerak dari tingkat otoritas yang lebih rendah kepada otoritas yang lebih tinggi)</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Penerimaan laporan hasil kerja.</li> <li>• Penerimaan gagasan</li> <li>• Penerimaan informasi.</li> <li>• Penerimaan keluhan.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Tingkat penerimaan laporan hasil kerja.</li> <li>• Tingkat penerimaan gagasan</li> <li>• Tingkat penerimaan informasi.</li> <li>• Tingkat penerimaan keluhan.</li> </ul>	Ordinal
	<p>Komunikasi horizontal (Penyampaian informasi di antara rekan dalam unit kerja yang sama)</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Koordinasi dengan rekan kerja dalam satu departemen</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Tingkat koordinasi dengan rekan kerja dalam departemen yang sama</li> </ul>	Ordinal
	<p>Komunikasi lintas saluran (Informasi bergerak melewati batas-batas fungsional)</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Koordinasi dengan rekan kerja dalam departemen yang berbeda</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Tingkat koordinasi dengan rekan kerjadalam departemen yang berbeda</li> </ul>	Ordinal

	2. Komunikasi Informal  (Komunikasi tanpa mengindahkan posisi dalam organisasi)	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Desas-desus</li> <li>• Interaksi di luar jam kerja</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Tanggapan pimpinan terhadap desas-desus mengenai keadaan karyawan</li> <li>• Tingkat interaksi anggota perusahaan di luar jam kerja.</li> </ul>	
<p>Gaya Kepemimpinan Situasional(X<sub>2</sub>)</p> <p>“Gaya kepemimpinan situasional adalah suatu pendekatan terhadap kepemimpinan yang menyatakan bahwa pemimpin memahami perilaku, sifat-sifat, dan situasi bawahannya sebelum ia menggunakan suatu gaya kepemimpinan tertentu”.</p> <p><b>Hersey dan Blanchard, dalam Gibson et al., 1996:44)</b></p>	1. Mengatakan  (pemimpin mendefinisikan peranan yang dibutuhkan untuk melakukan tugas)	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Penyampaian tugas</li> <li>• Pemecahan masalah</li> <li>• Pembuatan keputusan</li> <li>• Pengawasan</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Tingkat kejelasan dalam penyampaian tugas</li> <li>• Tingkat pemecahan masalah yang dilakukan oleh pemimpin</li> <li>• Tingkat ketepatan dalam membuat keputusan</li> <li>• Tingkat pengawasan</li> </ul>	Ordinal
	2. Menjual  (pemimpin menyediakan instruksi terstruktur bagi pengikutnya, tetapi juga suportif)	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Komunikasi dua arah</li> <li>• Saran dari karyawan</li> <li>• Pengambilan risiko</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Tingkat efektivitas komunikasi dua arah</li> <li>• Tingkat penerimaan saran dari karyawan</li> <li>• Tingkat pengambilan risiko</li> </ul>	Ordinal
	3. Partisipasi  (pemimpin dan pengikut saling berbagi dalam keputusan)	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Pemberian dukungan</li> <li>• Pemberian pujian</li> <li>• Pemberian motivasi</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Tingkat pemberian dukungan</li> <li>• Tingkat pemberian pujian kepada karyawan</li> <li>• Tingkat pemberian motivasi</li> </ul>	Ordinal

	4. Mendelegasikan  (pemimpin menyediakan sedikit pengarahan secara seksama, spesifik, atau dukungan pribadi bagi bawahan)	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Pendelegasian tanggung jawab</li> <li>• Kepercayaan kepada karyawan</li> <li>• Diskusi mengenai masalah pekerjaan</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Tingkat ketepatan mendelegasikan tanggung jawab</li> <li>• Tingkat kepercayaan pimpinan kepada karyawan</li> <li>• Tingkat diskusi mengenai masalah pekerjaan</li> </ul>	Ordinal
<p>Komitmen karyawan (Y)</p> <p>Sikap yang merefleksikan loyalitas karyawan pada organisasi dan proses berkelanjutan di mana anggota organisasi mengekspresikan perhatiannya terhadap organisasi dan keberhasilan serta kemajuan yang berkelanjutan.</p> <p><b>Fred Luthans (2006:249)</b></p>	1. Komitmen Afektif  (komitmen yang terbentuk jika karyawan ingin menjadi bagian organisasi karena adanya ikatan emosional)	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Kepercayaan terhadap tujuan organisasi</li> <li>• Penerimaan terhadap nilai yang berlaku</li> <li>• Kesiapan untuk terlibat dalam aktivitas organisasi</li> <li>• Keinginan mempertahankan keanggotaan</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Tingkat Kepercayaan terhadap tujuan organisasi</li> <li>• Tingkat Penerimaan terhadap nilai yang berlaku</li> <li>• Tingkat kesiapan untuk terlibat dalam aktivitas organisasi</li> <li>• Tingkat keinginan mempertahankan keanggotaan</li> </ul>	Ordinal
	2. Komitmen Berkelanjutan  (komitmen yang muncul jika karyawan bertahan dalam organisasi karena membutuhkan keuntungan)	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Kesiapan menyelesaikan tugas diluar jam kerja</li> <li>• Kesiapan melaksanakan tugas sebaik mungkin</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Tingkat kesiapan menyelesaikan tugas diluar jam kerja</li> <li>• Tingkat kesiapan melaksanakan tugas sebaik mungkin</li> </ul>	Ordinal
	3. Komitmen Normatif  (komitmen yang timbul karena adanya kesadaran)	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Kesadaran akan hak sebagai karyawan</li> <li>• Kesadaran akan kewajiban sebagai karyawan</li> <li>• Keseriusan dalam menjaga citra perusahaan</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Tingkat kesadaran akan hak sebagai karyawan</li> <li>• Tingkat kesadaran akan kewajiban sebagai karyawan</li> <li>• Tingkat keseriusan dalam menjaga citra perusahaan</li> </ul>	Ordinal

		• Prioritas kepentingan	• Tingkat prioritas kepentingan organisasi	
--	--	----------------------------	--	--

### 3.4 Sumber Data

Sumber data adalah subjek dari mana data dapat diperoleh (Suharsimi Arikunto, 2002:107). Berdasarkan sumber data diperoleh, penelitian ini menggunakan data primer dan data sekunder. Data primer adalah data yang didapat langsung dari pihak yang bersangkutan dengan cara wawancara atau penyebaran angket. Sedangkan data sekunder adalah data tidak langsung yang merupakan data yang telah diperoleh hasil analisis pihak lain yang mencermati hal yang sama.

#### 3.4.1 Teknik Pengumpulan Data

Dalam penelitian ini data diperoleh dari tiga teknik pengumpulan data, yakni:

1. Wawancara, yakni pengumpulan data dengan mengadakan tanya jawab kepada objek penelitian.
2. Penelusuran literatur, yakni pengumpulan data dengan menggunakan sebagian atau seluruh data yang telah ada atau laporan dari peneliti sebelumnya.
3. Penggunaan kuesioner (angket), yakni pengumpulan data dengan menggunakan daftar pertanyaan terhadap objek penelitian. Prosedur pembuatan kuesioner adalah sebagai berikut:
  1. Menyusun kisi-kisi angket atau daftar pertanyaan
  2. Merumuskan item-item pertanyaan dan alternatif jawabannya. Jenis instrumen yang digunakan bersifat tertutup, yaitu karyawan hanya perlu

mengisi angket dengan jawaban yang telah disediakan dalam bentuk pilihan ganda.

- Menetapkan pemberian skor untuk setiap item pertanyaan. Pada penelitian ini, setiap jawaban responden dihitung dengan menggunakan skala likert. Kriteria untuk bobot nilai dalam skala likert sebagaimana yang tercantum dalam tabel 3.2:

**Tabel 3.2**  
**Kriteria Bobot Nilai Alternatif Jawaban Menurut Skala Likert**

Pilihan Jawaban	Bobot Pernyataan
sangat tinggi / sangat jelas / sangat tepat / sangat ketat / sangat baik / sangat siap / sangat penting	5
tinggi / jelas / tepat / ketat / baik / siap / penting	4
cukup tinggi / cukup jelas / cukup tepat / cukup ketat / cukup baik / cukup siap / cukup penting	3
rendah / tidak jelas / tidak tepat / tidak ketat / buruk / tidak siap / tidak penting	2
sangat rendah / sangat tidak jelas / sangat tidak tepat / sangat tidak ketat / sangat buruk / sangat tidak siap / sangat tidak penting	1

### 3.5 Pengujian Validitas dan Reliabilitas

Sebelum pengumpulan data dilakukan, instrumen pengumpul data, dalam hal ini angket harus layak dulu. Untuk itu, harus dilakukan uji kelayakan angket kepada 20 orang responden diluar sampel sasaran. Kelayakan instrumen ini diuji dengan menggunakan metode uji validitas dan reliabilitas.

#### 3.5.1 Pengujian Validitas

Pengujian validitas dilakukan dengan cara mengkorelasikan skor tiap butir dengan jumlah tiap skor butir. Tujuannya untuk mengetahui valid atau tidaknya instrumen yang digunakan sehingga dapat menghasilkan penelitian yang valid



atau sesuai dengan fakta. Rumus yang digunakan adalah korelasi *Product Moment*

(Sugiyono, 2010:212) sebagai berikut:

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

Di mana :

r	=	koefisien validitas item yang dicari
X	=	skor yang diperoleh dari subjek dalam tiap item
Y	=	skor total item instrumen
$\sum X$	=	jumlah skor dalam distribusi X
$\sum Y$	=	jumlah skor dalam distribusi Y
$\sum X^2$	=	jumlah kuadrat pada masing-masing skor X
$\sum Y^2$	=	jumlah kuadrat pada masing-masing skor Y
n	=	jumlah responden

Untuk menentukan valid tidaknya instrumen, korelasi (r) hasil perhitungan ( $r_{hitung}$ ) dibandingkan dengan korelasi pada tabel *product moment* ( $r_{tabel}$ ) dengan ketentuan sebagai berikut :

- Jika  $r_{hitung} \geq r_{tabel}$  maka instrumen valid dan dapat digunakan dalam penelitian.
- Jika  $r_{hitung} < r_{tabel}$  maka instrumen tidak valid sehingga tidak dapat digunakan dalam penelitian.

Pengujian validitas instrumen dilakukan terhadap 20 orang responden dengan taraf signifikansi 5% sehingga diperoleh  $r_{tabel}$  sebesar 0,468. Perhitungan validitas item instrumen dilakukan dengan bantuan program SPSS 17.0 *for windows*. Hasil dari perhitungan sebagaimana yang tercantum dalam tabel 3.3 hingga tabel 3.5 sebagai berikut :

**Tabel 3.3**  
**Hasil Uji Validitas Variabel Komunikasi Organisasi**

Bulir Pertanyaan	$r_{hitung}$	$r_{tabel}$	Keterangan
1	0,840	0,468	Valid
2	0,847	0,468	Valid
3	0,707	0,468	Valid
4	0,720	0,468	Valid
5	0,799	0,468	Valid
6	0,714	0,468	Valid
7	0,840	0,468	Valid
8	0,729	0,468	Valid
9	0,632	0,468	Valid
10	0,641	0,468	Valid
11	0,486	0,468	Valid
12	0,555	0,468	Valid

Sumber: Hasil pengolahan data

**Tabel 3.4**  
**Hasil Uji Validitas Variabel Gaya Kepemimpinan Situasional**

Bulir Pertanyaan	$r_{hitung}$	$r_{tabel}$	Keterangan
1	0,511	0,468	Valid
2	0,755	0,468	Valid
3	0,774	0,468	Valid
4	0,688	0,468	Valid
5	0,828	0,468	Valid
6	0,758	0,468	Valid
7	0,728	0,468	Valid
8	0,596	0,468	Valid
9	0,906	0,468	Valid
10	0,706	0,468	Valid
11	0,610	0,468	Valid
12	0,906	0,468	Valid
13	0,706	0,468	Valid

Sumber: Hasil pengolahan data

**Tabel 3.5**  
**Hasil Uji Validitas Variabel Komitmen Karyawan**

Bulir Pertanyaan	r <sub>hitung</sub>	r <sub>tabel</sub>	Keterangan
1	0,583	0,468	Valid
2	0,872	0,468	Valid
3	0,882	0,468	Valid
4	0,809	0,468	Valid
5	0,726	0,468	Valid
6	0,873	0,468	Valid
7	0,566	0,468	Valid
8	0,682	0,468	Valid
9	0,491	0,468	Valid
10	0,720	0,468	Valid

Sumber: Hasil pengolahan data

Dari tabel diatas, dapat diketahui bahwa seluruh item pertanyaan untuk setiap variabel dinyatakan valid karena memiliki nilai r<sub>hitung</sub> yang lebih besar dari r<sub>tabel</sub>.

### 3.5.2 Pengujian Reliabilitas

Setelah menguji validitas instrumen, langkah selanjutnya uji reliabilitas. Tujuannya untuk mengetahui apakah alat pengumpul data tersebut menunjukkan tingkat ketetapan, tingkat keakuratan, kestabilan atau konsistensi dalam mengungkap gejala tertentu dari sekelompok individu walaupun dilaksanakan pada waktu yang berbeda.

Rumus yang digunakan adalah rumus *Alpha Croanbach* sebagai berikut :

$$c\alpha = \left( \frac{k}{k-1} \right) \left( 1 - \frac{(\sum \sigma_b^2)}{\sigma_t^2} \right)$$

Keterangan:

r : Realibitas Instrumen  
K : Banyaknya butir soal

$\sum \sigma_b^2$  : Jumlah varian bulir  
 $\sigma_t^2$  : Varian total

Jumlah varian butir dapat dicari dengan cara mencari nilai varian tiap butir yang kemudian dijumlahkan. Untuk mencari varian tiap butir, digunakan rumus berikut ini:

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

Untuk mengetahui reliabel tidaknya instrumen penelitian, maka digunakan ketentuan sebagai berikut:

- Jika  $C\alpha \geq 0,70$ , maka instrumen penelitian reliabel.
- Jika  $C\alpha < 0,70$ , maka item instrumen penelitian tidak reliabel.

Perhitungan reliabilitas pertanyaan dilakukan dengan bantuan program SPSS 17.0 *for windows*. Hasil perhitungan uji reliabilitas sebagaimana yang tercantum dalam tabel 3.6 :

**Tabel 3.6**  
**Hasil Uji Reliabilitas**

Variabel	Nilai $C\alpha_{hitung}$	Nilai $C\alpha_{minimal}$	Keterangan
Komunikasi Organisasi	0,910	0,70	Reliabel
Gaya Kepemimpinan Situasional	0,923	0,70	Reliabel
Komitmen Karyawan	0,901	0,70	Reliabel

Sumber: Hasil pengolahan data

Hasil uji reliabilitas variabel X1, X2 dan variabel Y pada tabel 3.6 di atas menunjukkan hasil yang reliabel karena memiliki Nilai  $C\alpha_{hitung}$  yang lebih besar dari Nilai  $C\alpha_{minimal}$  (0,70).

Berdasarkan perhitungan uji validitas dan reliabilitas yang telah penulis lakukan. Maka dapat disimpulkan bahwa seluruh instrumen penelitian telah valid dan reliabel. Artinya instrumen pengumpul data dapat digunakan dan penelitian dapat dilakukan.

### 3.6 Populasi dan Sampel

#### 3.6.1 Populasi

Populasi merupakan wilayah generalisasi yang terdiri atas objek atau subjek yang mempunyai kuantitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya. (Sugiyono, 2010:90).

Dalam penelitian ini, populasi yang akan digunakan adalah populasi dari karyawan Hotel Panorama Lembang dan Hotel Takashimaya yang berjumlah 132 orang dengan rincian sebagai berikut:

**Tabel 3.7**  
**Jumlah Karyawan Hotel Panorama Lembang dan Hotel Takashimaya**

Hotel	Jumlah Karyawan
Hotel Panorama Lembang	85
Hotel Takashimaya	47
<b>Total</b>	<b>132</b>

Sumber : Departemen SDM masing-masing hotel

#### 3.6.2 Sampel

Berdasarkan pengolahan data populasi pegawai, maka dapat diketahui jumlah sampel yang akan ditentukan. Penulis menggunakan rumus Taro Yamane untuk menentukan sampel yang rumusnya sebagai berikut:

$$n = \frac{N}{N.d^2 + 1} \quad (\text{Kusnendi \& Edi Suryadi, 2005;56})$$

dimana :

n = Jumlah sampel

N = Jumlah populasi

d<sup>2</sup> = Presisi yang ditetapkan

Berdasarkan rumus tersebut, maka diperoleh sampel sebanyak:

$$n = \frac{132}{132.0,1^2 + 1} = 57 \text{ Orang}$$

Berdasarkan perhitungan, sampel minimal yang penulis butuhkan adalah 57 orang. Namun untuk mencegah terjadinya kekurangan data saat pengembalian kuesioner, maka penulis menambahkan sampel jaminan sebanyak 5 orang, sehingga total sampel yang penulis gunakan adalah sebanyak 62 orang.

### 3.6.3 Teknik Penarikan Sampel

Rumus yang digunakan untuk menghitung alokasi sampel adalah sebagai berikut:

$$n_i = \frac{N_i}{N} \times n \quad (\text{Kusnendi \& Edi Suryadi, 2005;58})$$

Keterangan :

- $n_i$  = Anggota sample pada proporsi ke-1
- $N_i$  = Populasi ke-1
- $N$  = Populasi total
- $n$  = Sampel yang diambil dalam penelitian

Berdasarkan rumus tersebut, maka pengalokasian sampel pegawai di Hotel Panorama Lembang dan Hotel Takashimaya adalah sebagai berikut:

1. Hotel Panorama Lembang

$$n_i = \frac{85}{132} \times 62 = 40 \text{ orang}$$

## 2. Hotel Takashimaya

$$n_i = \frac{47}{132} \times 62 = 22 \text{ orang}$$

Jadi sampel yang akan penulis gunakan adalah sebanyak 40 orang dari Hotel Panorama Lembang dan 22 orang dari Hotel Takashimaya.

## 1.7 Rancangan Analisis Data dan Uji Hipotesis

### 1.7.1 Rancangan Analisis Data

Analisis data bertujuan untuk mengubah data menjadi informasi. Adapun langkah-langkah yang akan digunakan dalam analisis data adalah sebagai berikut :

1. Pengecekan angket. Memeriksa kelengkapan identitas responden dan jawaban yang sesuai dengan tujuan penelitian.
2. Pemberian skor tiap item pertanyaan dengan menggunakan skala likert.
3. Menentukan gambaran tingkat masing-masing variabel (X1, X2 dan Y) untuk menjawab rumusan masalah no 1, 2, dan 3, dengan langkah-langkah sebagai berikut:
  - a) Menentukan Skor Maksimum dan Skor Minimum dengan rumus :

$$\text{Skor Maksimum} = ST \times JB \times JR$$

$$\text{Skor Minimum} = SR \times JB \times JR$$

Dimana :

ST = Skor tertinggi yakni 5

SR = Skor terendah, yakni 1

JB = Jumlah bulir pertanyaan variabel

JR = Jumlah responden

- b) Menghitung jumlah skor variabel hasil angket dengan rumus:

$$\sum X_i = X_1 + X_2 + X_3 + \dots + X_n$$

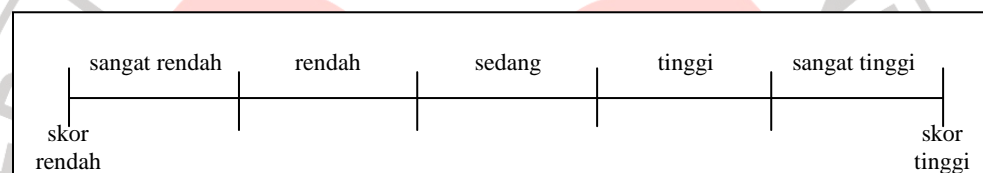
Dimana :

$\sum X_i$  = jumlah skor variabel hasil angket

$X_1 + X_2 + X_3 + \dots + X_n$  = jumlah skor hasil angket tiap responden

- c) Menghitung jenjang dengan cara mengurangkan skor maksimum dengan skor minimum.  
 d) Menentukan interval kelas dengan cara jenjang di bagi 5  
 e) Membuat daerah kategori kontinum

**Gambar 3.1**  
**Garis Kontinum**



- f) Menentukan letak jumlah skor variabel hasil angket pada garis kontinum.
5. Tranformasi data ordinal menjadi interval untuk menjawab rumusan masalah no 3.

Karena menggunakan statistik parametrik, maka harus dilakukan transformasi data dari data ordinal menjadi interval dengan menggunakan *Method of Successive Interval (MSI)*. Langkah-langkah untuk tranformasi data ini adalah sebagai berikut :

- 1) Menghitung frekuensi (f) setiap pilihan jawaban, berdasarkan hasil jawaban responden pada setiap pernyataan.
- 2) Berdasarkan frekuensi yang diperoleh untuk setiap pernyataan, dilakukan penghitungan proporsi (p) setiap pilihan jawaban dengan cara membagi frekuensi (f) dengan jumlah responden.
- 3) Berdasarkan proporsi tersebut untuk setiap pernyataan, dilakukan penghitungan proporsi kumulatif untuk setiap pilihan jawaban.
- 4) Menentukan nilai batas Z (tabel normal) untuk setiap pernyataan dan setiap pilihan jawaban.



- 5) Menentukan nilai interval rata-rata untuk setiap pilihan jawaban melalui persamaan berikut:

$$\text{Scale Value} = \frac{(\text{Density at Lower Limit}) - (\text{Density at Upper Limit})}{(\text{Area Below Upper Limit}) - (\text{Area Below Lower Limit})}$$

Keterangan :

<i>Scale Value</i>	: Nilai skala
<i>Density at Lower Limit</i>	: Densitas batas bawah
<i>Density at Upper Limit</i>	: Densitas batas atas
<i>Area below Upper Limit</i>	: Daerah dibawah batas atas
<i>Area below Lower Limit</i>	: Daerah dibawah batas bawah

### Analisis Korelasi

Setelah pengumpulan data, langkah selanjutnya adalah mencari hubungan antar variabel yang diteliti. Karena penelitian ini terdiri dari dua variabel independen dan satu variabel dependen, maka analisis yang digunakan adalah korelasi produk moment dan korelasi ganda. Tujuan penggunaan korelasi produk moment adalah untuk menguji hubungan X1 dan Y serta X2 dan Y. Sedangkan tujuan penggunaan korelasi ganda adalah untuk mengetahui seberapa kuat hubungan antara variabel X1 dan X2 terhadap variabel Y.

Penentuan koefisien korelasi (r) dalam penelitian ini menggunakan rumus koefisien korelasi *Product Moment*, yaitu :

$$r = \frac{n(\sum XY) - (\sum X)(\sum Y)}{\sqrt{\{n(\sum X^2) - (\sum X)^2\} \{n(\sum Y^2) - (\sum Y)^2\}}} \quad (\text{Sugiyono, 2010:212})$$

Korelasi Ganda merupakan hubungan secara bersama-sama antara X<sub>1</sub> dan X<sub>2</sub> dengan Y. Pada penelitian ini korelasi ganda yang dimaksud merupakan hubungan antara variabel komunikasi organisasi dan gaya kepemimpinan

situasional, dengan komitmen karyawan. Rumus korelasi ganda dua variabel ditunjukkan dengan rumus berikut:

$$R_{y.x_1.x_2} = \sqrt{\frac{r^2_{yx_1} + r^2_{yx_2} - 2r_{yx_1}r_{yx_2}r_{x_1x_2}}{1 - r^2_{x_1x_2}}}$$

(Sumber: Sugiyono, 2009:222)

Dimana:

- $R_{y.x_1.x_2}$  = Korelasi antara variabel  $X_1$ ,  $X_2$  dengan variabel  $Y$   
 $r_{yx_1}$  = Korelasi antara  $X_1$  dengan  $Y$   
 $r_{yx_2}$  = Korelasi antara  $X_2$  dengan  $Y$   
 $r_{x_1.x_2}$  = Korelasi antara  $X_1$  dengan  $X_2$

Ketentuan yang dipakai untuk menentukan kuat atau tidaknya korelasi adalah sebagaimana yang tercantum dalam tabel 3.8:

**Tabel 3.8**  
**Pedoman Untuk Memberikan Interpretasi Koefisien Korelasi**

Interval Koefisien	Tingkat Hubungan
0,000 – 0,199	Sangat Rendah
0,200 – 0,399	Rendah
0,400 – 0,599	Sedang
0,600 – 0,799	Kuat
0,800 – 1,000	Sangat Kuat

Sumber : Sugiyono (2010:214)

Sedangkan untuk mengetahui berapa besar pengaruh variabel  $X$  terhadap  $Y$ , digunakan rumus koefisien determinasi sebagai berikut:

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

Dimana:

- $R^2$  = koefisien determinasi  
 $r^2$  = koefisien korelasi

## Regresi Berganda

Langkah selanjutnya adalah melakukan analisis regresi untuk mengetahui bagaimana variabel dependen dapat diprediksikan melalui variabel independen atau prediktor, secara individual. Sehingga dapat disimpulkan apakah naik dan menurunnya variabel dependen dapat dilakukan melalui menaikkan dan menurunkan keadaan variabel independen.

Karena dalam penelitian ini terdapat dua variabel independen dan satu variabel dependen, maka analisis regresi yang digunakan adalah analisis regresi berganda. Rumus umum dari regresi berganda ini adalah :

$$\hat{Y} = a + b_1X_1 + b_2X_2 \quad (\text{Sugiyono, 2009:243})$$

Dimana:

$\hat{Y}$  = Subjek dalam variabel dependen yang diprediksikan

$\alpha$  = Harga Y bila  $X = 0$  (harga konstan)

$b_1, b_2$  = Angka arah atau koefisien regresi, yang menunjukkan angka peningkatan ataupun penurunan variabel dependen yang didasarkan pada variabel independen. Bila  $b$  (+) maka naik, dan (-) maka terjadi penurunan.

$X_1, X_2$  = Subjek pada variabel independen yang mempunyai nilai tertentu

Langkah-langkah yang dilakukan dalam analisis regresi ganda adalah sebagai berikut :

1. Data mentah (sumber data penelitian yang berisikan nilai  $X_1, X_2$ , dan  $Y$  dari sejumlah responden) dari hasil penelitian disusun terlebih dahulu kedalam tabel penolong (Tabel yang berisikan,  $\sum Y, \sum X_1, \sum X_2, \sum X_1Y, \sum X_2Y, \sum X_1X_2, \sum X_1^2, \sum X_2^2$ ).
2. Mencari harga-harga yang akan digunakan dalam menghitung koefisien  $\alpha, b_1, b_2$  dapat menggunakan persamaan berikut:

$$\sum Y = an + b_1\sum X_1 + b_2\sum X_2$$

$$\sum X_1Y = a\sum X_1 + b_1\sum X_1^2 + b_2\sum X_1X_2$$

$$\sum X_2Y = a\sum X_2 + b_1\sum X_1X_2 + b_2\sum X_2^2$$

(Sugiyono, 2009:246)

3. Setelah nilai pada tabel penolong diketahui, masukan nilai-nilai tersebut kedalam persamaan diatas untuk mendapatkan koefisien  $\alpha$ ,  $b_1$ , dan  $b_2$ .

### 3.7 Hipotesis

Uji hipotesis merupakan langkah terakhir dalam analisis data. Tujuannya untuk mengetahui ada tidaknya hubungan yang signifikan antara variabel X dan Y sehingga dapat diputuskan penerimaan atau penolakan terhadap hipotesis yang telah dirumuskan.

Untuk menguji hipotesis secara parsial, digunakan rumus uji t-student (Sugiyono, 2004:215) sebagai berikut :

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

Keterangan:

- t = Distribusi student dengan derajat kebebasan (dk) =  $n - 2$   
 $r_s$  = Koefisien korelasi  
 n = Banyaknya sampel

Ketentuan dari pada uji t-student ini adalah :

1.  $H_0 : \beta=0$  : Korelasi tidak berarti, artinya tidak terdapat pengaruh yang signifikan antara variabel X dan variabel Y
2.  $H_1 : \beta \neq 0$  : Korelasi berarti, artinya terdapat pengaruh yang signifikan antara variabel X dan Variabel Y

Uji hipotesis penelitian yang dikemukakan di kerangka pemikiran adalah komunikasi organisasi dan gaya kepemimpinan situasional berpengaruh positif terhadap komitmen karyawan Hotel Panorama Lembang dan Hotel Takshimaya Lembang

Hipotesis tersebut dapat digambarkan dalam hipotesis statistik menjadi:

1.  $H_0: \beta = 0$ , tidak terdapat pengaruh yang positif dari komunikasi organisasi dan gaya kepemimpinan situasional terhadap komitmen karyawan Hotel Panorama Lembang dan Hotel Takashimaya

2.  $H_1: \beta \neq 0$ , terdapat pengaruh yang positif dari komunikasi organisasi gaya kepemimpinan situasional terhadap komitmen karyawan Hotel Panorama Lembang dan Hotel Takashimaya

Untuk mengetahui apakah hipotesis yang dikembangkan diterima atau ditolak, maka hasil perhitungan nilai t dibandingkan dengan nilai t pada t tabel dengan ketentuan sebagai berikut :

Jika  $t_{hitung} \geq t_{tabel}$  maka  $H_0$  ditolak dan  $H_1$  diterima

Jika  $t_{hitung} < t_{tabel}$  maka  $H_0$  diterima dan  $H_1$  ditolak

Berdasarkan taraf signifikansi 0,05 dengan derajat kebebasan (dk) =  $n - 2$

Sedangkan pengujian signifikansi terhadap koefisien korelasi ganda, yang dimaksudkan untuk menguji hipotesis penelitian secara simultan dapat menggunakan rumus berikut, yaitu dengan uji F.

$$F = \frac{R^2 / k}{(1 - R^2) / (n - k - 1)}$$

Dimana:

R = Koefisien korelasi ganda

k = Jumlah variabel independen

n = Jumlah anggota sampel

Bila  $F_h$  lebih besar dari  $F_b$  maka koefisien korelasi ganda yang diuji adalah signifikan, yaitu dapat diberlakukan untuk seluruh populasi, kriteria penolakan hipotesisnya adalah:

Jika  $F_{hitung} \geq F_{tabel}$  maka  $H_0$  ditolak dan  $H_1$  diterima

Jika  $F_{hitung} < F_{tabel}$  maka  $H_0$  diterima dan  $H_1$  ditolak

Berdasarkan taraf signifikansi 0,05 dengan derajat kebebasan (dk) =  $(n - k)$