

BAB III

METODOLOGI PENELITIAN

3.1 Jenis Penelitian

Penelitian yang digunakan adalah penelitian kuantitatif. Penelitian kuantitatif adalah jenis penelitian yang menghasilkan penemuan-penemuan yang dapat dicapai dengan menggunakan prosedur-prosedur statistik atau cara-cara lain dari kuantifikasi. Pendekatan kuantitatif memusatkan perhatian pada gejala-gejala yang mempunyai karakteristik tertentu didalam kehidupan manusia yang dinamakannya sebagai variabel. Dalam pendekatan kuantitatif hakekat hubungan diantara variabel-variabel dianalisis dengan menggunakan teori yang obyektif. Jenis penelitiannya adalah deskriptif korelasional. Tujuan penelitian ini menggunakan tiga variabel yang terdiri dari, karakteristi penggunaan media dan pemanfaatan media komunikasi serta pengambilan keputusan organisasi. Teknik penelitian yang digunakan pada penelitian ini melalui penyebaran kuesioner dan wawancara terhadap karyawan PT. FPMI di kota Batam.

3.2 Variabel Operasional Penelitian

Variabel merupakan gejala yang menjadi fokus peneliti untuk diamati. Variabel ini sebagai atribut dari sekelompok orang atau obyek yang mempunyai variasi antara

satu dengan yang lainnya dalam kelompok itu (Sugiyono, 2014). Jumlah variabel yang akan diteliti oleh peneliti ada 2 (dua) variabel, yaitu variabel bebas (*Variabel Independent*) dan variabel terikat (*Variabel Dependet*). Dimana variabel bebas dalam penelitian ini terdapat terdiri dari tiga yaitu karakteristik pengguna media (X1), pemilihan saluran komunikasi (X2), pemanfaatan media komunikasi (X3) serta variabel terikat pengambilan keputusan (Y). menurut hubungan antara dua variabel dengan variabel yang lain, macam-macam variabel dalam penelitian ini dapat dibedakan menjadi :

3.2.1 Variabel bebas (*Independent Variable*)

Variabel bebas (*independent variable*) adalah variabel yang menjadi sebab atau merubah/mempengaruhi variabel lain (*variable dependent*). Juga sering disebut dengan variabel bebas, *predictor*, stimulus, eksogen, atau *antecedent*. Adapun variabel bebas (*independent variable*) dalam penelitian ini variabel bebas ada dua yaitu karakteristik pengguna media dan pemanfaatan media komunikasi :

Tabel 3.1 Operasional Variabel Jenis Media Komunikasi (X1)

Variabel	Indikator	Pernyataan	Skala
Jenis Media Komunikasi	Elektronik	Komunikasi yang disampaikan atau diakses secara elektronik dalam organisasi : komputer (<i>email</i>), <i>smartphone</i> (<i>WhatsApp</i>), telepon,	Ordinal, dihitung berdasarkan jenis media yang digunakan dapat diketahui skor : 1. Sangat tidak setuju 2. Tidak Setuju 3. Netral 4. Setuju 5. Sangat setuju
	Cetak	Komunikasi berbasis kertas : <i>form</i> pembelian, <i>drawing</i> pengerjaan, <i>form</i> pendapat karyawan, <i>company profile</i>	Ordinal, dihitung berdasarkan jenis media yang digunakan dapat diketahui skor : 1. Sangat tidak setuju 2. Tidak Setuju 3. Netral 4. Setuju 5. Sangat setuju
	Tatap Muka	Pertemuan orang secara fisik : <i>briefing</i> , rapat, diskusi	Ordinal, dihitung berdasarkan jenis media yang digunakan dapat diketahui skor : 1. Sangat tidak setuju 2. Tidak Setuju 3. Netral 4. Setuju 5. Sangat setuju

Sumber : Data Primer Diolah, 2017.

Tabel 3.2 Operasional Variabel Pemanfaatan Media Komunikasi (X2)

Variabel	Indikator	Pernyataan	Skala
Pemanfaatan media komunikasi	Frekuensi penggunaan media	Berapa sering media komunikasi digunakan	Ordinal, dihitung berdasarkan frekuensi penggunaan yang dapat diketahui skor : 1. 1 - 2 kali / hari 2. 3 - 4 kali / hari 3. 5 – 6 kali / hari 4. 7 – 8 kali/ hari 5. 9 -10 kali/ hari
	Durasi penggunaan media	Selang waktu yang dipakai dalam menggunakan media komunikasi	Ordinal, dihitung berdasarkan durasi penggunaan yang digunakan dapat diketahui skor : 1. 0 - 5 menit 2. 6 - 11 menit 3. 12 - 17menit 4. 18 – 23 menit 5. 24 – 25 menit

Sumber : Data Primer Diolah, 2017.

3.2.2 Variabel Terikat (*Dependent Variable*)

Variabel dependent merupakan variabel yang dipengaruhi atau menjadi akibat karena adanya variabel lain (variabel bebas). Variabel ini juga sering disebut variabel terikat, variabel respons atau endogen. Variabel inilah yang sebaiknya dikupas dalam dalam pada latar belakang penelitian. Berikan porsi yang lebih dalam membahas

variabel terikat dari pada variabel bebasnya karena merupakan implikasi dari hasil penelitian (Siregar, 2013:10). Adapun variabel terikat (*variable dependent*) dalam penelitian ini adalah pengambilan keputusan organisasi.

Tabel 3.3 Operasional Variabel Pengambilan Keputusan Organisasi (Y)

Variabel	Indikator	Pernyataan	Skala
Pengambilan Keputusan Organisasi	Keputusan yang diprogram (<i>Programmed decision</i>)	Jumlah keputusan rutin yang telah diambil di PT FPMI : Kepuasan pelanggan, kesediaan material, prosedur pengerjaan, kebijakan perusahaan, <i>Overtime</i> karyawan	Ordinal, dihitung berdasarkan keputusan rutin yang diambil 1. Sangat tidak setuju 2. Tidak Setuju 3. Netral 4. Setuju 5. Sangat setuju
	Keputusan yang tidak diprogram (<i>nonprogrammed decision</i>)	Jumlah keputusan tidak terduga yang diambil PT FPMI : Barang <i>reject</i> , Ketidak tepatan pengiriman, <i>customer complaint</i> , <i>inspection customer</i>	Ordinal, dihitung berdasarkan keputusan tidak rutin 1. Sangat tidak setuju 2. Tidak Setuju 3. Netral 4. Setuju 5. Sangat setuju

Sumber : Data Primer Diolah, 2017.

3.3 Populasi dan Sampel

3.3.1 Populasi

Populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri atas: subyek atau obyek dengan kualitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulan. Populasi bisa berupa manusia, tumbuhan, hewan, produk, bahkan dokumen. Jadi, populasi bukan hanya orang, tetapi juga obyek dan benda-benda alam lain. Populasi pun bukan sekadar jumlah pada subyek atau obyek yang dipelajari, tetapi meliputi seluruh karakteristik atau sifat yang dimiliki oleh subyek dan obyek itu (Sugiyono, 2014:80).

Dalam penelitian ini yang menjadi populasi atau sasaran penelitian adalah seluruh pekerja atau karyawan PT Fast Precision Manufacturing Indonesia kota Batam yang berjumlah 60 orang.

3.3.2 Sampel

Sampel adalah bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi. populasi, misalnya karena keterbatasan dana, tenaga dan waktu, maka peneliti dapat menggunakan sampel yang diambil dari populasi. Apa yang dipelajari sampel, kesimpulannya akan diberlakukan untuk populasi. Untuk itu, sampel yang diambil dari populasi harus betul-betul representatif (mewakili). Pengambilan jumlah sampel dari populasi memiliki aturan atau ada tekniknya. Dengan menggunakan teknik yang benar, sampel diharapkan dapat mewakili populasi, sehingga kesimpulan untuk

sampel dapat generalisasikan menjadi kesimpulan populasi (Pangadaji & Sopiah, 2010:185).

Teknik pengambilan sampel yang digunakan dalam penelitian ini adalah sampling jenuh. sampling jenuh yaitu semua anggota populasi digunakan sebagai sampel. Hal ini sering dilakukan bila jumlah populasi relatif kecil, kurang dari 30 orang, atau penelitian yang ingin membuat generalisasi dengan kesalahan yang sangat kecil. Istilah lain sampel jenuh adalah sensus, dimana semua anggota populasi dijadikan sampel (Sugiyono, 2014:85). Semua populasi PT Fast Precision Manufacturing Indonesia yang berjumlah 60 orang dijadikan sampel dalam penelitian ini.

3.4 Teknik Pengumpulan Data

3.4.1 Jenis Data

Jenis data yang dipakai dalam penelitian ini adalah kuantitatif, karena data yang akan diukur berupa skala numerik atau angka.

3.4.2 Sumber Data

Pengertian sumber data dalam penelitian adalah subjek darimana data dapat diperoleh (Suharsimi, 2006). Berdasarkan sumbernya data dibedakan menjadi dua jenis, yaitu:

1. Data primer

Data primer adalah sumber data yang langsung memberikan data kepada pengumpul data (Sugiyono, 2014). Data primer dalam penelitian ini adalah data yang terkait dengan variabel jenis media komunikasi (X1), pemanfaatan media komunikasi (X2) dan pengambilan keputusan organisasi (Y) yang diperoleh dari responden melalui wawancara terstruktur. Pada penelitian ini instrumen data melalui penyebaran kuesioner kepada responden yang dianggap telah memiliki populasi yaitu karyawan PT Fast Precision Manufacturing Indonesia di kota Batam.

2. Data sekunder

Data sekunder merupakan sumber yang tidak langsung memberikan data kepada pengumpul, data misalnya lewat orang lain atau lewat dokumen (Sugiyono, 2014). Teknik pengumpulan data sekunder diperoleh melalui analisa dokumen seperti, *company profile* perusahaan, struktur organisasi, memo rapat, dokumen perjanjian kerjasama dengan instansi-instansi dan foto sebagai dokumen penunjang lainnya. serta melakukan teknik kepustakaan untuk mendapatkan data sekunder yang diperlukan yang dimulai dengan melakukan penelusuran pada buku-buku yang sesuai dengan klasifikasi dan metode penelitian.

3.4.3 Teknik Pengumpulan Data

Pengumpulan data dilakukan dengan cara mengajukan pertanyaan dalam bentuk kuesioner kepada responden yang mengacu pada item atau pertanyaan yang berkaitan

dengan penelitian. Data ini yang akan dianalisis sebagai sumber data. Data diperoleh dengan menggunakan cara, sebagai berikut:

1. Wawancara Terstruktur

Wawancara terstruktur digunakan sebagai teknik pengumpulan data, bila peneliti atau pengumpul data telah mengetahui dengan pasti tentang informasi apa yang akan diperoleh. Oleh karena itu dalam melakukan wawancara, pengumpul data telah menyiapkan instrumen penelitian berupa pertanyaan-pertanyaan yang alternatif jawabannya pun telah disiapkan (Sugiyono, 2014).

Data yang akan diperoleh dari wawancara terstruktur ini akan membantu peneliti untuk mendapatkan data primer seperti data penggunaan media dan apa saja jenis media yang digunakan dalam organisasi. Dari wawancara terstruktur peneliti juga dapat memperoleh data keputusan yang diprogramkan dan yang tidak diprogramkan dalam organisasi yang akan diteliti.

2. Kuesioner (Angket)

Kuesioner merupakan teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan cara memberikan seperangkat pertanyaan atau pernyataan tertulis kepada responden untuk dijawabnya. Kuesioner merupakan teknik pengumpulan data yang efisien bila peneliti tahu dengan pasti variabel yang akan diukur dan tahu apa yang bisa diharapkan dari responden (Sugiyono, 2014).

Alat pengumpulan data pada penelitian ini adalah kuesioner yang akan dibagikan kepada karyawan yang terdiri dari pertanyaan-pertanyaan yang menyangkut tentang jenis media komunikasi, pemanfaatan media komunikasi dan pengambilan keputusan organisasi. Skala pengukuran instrumen data yang peneliti gunakan dalam penelitian ini yaitu skala ordinal. Bentuk kuesionernya adalah *multiple choice* (pilihan berganda), untuk keperluan analisis kuantitatif, maka jawaban diberi skor.

3. Observasi Berperan Serta (*Participant Observation*)

Dalam observasi ini, peneliti terlibat dengan kegiatan sehari-hari orang yang sedang diamati atau yang digunakan sebagai sumber data penelitian. Sambil melakukan pengamatan, peneliti ikut melakukan apa yang dikerjakan oleh sumber data, dan ikut merasakan suka dukanya. Dengan observasi partisipan ini, maka data yang diperoleh akan lebih lengkap, tajam dan sampai mengetahui pada tingkat makna dari setiap perilaku yang nampak (Sugiyono, 2014).

3.4.4 Instrumen yang digunakan

Instrumen yang digunakan dalam penelitian ini adalah program SPSS versi 21.0. SPSS adalah sebuah program computer yang digunakan untuk membuat analisis statistika SPSS dipublikasikan oleh SPSS Inc. SPSS (*Statistical Package for the Social Sciences* atau Paket Statistik untuk Ilmu Sosial).

3.5 Teknik Analisis Data

Dalam penelitian kuantitatif, analisis data merupakan kegiatan setelah data dari responden terkumpul. Kegiatan dalam analisis data adalah mengelompokkan data berdasarkan variabel dan jenis responden, mentabulasi data berdasarkan variabel dari seluruh responden, menyajikan data tiap variabel yang diteliti, melakukan perhitungan untuk menjawab rumusan masalah, dan melakukan perhitungan untuk menguji hipotesis yang telah diajukan (Sugiyono, 2009). Teknik analisis data kuantitatif dalam penelitian ini yaitu statistik inferensial.

3.5.1 Analisis deskriptif

Data yang diperoleh melalui prosedur pengumpulan data selanjutnya dianalisis dengan menggunakan uji validitas dan reabilitas. Penelitian ini menggunakan kuesioner sebagai alat ukur penelitian, sehingga perlu dilakukan uji validitas dan reabilitas dari kuesioner yang digunakan.

Analisis deskriptif menggambarkan tentang ringkasan data-data peneliian seperti mean, standar deviasi, varian dan modus (Priyatno, 2010: 12). Statistik deskriptif adalah statistik yang digunakan untuk menganalisis data dengan cara mendeskripsikan atau menggambarkan data yang berlaku untuk umum atau generalisasi (Sugiyono, 2009:206).

3.6 Uji Validitas dan Reliabilitas

3.6.1 Uji Validitas Data

Uji validitas data digunakan untuk mengukur valid atau tidaknya suatu kuesioner. Suatu kuesioner dikatakan valid jika pertanyaan pada kuesioner mampu untuk mengungkapkan sesuatu yang akan diukur oleh kuesioner tersebut. Pengujian validitas ini menggunakan *Pearson product moment correlation* yaitu dengan cara menghitung korelasi antara skor masing-masing butir pertanyaan dengan total skor. Jika korelasi antara skor masing-masing butir pertanyaan dengan total skor mempunyai tingkat signifikansi di bawah 0,05 maka butir pertanyaan tersebut dinyatakan valid dan sebaliknya (Ghozali, 2009, hal. 49). Alat untuk mengukur validitas data adalah Korelasi *Pearson*. Rumus yang digunakan untuk menguji validitas data adalah rumus *pearson* korelation (Noor, 2011:169).

Rumus 3.1 Validitas

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

Keterangan : r_{xy} = Koefisien korelasi antara variebel x dan y

X = Skor yang diperoleh subjek dari seluruh item

Y = Skor total yang diperoleh dari seluruh item

N = Jumlah Responden

3.6.1.2 Uji Validitas Variabel Jenis Media Komunikasi (X1)

Jenis media komunikasi dalam penelitian ini di ukur berdasarkan indikator media elektronik, media cetak dan media tatap muka yang dimanfaatkan dalam organisasi dan seterusnya diajukan kedalam beberapa pertanyaan. Secara keseluruhan variabel jenis media komunikasi disajikan dalam pertanyaan berjumlah 10 pertanyaan dalam kuesioner. Berikut ini adalah hasil uji validitas terhadap kuesioner mengenai variabel jenis media komunikasi.

Tabel 3.4 Hasil Uji Validitas Kuesioner Item pertanyaan jenis media komunikasi

Jumlah Pertanyaan	r_{hitung}	r_{tabel}	Kategori
X1.1	0.418	0,254	(Valid)
X1.2	0.311	0,254	(Valid)
X1.3	0.507	0,254	(Valid)
X1.4	0.546	0,254	(Valid)
X1.5	0.440	0,254	(Valid)
X1.6	0.609	0,254	(Valid)
X1.7	0.646	0,254	(Valid)
X1.8	0.456	0,254	(Valid)
X1.9	0.412	0,254	(Valid)
X1.10	0.498	0,254	(Valid)

Sumber : Data diolah primer, 2017

Berdasarkan tabel diatas, ke 10 pertanyaan yang diajukan sebagai instrument dalam menguji jenis media komunikasi dinyatakan valid. Artinya instrument tersebut

dapat digunakan untuk mengumpulkan data dengan valid sehingga data yang dihasilkan berdasarkan instrument tersebut dapat dipertanggung jawabkan.

3.6.1.2 Uji Validitas Variabel Pemanfaatan Media Komunikasi (X2)

Pemanfaatan media komunikasi dalam penelitian ini di ukur berdasarkan indikator frekuensi pemanfaatan media komunikasi dan durasi pemanfaatan media komunikasi dalam organisasi dan seterusnya diajukan kedalam beberapa pertanyaan. Secara keseluruhan variabel pemanfaatan media komunikasi disajikan dalam pertanyaan berjumlah 20 pertanyaan dalam kuesioner. Berikut ini adalah hasil uji validitas terhadap kuesioner mengenai variabel pemanfaatan media komunikasi.

Tabel 3.4 Hasil Uji Validitas Kuesioner Item pertanyaan pemanfaatan media komunikasi

Jumlah Pertanyaan	r_{hitung}	r_{tabel}	Kategori
X2.1	0.327	0,254	(Valid)
X2.2	0.301	0,254	(Valid)
X2.3	0.319	0,254	(Valid)
X2.4	0.516	0,254	(Valid)
X2.5	0.532	0,254	(Valid)
X2.6	0.351	0,254	(Valid)
X2.7	0.398	0,254	(Valid)
X2.8	0.526	0,254	(Valid)
X2.9	0.439	0,254	(Valid)
X2.10	0.456	0,254	(Valid)
X2.11	0.495	0,254	(Valid)
X2.12	0.393	0,254	(Valid)

X2.13	0.480	0,254	(Valid)
X2.14	0.471	0,254	(Valid)
X2.15	0.390	0,254	(Valid)
X2.16	0.575	0,254	(Valid)
X2.17	0.333	0,254	(Valid)
X2.18	0.302	0,254	(Valid)
X2.19	0.329	0,254	(Valid)
X2.20	0.261	0,254	(Valid)

Sumber : Data primer diolah, 2017

Berdasarkan tabel diatas, ke 20 pertanyaan yang diajukan sebagai instrumen dalam menguji pemanfaatan komunikasi dinyatakan valid. Artinya instrumen tersebut dapat digunakan untuk mengumpulkan data dengan valid sehingga data yang dihasilkan berdasarkan instrumen tersebut dapat dipertanggung jawabkan.

3.6.1.3 Uji Validitas Variabel Pengambilan Keputusan Organisasi (Y)

Pengambilan keputusan organisasi dalam penelitian ini di ukur berdasarkan indikator keputusan yang dapat diduga dan keputusan yang tidak dapat diduga yang terjadi dalam organisasi dan seterusnya diajukan kedalam beberapa pertanyaan. Secara keseluruhan variabel pengambilan keputusan organisasi disajikan dalam pertanyaan berjumlah 10 pertanyaan dalam kuesioner. Berikut ini adalah hasil uji validitas terhadap kuesioner mengenai variabel jenis media komunikasi.

Tabel 3.6 Hasil Uji Validitas Kuesioner Item pertanyaan pengambilan keputusan organisasi

Jumlah Pertanyaan	r_{hitung}	r_{tabel}	Kategori
-------------------	--------------	-------------	----------

Y1	0.581	0,254	(Valid)
Y2	0.575	0,254	(Valid)
Y3	0.740	0,254	(Valid)
Y4	0.594	0,254	(Valid)
Y5	0.620	0,254	(Valid)
Y6	0.507	0,254	(Valid)
Y7	0.592	0,254	(Valid)
Y8	0.443	0,254	(Valid)
Y9	0.358	0,254	(Valid)
Y10	0.463	0,254	(Valid)

Sumber : Data primer diolah, 2017

Berdasarkan tabel diatas, ke 10 pertanyaan yang diajukan sebagai instrumen dalam menguji pengambilan keputusan organisasi dinyatakan valid. Artinya instrument tersebut dapat digunakan untuk mengumpulkan data dengan valid sehingga data yang dihasilkan berdasarkan instrumen tersebut dapat dipertanggung jawabkan.

3.6.2 Uji Reliabilitas Data

Reliabilitas adalah untuk mengetahui sejauh mana hasil pengukuran tetap konsisten, apabila dilakukan pengukuran dua kali atau lebih terhadap gejala yang sama dengan menggunakan alat pengukuran yang sama pula. Dalam penelitian ini, pengujian reliabilitas menggunakan metode *Alpha Cronbach* yang digunakan untuk menghitung reliabilitas suatu test yang tidak mempunyai pilihan benar atau salah

maupun ya atau tidak, melainkan digunakan untuk menghitung reliabilitas suatu tes yang mengukur sikap atau perilaku.

Adapun Rumus untuk mencari besaran angka reliabilitas dengan menggunakan metode *Alpha Cronbach* dapat digunakan rumus sebagai berikut:

$$r_{11} = \left[\frac{k}{k-1} \right] \left[1 - \frac{\sum \sigma_b^2}{\sigma_t^2} \right]$$

Rumus 3.2 Reliabilitas

Sumber: (Sugiyono, 2014:58)

Dimana:

σ_t^2 = Varians total

$\sum \sigma_b^2$ = Jumlah varians butir

k = Jumlah butir pertanyaan

r_{11} = Koefisien reliabilitas instrument

3.6.2.1 Uji Reliabilitas Variabel Jenis Media Komunikasi (X1)

Reliabilitas menunjukkan sejauh mana hasil pengukuran tetap konsisten bila dilakukan pengukuran dua kali atau lebih terhadap gejala yang sama dengan alat ukur yang sama. Uji reliabilitas menggunakan metode *alpha cronbachs*, dan instrumen dinyatakan reliable jika nilai *alpha cronbachs* mencapai 0,6. Hasil uji reliabilitas untuk jenis media komunikasi (X1) dapat dilihat pada Tabel 3.6 berikut :

Tabel 3.7 Hasil Uji Reliabilitas Variabel Jenis Media Komunikasi (X1)

Reliability Statistics	
Cronbach's Alpha	N of Items
.635	10

Nilai *cronbach's alpha* variabel jenis media komunikasi (X₁) 0,635 > 0,60 berarti daftar pertanyaan yang terdiri dari 10 item pertanyaan tersebut adalah *reliabel*. Artinya terdapat konsistensi jawaban responden atas sepuluh pernyataan kusioner yang diajukan pada variabel jenis media komunikasi (X₁).

3.6.2.2 Uji Reliabilitas Variabel Pemanfaatan Media Komunikasi (X₂)

Reliabilitas menunjukkan sejauh mana hasil pengukuran tetap konsisten bila dilakukan pengukuran dua kali atau lebih terhadap gejala yang sama dengan alat ukur yang sama. Uji reliabilitas menggunakan metode *alpha cronbachs*, dan instrumen dinyatakan *reliable* jika nilai *alpha cronbachs* mencapai 0,6. Hasil uji reliabilitas untuk pemanfaatan media komunikasi (X₂) dapat dilihat pada Tabel 3.7 berikut :

Tabel 3.8 Hasil Uji Reliabilitas Variabel Pemanfaatan Media Komunikasi (X₂)

Reliability Statistics	
Cronbach's Alpha	N of Items
.740	20

Nilai *cronbach's alpha* variabel pemanfaatan media komunikasi (X_2) 0,740 > 0,60 berarti daftar pertanyaan yang terdiri dari 20 item pertanyaan tersebut adalah *reliabel* Artinya terdapat konsistensi jawaban responden atas sepuluh pernyataan kusioner yang diajukan pada variabel pemanfaatan media komunikasi (X_2).

3.6.2.3 Uji Reliabilitas Pengambilan Keputusan Organisasi (Y)

Reliabilitas menunjukkan sejauh mana hasil pengukuran tetap konsisten bila dilakukan pengukuran dua kali atau lebih terhadap gejala yang sama dengan alat ukur yang sama. Uji reliabilitas menggunakan metode *alpha cronbachs*, dan instrumen dinyatakan *reliable* jika nilai *alpha cronbachs* mencapai 0,6. Hasil uji reliabilitas untuk pengambilan keputusan organisasi (Y) dapat dilihat pada Tabel 3.8 berikut :

Tabel 3.9 Hasil Uji Reliabilitas Variabel Pengambilan Keputusan Organisasi (Y)

Reliability Statistics	
Cronbach's Alpha	N of Items
.738	10

Nilai *cronbach's alpha* variabel pengambilan keputusan organisasi (Y) 0,738 > 0,60 berarti daftar pertanyaan yang terdiri dari 10 item pertanyaan tersebut adalah *reliabel* Artinya terdapat konsistensi jawaban responden atas sepuluh pernyataan kusioner yang diajukan pada variabel pemanfaatan media komunikasi (X_2).

3.6.3 Uji Rank Spearman

Data yang digunakan untuk pengujian hipotesis ini berasal dari variabel (X) dan variabel (Y) yang pengukurannya menggunakan skala ordinal yaitu tingkat pengukuran yang memungkinkan peneliti mengurutkan respondennya dari tingkat yang paling rendah ke tingkat yang paling tinggi. Melalui pengukuran ini peneliti dapat membagi respondennya ke dalam urutan *ranking* atas dasar sikapnya pada objek atau tindakan tertentu, maka dalam menguji hipotesis ini digunakan teknik statistik *non parametik* karena sangat cocok dengan data-data yang berbentuk ordinal. Hipotesis ini akan diuji dengan menggunakan analisis korelasi *Rank Spearman*. Korelasi *Rank Spearman* menurut Sugiyono (2012) adalah: "Korelasi *Rank Spearman* digunakan untuk mencari hubungan atau untuk menguji spesifikasi hipotesis asosiatif, bila masing-masing variabel yang dihubungkan berbentuk ordinal dan sumber data antar variabel tidak harus sama".

Metode ini menggunakan ukuran asosiasi yang menghendaki sekurang-kurangnya variabel yang diuji dalam skala ordinal, sehingga objek penelitian dapat dirangking dalam 2 rangkaian berurutan. Adapun persamaan untuk mengukur koefisien *Rank Spearman* menurut sebagai berikut:

3.3 Rumus Rank Spearman

$$r_s = 1 - \frac{6 \sum_{i=1} d_i^2}{n(n^2 - 1)}$$

Dimana :

r_s = koefisien korelasi *Rank Spearman* yang menunjukkan keeratan hubungan antara unsur-unsur variabel X dan variabel Y

d_i = selisih mutlak antara rangking data variabel X dan variabel Y ($X_i - Y_i$)

n = banyaknya responden atau sampel yang diteliti

Apabila hasil penghitungan koefisien korelasi Rank Spearman r_s hitung $>$ r_s tabel maka hipotesis alternatif (H_a) diterima dan hipotesis nol (H_o) ditolak, yaitu terdapatnya pengaruh karakteristik pengguna media terhadap pemanfaatan media komunikasi. Tetapi bila sebaliknya r_s hitung $<$ r_s tabel maka hipotesis nol (H_o) diterima dan hipotesis alternatif (H_a) ditolak, yaitu tidak ada pengaruh karakteristik pengguna media dan pemanfaatan media komunikasi terhadap pengambilan keputusan organisasi.

Tabel 3.10

Pedoman Untuk Memberikan Interpretasi Koefisien Korelasi

Interval Koefisien Korelasi	Tingkat Hubungan
0,00 – 0,199	Sangat rendah
0,20 – 0,399	Rendah
0,40 – 0,599	Sedang
0,60 – 0,799	Kuat
0,80 – 1,000	Sangat kuat

Sumber: (Sugiyono, 2009, hal. 250)

Selanjutnya dapat dihitung koefisien determinasi untuk menentukan

seberapa besar pengaruh variabel X terhadap variabel Y dari korelasi *Rank Spearman*.

Menurut Sugiyono (2009:250) rumus yang digunakan adalah sebagai berikut:

3.3 Rumus Spearman

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

Di mana:

Kd = Koefisien Determinasi

r_s = Koefisien *Rank Spearman*

3.7 Waktu Penelitian

3.7.1 Lokasi Penelitian

Lokasi Penelitian merupakan tempat peneliti melakukan penelitian untuk memperoleh data-data yang diperlukan, yang ditentukan secara *purposive* dengan pertimbangan kemudahan dalam berbagai aspek seperti, waktu, dana dan ketersediaan sumber data. Penelitian ini dilaksanakan di PT. FPMI di Kota Batam.

3.7.2 Jadwal Penelitian

Penelitian ini dilakukan selama 5 (lima) bulan terhitung sejak bulan Oktober 2017 sampai dengan Februari 2018. Jadwal penelitian disesuaikan dengan kondisi jadwal yang telah ditetapkan selama lima bulan

