

BAB III

OBJEK DAN METODE PENELITIAN

3.1 Objek Penelitian

Objek penelitian dalam penyusunan laporan skripsi ini adalah PT MNC Sky Vision (Indovision) Bandung. Dalam penelitian tersebut penulis meneliti Komitmen Organisasi Terhadap Loyalitas Karyawan PT MNC Sky Vision (Indovision) Bandung. **Unit Analisis:** Karyawan Marketing PT MNC Sky Vision (Indovision) Bandung.

3.1.1 Sejarah Singkat PT MNC Sky Vision (Indovision) Bandung

MNC Sky Vision mulai beroperasi pada tahun 1994 dengan mengeluarkan produk Indovision. Pada mulanya Indovision menggunakan jasa satelit Palapa C2 untuk menggunakan transponder dan sistem *broadcasting* serta menggunakan analog dengan frekuensi C-Band. Namun, kemudian dirancanglah proyek pembuatan dan peluncuran satelit Indostar 1 atau yang lebih dikenal dengan nama satelit Cakrawarta 1 yang khusus menggunakan frekuensi S Band yang lebih tahan terhadap perubahan cuaca, sesuai dengan keadaan daerah tropis pada umumnya serta memiliki jejak jangkauan (*footprint*) ke seluruh wilayah Indonesia. Adapun yang bertanggung jawab mengelola dan mengoperasikan satelit tersebut adalah PT Media Citra Indostar yang didirikan pada 22 Juli 1991.

Dengan satelit ini, dapat memberikan layanan pendistribusian tayangan saluran-saluran televisi berlangganan lokal dan mancanegara melalui Indovision yang disajikan kepada para pelanggan di Indonesia secara optimal dengan menggunakan dekoder dan antena parabola mini berukuran diameter 80 cm terdiri dari ada lima saluran siaran kabel televisi internasional seperti HBO, ESPN, Discovery Channel, Cartoon Network dan CNN International News. Pada tahun 1997, Indovision melakukan inovasi dengan mengubah signal penayangannya dari analog menjadi digital. Inovasi ini dapat meningkatkan kualitas penerimaan gambar maupun suara bagi pelanggannya.

Direktur Utama Indovision saat ini adalah Bambang Rudijanto Tanoesoedibjo, yang merupakan kakak kandung dari Hary Tanoesoedibjo, CEO dari MNC. Satelit ini memiliki 32 transponder, termasuk 10-transponder aktif dan 3 transponder cadangan yang berfungsi sebagai penguat gelombang frekuensi S-Band.

PT MNC Sky Vision Tbk (Indovision) memang tergolong baru mencatat status sebagai perusahaan terbuka di Bursa Efek Indonesia (BEI). Namun kiprah perusahaan milik taipan media Hary Tanoesoedibjo ini tidak bisa dipandang sebelah mata. Sebagian masyarakat penikmat film mungkin sudah tidak asing lagi dengan chanel HBO, Cinemax atau MGM. Bagi mereka yang memantau berita, channel CNN, ABC atau Bloomberg TV mungkin sudah menjadi menu sehari-hari. Masih ada lagi channel *cartoon network*, dan baby TV bagi anak-anak. Saluran televisi di atas memang tidak bisa dilihat TV reguler di tanah Air. Masyarakat hanya bisa menikmati di gelombang TV berbayar.

PT Global Mediacom Tbk (BMTR) sepertinya tidak pernah puas untuk membesarkan usahanya di bisnis media. Setelah sukses mengguritakan bisnis media dengan brand RCTI, Global TV dan MNC TV, kini giliran MNC Sky Vision yang akan dikembangkan Global Mediacom. MNC dibentuk untuk menaungi dan mengelola berbagai unit usaha media di bawah payung satu perusahaan induk dan operasional agar terbentuk grup media yang sinergis, terintegrasi, dinamis, dan kreatif dalam menghadapi persaingan bisnis media yang kompetitif.

3.1.2 Visi dan Misi Perusahaan

Perusahaan MNC Sky Vision mempunyai visi dan misi dalam memajukan perusahaannya yang antara lain sebagai berikut:

a. Visi

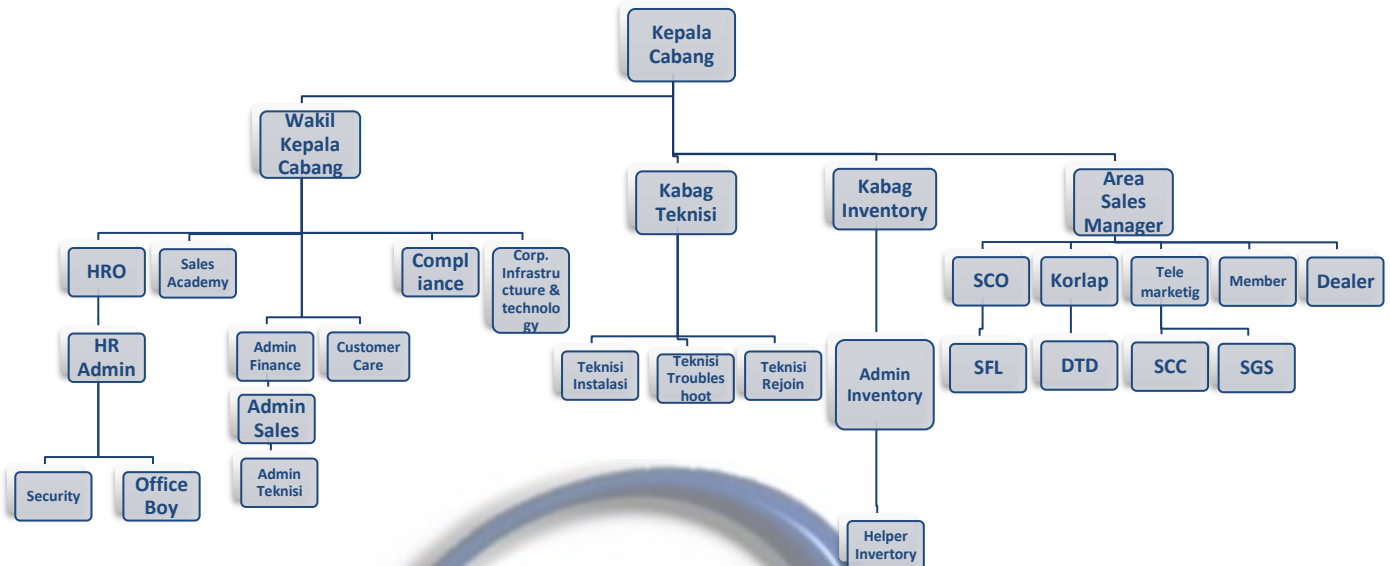
Menjadi grup media dan multimedia yang terintegrasi dengan fokus pada penyiaran dan konten berkualitas melalui pemanfaatan teknologi yang tepat untuk memenuhi kebutuhan pasar.

b. Misi

Memberikan konsep hiburan keluarga yang terlengkap dan menjadi sumber informasi bagi seluruh masyarakat yang terdiri dari berbagai lapisan dengan latar belakang sosial dan pendidikan yang berbeda.

3.1.3 Struktur Organisasi PT MNC Sky Vision (Indovision) Bandung

Dalam pelaksanaan kegiatan usahanya, PT.MNC Sky Vision (Indovision) Bandung menggunakan jenis struktur organisasi fungsional (bentuk garis/lini), hal ini dimaksudkan dalam upaya pencapaian efektivitas dan efisiensi dalam setiap langkah dan kegiatan yang dilakukan karyawannya. Dengan menggunakan jenis struktur organisasi fungsional (bentuk garis/lini) ini, maka deskripsi pekerjaan setiap karyawan menjadi jelas dan tidak terjadi tumpang tindih pelaksanaan pekerjaan dan kepentingan yang dapat mengakibatkan pelaksanaan kegiatan perusahaan menjadi tidak lancar. Dalam struktur organisasi fungsional (bentuk garis/lini) wewenang mengalir dari atas ke bawah, sedangkan tanggung jawab mengalir dari bawah ke atas. Jadi, dalam struktur organisasi ini pemimpin memberikan wewenang secara langsung kepada bagian di bawahnya. Sedangkan bagian yang diberi wewenang tersebut mempunyai wewenang pada bagian dibawahnya kepada pemimpin perusahaan. Untuk lebih jelasnya mengenai struktur organisasi pada PT.MNC Sky Vision Bandung dapat dilihat pada bagan berikut ini:



Gambar 3.1
Struktur Organisasi PT.MNC SKY VISION

Sumber: PT MNC SKY VISION

Kepala Cabang membawahi seluruh Divisi yang ada di PT.MNC SKY VISION, mulai dari wakil kepala cabang yang yang membawahi divisi operasional seperti kabag teknis, hro, administrasi dan ccr. Wakil kepala cabang bertanggung jawab atas operasional, sedangkan kepala cabang bertanggung jawab atas target penjualan sehingga lebih berfokus pada team marketing.

3.1.4 Job Description PT MNC Sky Vision (Indovision) Bandung

- Kepala Cabang

Kepala cabang mempunyai tugas memimpin seluruh bagian dan lebih terfokus kepada marketing , kepala cabang bertanggung jawab atas angka penjualan, mengelola kegiatan usaha/bisnis perusahaan di cabang, Mendapatkan marketshare sesuai target cabang yang ditetapkan (goal), Mengelola AR dengan baik agar resiko bisnis dapat ditekan sekecil mungkin, Membangun nama baik kantor cabang dengan *image* yang positif, Mengupayakan pertumbuhan dan perkembangan cabang dari

waktu ke waktu baik secara volume maupun kualitas, Pertumbuhan dan perkembangan cabang, Merealisasikan Profit yang ditargetkan ke masing2 cabang.

- Wakil kepala cabang
Wakil kepala cabang mempunyai tugas mengatur seluruh operasional mulai dari Memimpin, mengontrol, mengevaluasi dan meningkatkan kinerja operasional bisnis cabang sesuai dengan target yang ditetapkan. Meningkatkan pencapaian penjualan. Memonitor dan mengontrol biaya operasional. Memperhatikan kepatuhan operasional cabang. Mendayagunakan sarana, prasarana, SDM secara bertanggung-jawab, dan terus meningkatkan kinerja aset yang dipercayakan.
- Kepala bagian Teknisi
Kepala bagian teknisi bertugas berkordinasi ke bagian pusat perihal laporan produktivitas teknisi, mengontrol teknisi.
- HRO
HRO bertugas melakukan rekrutment, seleksi, pelatihan
- Customer Service
CS bertugas melayani seluruh pelanggan mengenai kunjungan teknisi, perpindahan paket langganan, pembayaran iuran berlanggan.
- Admin Sales
Administrasi bertugas meinput seluruh aplikasi berlanggan baru sampai keluar nomor pelanggan, membuat laporan mingguan, laporan bulanan yang nantinya akan di evalauasi oleh kepala cabang.
- Admin Finance
Admin Finance bertugas mengatur pety cash perusahaan dimana untuk operasional seperti surat jalan yang menggunakan bensin, pembelian kebutuhan kantor.
- Admin Penarikan
Admin penarikan bertugas membuat laporan barang yang sudah di tarik / pelanggan yang sudah tidak berlanggan

- Admin Teknisi
Admin teknisi bertugas membuat laporan jadwal pemasangan, pembagian jadwal kepada para teknisi.
- TS Trouble
TS trouble bertugas memperbaiki alat yang ada dipelanggan jika tayangan tidak sesuai standar.
- TS Instalasi
Ts instalasi bertugas memasang alat indovision berdasarkan surat perintah.
- TS penarikan
Ts penarikan bertugas menarik alat yang ada dipelanggan jika pelanggan sudah berhenti berlangganan.
- Korlap Indovision
Kordinator indovision bertugas membuat laporan penjualan sales door to door khusus brand indovision.
- Korlap Top tv
Kordinator top tv bertugas membuat laporan penjualan sales door to door khusus brand top tv.
- Korlap Okevision
Kordinator Okevision bertugas membuat laporan penjualan sales door to door khusus brand okevision.
- Sco Indovision
Sco indovision bertugas membuat laporan penjualan sales modern store khusus brand indovision.
- Sco Top tv
Sco top tv bertugas membuat laporan penjualan sales modern store khusus brand top tv.
- Sco Okevision
Sco okevision bertugas membuat laporan penjualan sales modern store khusus brand okevision.

3.2 Metode Penelitian

Metode penelitian adalah suatu metode yang dilakukan untuk meneliti dan menyelesaikan suatu masalah yang terjadi, untuk menyusun skripsi ini penulis membutuhkan data dan informasi yang sesuai dengan sifat dan pembahasannya agar data yang diperoleh cukup lengkap untuk membahas permasalahan yang ada. Dalam penelitian ini penulis menggunakan metode penelitian deskriptif yang menurut (Sugiono 2013) yaitu:

“Metode Penelitian pada dasarnya merupakan cara ilmiah untuk mendapatkan data yang valid dengan tujuan yang bersifat penemuan, pembuktian dan pengembangan suatu pengetahuan sehingga hasilnya dapat digunakan untuk memahami, memecahkan dan mengantisipasi masalah”.

3.2.1 Populasi dan Sampel

Populasi adalah gabungan dari seluruh elemen yang terbentuk peristiwa, hal, atau orang yang memiliki karakteristik serupa yang menjadi pusat perhatian peneliti, menurut (Sujarweni dan Endrayanto, 2012:13) mengatakan bahwa, populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri atas objek/subjek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulan.

Sampel adalah bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi tersebut (Sugiyono, 2011:81). Dengan demikian sampel adalah sebagian dari populasi yang karakteristiknya hendak diselidiki, dan bisa mewakili keseluruhan populasinya sehingga jumlahnya lebih sedikit dari populasi.

Jumlah Populasi dalam penelitian ini adalah seluruh karyawan yang bekerja di perusahaan PT. MNC Sky Vision (Indovision) Bandung berjumlah 130 karyawan. Dalam penelitian ini jumlah populasi karyawan sebanyak 130 karyawan dengan menghitung ukuran sampel yang dilakukan dengan menggunakan teknik Slovin menurut (Sugiyono, 2011:87).

Adapun penelitian ini menggunakan rumus Slovin karena dalam penarikan sampel, jumlahnya harus *representative* agar hasil penelitian dapat digeneralisasikan dan perhitungannya pun tidak memerlukan tabel jumlah sampel,

namun dapat dilakukan dengan rumus dan perhitungan sederhana. Rumus Slovin untuk menentukan sampel adalah sebagai berikut:

$$n = \frac{N}{1 + N(e)^2}$$

Keterangan:

n = Ukuran sampel/jumlah responden

N = Ukuran populasi

e = Presentase kelonggaran ketelitian kesalahan pengambilan sampel yang masih bisa ditolerir; e = 0,1

Dalam rumus Slovin ada ketentuan sebagai berikut:

Nilai e = 0,1 (10%) untuk populasi dalam jumlah besar

Nilai e = 0,2 (20%) untuk populasi dalam jumlah kecil

Jadi rentang sampel yang dapat diambil dari teknik Solvin adalah antara 10-20 % dari populasi penelitian.

Jumlah populasi dalam penelitian ini adalah sebanyak 130 karyawan, sehingga presentase kelonggaran yang digunakan adalah 10% dan hasil perhitungan dapat dibulatkan untuk mencapai kesesuaian. Maka untuk mengetahui sampel penelitian, dengan perhitungan sebagai berikut:

$$n = \frac{130}{1 + 130(0.2)^2}$$

$$n = \frac{130}{2,30} = \frac{130}{6,2} = 20,96$$

❖ Disesuaikan oleh peneliti menjadi 21 responden.

Berdasarkan perhitungan diatas sample yang menjadi responden dalam penelitian ini di adalah sebanyak 21 orang dari seluruh total karyawan PT MNC Sky Vision (Indovision) Bandung, hal dilakukan untuk mempermudah dalam pengolahan data dan untuk hasil pengujian yang lebih baik. Sampel yang diambil berdasarkan teknik *probability sampilng; simple random sampling*, dimana peneliti memberikan peluang yang sama bagi setiap anggota populasi (karyawan)

untuk dipilih menjadi sampel yang dilakukan secara acak tanpa memperhatikan strata yang ada dalam populasi itu sendiri.

3.2.2 Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data yang digunakan dalam penyusunan skripsi ini adalah:

1. Penelitian Lapangan (*Field Research*)

Yaitu penulis melakukan penelitian secara langsung ke **PT MNC Sky Vision (Indovision) Bandung**.

Adapun cara yang dilakukan adalah :

a. Wawancara

Mengumpulkan data dengan cara melakukan tanya jawab langsung dengan pihak-pihak yang terkait dalam penelitian ini, sehingga data yang dibutuhkan dalam penelitian ini dapat diperoleh. Narasumber dalam wawancara ini adalah Ibu Febby Ambarsari dari Divisi HR di PT. MNC Sky Vision (indovision) Bandung.

b. Kuesioner

Daftar pertanyaan mengenai gambaran umum dari responden, serta sebuah set pertanyaan yang secara logis berhubungan dengan masalah penelitian, dan tiap pernyataan merupakan jawaban-jawaban yang mempunyai makna dalam menguji hipotesis, guna mendapatkan data primer yang merupakan sumber data yang diperoleh dari pihak-pihak yang berhubungan dengan penelitian ini, selanjutnya data primer tersebut akan di bahas dan dianalisis sehingga dapat ditarik suatu kesimpulan. Kuesioner penelitian tersebut diberikan kepada sample pegawai di perusahaan di PT. MNC Sky Vision (Indivision) Bandung.

c. Studi Kepustakaan (*Library Research*)

Yaitu penelitian dengan mencari data dan membaca *literature* yang berkaitan dengan masalah yang sedang diteliti untuk memperoleh informasi yang akan digunakan sebagai landasan teori guna menunjang penelitian.

3.2.3 Jenis dan Sumber Data

Data yang dibutuhkan dalam penelitian ini adalah:

1. Data Primer

Data yang diperoleh secara langsung dari objek penelitian yang berupa hasil *survey* dan konsumen sebagai responden melalui kuesioner, penjelasan dan keterangan dari pihak PT. MNC Sky Vision (Indovision) Bandung

2. Data Sekunder

Sumber data yang tidak langsung memberikan data kepada penulis. Data berfungsi sebagai pelengkap data primer. Data sekunder dapat diperoleh dari berbagai literatur, buku-buku dan catatan yang berkaitan erat dengan masalah yang sedang diteliti.

3.2.4 Operasional Variabel

Penelitian ini terdapat dua elemen variable pokok yaitu:

1. *Variable Independent* (Bebas)

Variable ini disebut dengan variable X merupakan variable yang menjadi sebab perubahannya atau timbulnya variable terikat. Dalam penelitian ini yang menjadi variable bebas adalah Komitmen Organisasi (X)

2. *Variable Dependent* (Terikat)

Variable ini disebut variable Y yang dipengaruhi atau menjadi akibat, karena adanya variabel bebas. Dalam penelitian ini yang menjadi variable terikat adalah Loyalitas Karyawan PT MNC Sky Vision (Indovision) Bandung (Y).

Dari variable-variable tersebut diatas dapat dijabarkan ke dalam operasionalisasi variable penelitian yang dapat dilihat dalam table 3.1 dibawah ini:

Tabel 3.1
Operasional Variabel Komitmen Organisasi

Variabel	Konsep Variabel	Indikator	Sub-Indikator	Skala
Komitmen Organisasi (X)	Komitmen dalam berorganisasi sebagai suatu konstruk psikologis yang merupakan karakteristik hubungan anggota organisasi dengan organisasinya dan memiliki implikasi terhadap keputusan individu untuk melanjutkan keanggotaannya dalam berorganisasi (Allen dan Meyer dalam Priansa, 2014:241)	<ul style="list-style-type: none"> - Komitmen Afektif (<i>affective Commitment</i>) - Komitmen Normatif (<i>Normative Commitment</i>) - Komitmen Kontinyu (<i>Continuance Commitment</i>) 	<ul style="list-style-type: none"> - Identifikasi dan keterlibatan pegawai di dalam suatu organisasi. - Perasaan-perasaan pegawai tentang kewajiban yang harus ia berikan kepada organisasi - Komponen berdasarkan persepsi pegawai tentang kerugian yang akan dihadapi jika ia meninggalkan organisasi. 	Ordinal

Tabel 3.2
Operasional Variabel Loyalitas Karyawan

Variabel	Konsep Variabel	Indikator	Sub-Indikator	Skala
Loyalitas Karyawan (Y)	loyalitas karyawan sebagai rasa memiliki yang diwujudkan dalam keinginan untuk tetap bertahan dalam organisasi. Suatu kepercayaan terhadap organisasi dan manajemen bahwa mereka melakukan hal-hal yang baik. (Powers 2000 dalam Runtu 2014:23)	<ul style="list-style-type: none"> - Tetap bertahan dalam organisasi - Bersedia bekerja lembur untuk menyelesaikan pekerjaan - Menjaga rahasia bisnis perusahaan - Mempromosikan perusahaan kepada pelanggan dan masyarakat umum. - Mentaati peraturan tanpa perlu pengawasan yang ketat - Mau mengorbankan kepentingan pribadi demi kepentingan organisasi - Tidak mencuri, berbohong, bergosip - Membeli dan menggunakan produk perusahaan. - Ikut berkontribusi dalam kegiatan sosial perusahaan - Memberikan saran-saran untuk perbaikan - Mau berpartisipasi dalam kegiatan-kegiatan aksidental perusahaan. - Mau mengikuti arahan atau instruksi - Merawat properti perusahaan - Bekerja secara aman - Tidak mengakali aturan perusahaan termasuk ijin sakit - Mau bekerja sama dan membantu rekan kerja. 	<ul style="list-style-type: none"> - Tetap bertahan dalam organisasi - Bersedia bekerja lembur untuk menyelesaikan pekerjaan - Menjaga rahasia bisnis perusahaan - Mempromosikan perusahaan kepada pelanggan dan masyarakat umum. - Mentaati peraturan tanpa perlu pengawasan yang ketat - Mau mengorbankan kepentingan pribadi demi kepentingan organisasi - Tidak mencuri, berbohong, bergosip - Membeli dan menggunakan produk perusahaan. - Ikut berkontribusi dalam kegiatan sosial perusahaan - Memberikan saran-saran untuk perbaikan - Mau berpartisipasi dalam kegiatan-kegiatan aksidental perusahaan. - Mau mengikuti arahan atau instruksi - Merawat properti perusahaan - Bekerja secara aman - Tidak mengakali aturan perusahaan termasuk ijin sakit - Mau bekerja sama dan membantu rekan kerja. 	Ordinal

3.2.5 Uji Validitas dan Reliabilitas

Ada dua syarat penting yang berlaku pada sebuah kuesioner, yaitu keharusan sebuah angket untuk validitas dan reliabilitas.

Pengujian validitas menurut **Sugiyono (2011:121)**, yaitu:

“Uji Validitas adalah ketepatan antara data yang terkumpul dengan data yang sesungguhnya terjadi pada obyek yang diteliti. Teknik uji yang digunakan adalah teknik korelasi melalui koefisien korelasi *product moment*”

Semua item kuesioner yang digunakan untuk mengukur loyalitas karyawan akan diuji validitasnya. Nilai validitas masing-masing butir pertanyaan dapat dilihat pada nilai *Corrected Item-Total Correlation* masing-masing butir pertanyaan. Apabila data perhitungan SPSS koefisien korelasi (r) diketahui bahwa seluruh korelasi item variabel X lebih besar dari r tabel maka instrumen dinyatakan valid. Begitu pula untuk variabel Y , jika seluruh korelasi item variabel Y lebih besar dari r tabel maka instrumen dinyatakan valid.

Kriteria pengujian validitas menurut **(Suliyanto, 2005;42)** keputusan pada sebuah butir pertanyaan dapat dianggap valid, dapat dilakukan dengan beberapa cara berikut:

1. Jika koefisien korelasi product moment $> r$ -tabel ($\alpha; n-2$) n =jumlah sampel.
2. nilai sig. $\geq \alpha$.

Dalam pengujian reliabilitas menggunakan SPSS 22, langkah yang dapat ditempuh yaitu sama dengan langkah pengujian validitas. Karena output keduanya bersamaan muncul.

Pengertian reliabilitas menurut **Simamora (2004;177)** reliabilitas adalah tingkat kehandalan kuesioner. Kuesioner yang reliabel adalah kuesioner yang apabila diuji cobakan secara berulang-ulang kepada kelompok yang sama akan menghasilkan data yang sama.

Untuk kuesioner yang mempunyai item banyak (*multi item questionnaire*) umumnya diukur melalui *Cronbach Alpha*. Pengukuran reliabilitas yang digunakan oleh penulis adalah *One shot* atau pengukuran sekali saja yaitu pengukuran yang dilakukan sekali saja dan kemudian hasilnya dibandingkan

dengan skor total. SPSS memberi fasilitas untuk mengukur reliabilitas dengan uji statistik *Cronbach Alpha*. Suatu konstruk atau variabel dikatakan reliabel jika memberikan nilai *Cronbach Alpha* 0,7

Kriteria Uji reliabilitas:

Jika α (alpha) > 0,7 (artinya variabel dinyatakan reliabel)

3.2.6 Teknik Pengolahan Data

Dari hasil pengumpulan data, penulis mencoba untuk mengolah dan menyajikannya dalam bentuk tabel kemudian dianalisis secara kualitatif dan kuantitatif. Maksud dari kedua analisis tersebut adalah sebagai berikut:

a. Analisis Kualitatif

Analisis kualitatif, yaitu analisis yang mengungkapkan masalah secara penjabaran berdasarkan pada variabel-variabel yang diteliti sehingga dapat menyatakan kebenaran, dengan kata lain yang lebih sederhana analisis ini mengungkapkan masalah tidak dalam bentuk angka-angka.

b. Analisis Kuantitatif

Analisis kuantitatif yaitu analisis yang menginterpretasikan data yang diperoleh dalam bentuk angka-angka yang disajikan dalam bentuk tabel-tabel. Analisis ini digunakan sebagai alat bantu statistik yang relevan dalam penelitian, dengan tujuan untuk memudahkan penulis dalam mengartikan data mentah yang diperoleh.

3.2.7 Skala Pengukuran

Keperluan analisis, penulis mengumpulkan dan mengolah data yang diperoleh dari kuesioner dengan cara memberikan bobot penilaian dari setiap pertanyaan berdasarkan skala likert menurut (Sugiyono, 2013;134) :

Skala likert digunakan untuk mengukur sikap pendapat dan persepsi seseorang atau sekelompok tentang fenomena sosial.

Adapun kriteria penilaian dapat dilihat dari tabel 3.2 Skala Likert seperti dibawah ini:

Tabel 3.3
Skala Likert

Pertanyaan	Nilai
a. Sangat Setuju (SS)	5
b. Setuju (S)	4
c. Cukup Setuju (CS)	3
d. Tidak Setuju (TS)	2
e. Sangat Tidak Setuju (STS)	1

Selanjutnya pernyataan dalam kusioner disesuaikan dengan variabel-variabel yang diperlukan, yaitu pernyataan mengenai variable bebas (X) Komitmen Organisasi kemudian Loyalitas Karyawan sebagai variable terikat (Y). Sedangkan untuk mengelola data penulis menggunakan analisis regresi, yaitu dihitung berdasarkan nilai yang diperoleh dari hasil pengolahan kusioner.

3.2.8 Analisis Koefisien Korelasi Rank Spearman

Analisis ini mengukur kuat atau lemahnya hubungan dan arahnya variabel independen (bebas) dengan variabel dependen (terikat) kedua variabel tersebut diukur dalam skala ordinal. Adapun rumusnya menurut **Sidney Siegel (1997:224-257)** sebagai berikut:

$$rs = 1 - \frac{6\sum di^2}{N^3 - N}$$

Keterangan:

rs = Koefisien korelasi rank spearman

di = Selisih rank x dengan rank y

n = Banyaknya data

di = Selisih rank x dan rank y

$\sum x^2$ = Jumlah kuadrat variabel x

$\sum y^2$ = Jumlah kuadrat variabel y

Apabila terdapat rank kembar yang cukup banyak, maka dalam perhitungan koefisien korelasi perlu dihitung faktor koreksinya, dengan rumus:

$$T = \frac{t^3 - t}{12}$$

Dimana:

T = Faktor koreksi

t = Menunjukkan jumlah rank kembar dari penelitian.

Nilai ini dapat bervariasi antara $-1 < r_s < 1$, yang memiliki arti:

- Jika $r_s = 0$ atau mendekati 0, maka hubungan antara kedua variabel sangat lemah atau tidak terdapat hubungan sama sekali.
- Jika $r_s = +1$ atau mendekati 1, maka hubungan antara kedua variabel sangat kuat dan searah (+).
- Jika $r_s = -1$ atau mendekati -1, maka hubungan antara kedua variabel sangat kuat dan berlawanan arah.

Akan tetapi langkah yang diambil dalam penelitian ini untuk menghitung korelasi dengan menggunakan SPSS 22 for Windows.

Koefisien korelasi mempunyai nilai $-1 \leq r_s \leq 1$, dimana:

- a. Apabila nilai $r_s = -1$ atau mendekati -1, maka hubungan antara kedua variabel sangat kuat. Korelasi negatif artinya bersifat berlawanan (jika variabel X naik, maka variabel Y turun atau sebaliknya).
- b. Apabila nilai $r_s = 0$ atau mendekati 0, maka hubungan antara kedua variabel sangat lemah atau tidak ada hubungan sama sekali.
- c. Apabila nilai $r_s = 1$ atau mendekati 1, maka hubungan antara kedua variabel sangat kuat. Korelasi positif artinya bersifat searah (jika X naik maka Y naik, atau sebaliknya).

Untuk dapat mengetahui kuat tidaknya hubungan antara variabel X dan variabel Y dapat diukur dengan suatu angka-angka korelasi seperti dikategorikan oleh (Sugiyono, 2007:183) sebagai berikut:

Tabel 3.4
Interpretasi Koefisien Korelasi

Interval Koefisien	Interpretasi
0.00 – 0.199	Sangat rendah
0.20 – 0.399	Rendah
0.40 – 0.599	Sedang
0.60 – 0.799	Kuat
0.80 – 0.1000	Sangat kuat

Dari analisa akan diperoleh apakah positif atau negatif. Jika koefisien korelasi (r) positif ($r_s > 0$) berarti hubungan positif atau searah. Artinya jika terjadi kenaikan pada variabel X, maka akan diikuti kenaikan variabel Y, atau jika terjadi penurunan pada variabel X maka akan diikuti dengan penurunan variabel Y. Koefisien korelasi (r) negatif ($r_s < 0$) berarti apabila terjadi kenaikan pada variabel X maka akan diikuti oleh penurunan pada variabel Y atau sebaliknya apabila terjadi penurunan pada variabel X maka akan diikuti dengan kenaikan pada variabel Y.

3.2.9 Koefisien Determinasi

Pengujian ini dilakukan untuk mengetahui seberapa besar keterikatan atau keeratan variabel, antara variabel dependen Loyalitas Karyawan dengan variabel independen (Komitmen Organisasi). Koefisien korelasi sederhana biasanya diberi simbol dengan r^2 . Dalam persamaan regresi yang menggunakan lebih dari satu variabel independen, maka nilai r^2 yang digunakan untuk menjelaskan persamaan regresi adalah koefisien determinasi yang disesuaikan, karena telah memperhitungkan jumlah variabel independen dalam suatu model regresi. Nilai koefisien determinasi r^2 untuk menunjukkan persentase tingkat kebenaran suatu prediksi dari pengujian regresi yang dilakukan. Rumus koefisien determinasi adalah sebagai berikut:

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

3.2.10 Analisis Regresi Sederhana

Model regresi adalah yang digunakan untuk menganalisis pengaruh dari berbagai variable independen terhadap suatu variable dependen. Formula untuk regresi linear berganda adalah sebagai berikut:

$$Y = a + \beta X$$

Dimana:

Y = Loyalitas Karyawan

a = Konstanta

X = Komitmen Organisasi

β = Koefisiensi regresi untuk variabel Komitmen Organisasi

3.2.11 Uji Signifikansi

A. Uji t

Selanjutnya penulisakan melakukan pengujian secara parsial terhadap hipotesis penelitian dengan menggunakan uji t. taraf signifikansi yang digunakan dalam penelitian ini sebesar 5%. Taraf signifikansi sebesar 5% ini menunjukkan bahwa dari tiap 100 hipotesis yang seharusnya diterima, kira kira 5 kali ditolak. Dengan kata lain peneliti merasa yakin 95% telah membuat kesimpulan yang benar (Sudjana, 1997:136).

Alat ukur yang digunakan dalam pengujian hipotesis statistik adalah sebagai berikut:

Ho: tidak ada pengaruh positif Komitmen Organisasi dengan Loyalitas Karyawan PT MNC Sky Vision (Indovision) Bandung.

H₁: ada pengaruh positif Komitmen Organisasi dengan Loyalitas Karyawan PT MNC Sky Vision (Indovision) Bandung.

Untuk menentukan apakah H_0 diterima atau ditolak maka pengujiannya dilakukan uji “t” yaitu:

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

Dimana:

- t = Probabilitas
 r = Koefisien Korelasi
 n = Jumlah objek yang diamati

hasil perhitungan “t” hitung dari persamaan tersebut dibandingkan dengan “t” table dari distribusi t dengan derajat kebebasan (dk) = n - 4 dan taraf signifikan (a) sebesar 0,05. Jika $t_{\text{hit}} > t_{\alpha}$ H_0 ditolak dan H_1 $t_{\text{hit}} < t_{\alpha}$, maka H_0 diterima dan H_1 ditolak, atau dapat pula menggunakan kriteria sebagai berikut:

- Jika t hitung \geq dari t table maka $H_0 \neq$ ditolak
- Jika t hitung < dari t table maka $H_0 =$ diterima

Menghitung Nilai F_{Hitung}

Untuk mengetahui apakah variabel-variabel koefisien korelasi signifikan atau tidak. Untuk mencari F_{Hitung} dengan rumus (Akdon, Riduwan, 2006:128)

$$F_{\text{Hitung}} = \frac{\frac{R^2}{k}}{\frac{(1-R^2)}{(n-k-1)}}$$

Dimana:

- F_{Hitung} = Nilai F yang dihitung
 R = Nilai koefisien korelasi
 k = Jumlah variabel bebas (*independen*)
 n = Jumlah sampel