

BAB III

METODE PENELITIAN

3.1 Jenis Penelitian

Penelitian ini menggunakan jenis penelitian kuantitatif dengan menggunakan teknik korelasi. Sesuai dengan namanya, penelitian kuantitatif banyak dituntut menggunakan angka, mulai dari pengumpulan data, penafsiran terhadap data tersebut, serta penampilan hasilnya (Arikunto, 2002; hal. 10). Creswel menjelaskan bahwa penelitian kuantitatif adalah penelitian yang bekerja dengan angka, yang datanya berwujud bilangan (skor atau nilai, peringkat, atau frekuensi), yang dianalisis dengan menggunakan statistik untuk menjawab pertanyaan atau hipotesis penelitian yang sifatnya spesifik dan untuk melakukan prediksi bahwa suatu variabel tertentu mempengaruhi variabel yang lain (Alsa, 2004; hal. 13). Pola pikir yang digunakan adalah pola pikir deduktif, pola pikir seperti ini berusaha untuk memahami suatu fenomena dengan cara menggunakan konsep-konsep yang bersifat umum, yang abstrak untuk mencari hal-hal yang bersifat khusus dari suatu fenomena yang diteliti (Kasiram, 2008; hal. 149).

Tujuan dari penelitian kuantitatif adalah untuk ilmu yang berupaya membuat hukum-hukum dari generalisasinya. Kebenaran dicari lewat hubungan kausal linier sebab akibat. Teorinya adalah korespondensi, bahwa suatu kebenaran dapat dilihat dari segi kesesuaian antara pernyataan verbal dengan realita empirik (Kasiram, 2008; hal 149).

3.2 Identifikasi Variabel

Variabel adalah satuan terkecil dari objek penelitian yang dapat diukur dan mempunyai nilai numerik/kategori. Variabel penelitian dapat diidentifikasi dengan aspek tertentu, konsep yang diukur, dan dapat merumuskan hipotesis atau dasar dan proporsi yang digunakan (Singarimbun, 1987; hal. 3). Menurut Suryabrata (2005; hal. 25) variabel diartikan sebagai segala sesuatu yang akan menjadi objek pengamatan peneliti. Sering pula dinyatakan variabel penelitian itu sebagai faktor-faktor yang berperan dalam peristiwa atau gejala yang diteliti.

Variabel dalam sebuah penelitian perlu diklasifikasikan untuk menentukan alat pengumpulan data yang digunakan dan metode analisis yang sesuai. Pada penelitian ini variabel saling mempengaruhi satu sama lain karena terdapat hubungan maupun peran sebab akibat antara variabel yang ada dan menjadikan variabel yang satu berpengaruh terhadap variabel yang lain.

Terdapat dua macam variabel dalam penelitian (dalam Kartini, 1996; hal. 24), yaitu:

1. Variabel Bebas (*Independent Variable*)

Variabel bebas (*independent variable*) adalah variabel yang dikontrol oleh peneliti dan dikenakan pada subjek untuk menentukan efeknya terhadap reaksi subyek.

2. Variabel Terikat (*Dependent Variable*)

Variabel terikat (*dependent variable*) adalah variabel yang perubahannya merupakan akibat dari perubahan-perubahan lain atau merupakan anteseden (yang mendahului) didalam satu variabel lainnya.

Adapun variabel yang menjadi objek pada penelitian ini adalah:

1. Variabel terikat (Y) : Komitmen Organisasi
2. Variabel bebas (X) : Kepemimpinan Transformasi

Memahami variabel dan kemampuan menganalisis atau mengidentifikasi setiap variabel menjadi sub-sub variabel beserta indikator-indikatornya merupakan syarat mutlak bagi setiap peneliti (Arikunto, 2002; hal. 104).

3.3 Definisi Operasional

Definisi operasional adalah suatu definisi mengenai variabel yang dirumuskan berdasarkan karakteristik-karakteristik variabel yang dapat diamati (Azwar, 2007; hal. 74). Oleh karena itu untuk menghindari kesalahan penafsiran hal-hal yang berkaitan dengan masalah yang diteliti karena variabel masih ambigu, maka peneliti merasa perlu adanya penegasan terhadap variabel yang akan diteliti, yaitu sebagai berikut:

3.3.1 Komitmen Organisasi

Komitmen organisasi merupakan kesediaan individu dalam melaksanakan tugas atau kebutuhan yang berlaku di organisasi. Adapun tingkatan dari komitmen organisasi adalah komitmen rasional, komitmen normatif, dan komitmen afeksi

3.3.2 Gaya Kepemimpinan Transformasi

Kepemimpinan transformasi adalah gaya kepemimpinan yang mampu mempengaruhi orang lain agar melakukan hal yang positif sesuai dengan tujuan organisasi. Adapun ciri-cirinya meliputi *attributed charisma* (kharisma yang disertai visi, keahlian dan tindakan mendahulukan kepentingan bersama), *idealized influence* (kemampuan mempengaruhi disertai penekanan nilai dan moral), *inspirational motivation* (kemampuan memotivasi dan menginspirasi),

intellectual stimulation (kemampuan mengasah kreatifitas bawahan), dan *individualized consideration* (kemampuan menghargai dan memperhatikan).

3.4 Populasi dan Sampel

Populasi merupakan suatu kelompok subjek yang hendak dikenai generalisasi hasil penelitian atau ditarik kesimpulan (Sugiyono, 2009; hal. 80). Sutrisno (2002, hal. 70) mengatakan bahwa dalam suatu penelitian, segala hal yang perlu diperhatikan adalah menentukan terlebih dahulu luas dan sifat-sifat populasi, memberikan batasan yang tegas, baru kemudian menetapkan sampelnya. Populasi penelitian ini adalah semua karyawan BCA Kota Malang. Adapun karakteristiknya adalah sebagai berikut:

1. Berprofesi sebagai karyawan di BCA Kota Malang

Sampel adalah sebagian dari populasi, karena itu harus memiliki ciri-ciri yang dimiliki oleh populasinya (Arikunto, 2002; hal. 109). Apabila populasi besar dan peneliti tidak mungkin meneliti populasi secara keseluruhan karena keterbatasan waktu, tenaga, dan dana, maka peneliti dapat mengambil sampel tersebut. Apa yang dipelajari dari sampel itu keputusannya akan diberlakukan untuk populasi (Sugiono, 2009; hal. 81). Oleh karena itu sampel harus benar-benar mewakili populasi. Sampel dalam penelitian ini adalah karyawan BCA Kota Malang sebesar 70 orang diantara 689 orang karyawan. Apabila subyek penelitian kurang dari 100, lebih baik diambil semua, tetapi jika subyeknya besar atau lebih dari 100 maka dapat diambil antara 10-15% atau 20-25% atau lebih. Secara umum semakin besar sampel maka semakin representatif (Arikunto, 2002; hal. 112).

Teknik pengambilan sampel dalam penelitian ini menggunakan metode *random sampling*. *Random sampling* adalah pengambilan sampel secara acak tanpa pandang bulu. Semua anggota populasi memiliki kesempatan yang sama untuk dipilih menjadi sampel (Kasiram, 2008; hal. 224). Syarat dari pengambilan *random sampling* ialah memiliki responden yang populasinya homogen (Masyhuri & Zainuddin, 2008; hal. 107) yang senada dengan Sutrisno (2000, hal. 89) bahwa proporsi sampel yang representatif tergantung pada homogenitas populasi.

3.5 Metode Pengumpulan Data

Metode pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini yaitu dengan skala psikologis. Menurut Azwar (2006, hal. 4) alat ukur skala psikologis memiliki karakteristik khusus yang membedakannya dari berbagai bentuk alat pengumpulan data yang lain seperti skala, daftar isian, inventori, dan lain-lainnya. Azwar (2007, hal. 97) menambahkan bahwa penskalaan merupakan prosedur penempatan atribut atau karakteristik obyek pada titik-titik tertentu sepanjang kontinum. Adapun karakteristik skala sebagai alat ukur psikologi, yaitu:

1. Stimulusnya berupa pertanyaan tidak langsung mengungkap atribut yang hendak diukur melainkan mengungkap indikator perilaku dari atribut yang bersangkutan.
2. Skala psikologi berisi banyak aitem. Jawaban subyek terhadap satu aitem baru merupakan sebagian dari banyak indikasi mengenai atribut yang diukur, sedangkan kesimpulan akhir sebagai suatu diagnosis baru dapat dicapai bila semua aitem direspon.

3. Respon subyek tidak diklasifikasikan sebagai jawaban “benar” atau “salah”.
4. Semua jawaban dapat diterima sepanjang diberikan secara jujur dan sungguh-sungguh, jawaban yang berbeda akan diinterpretasikan berbeda pula.

Penelitian ini menggunakan dua skala psikologis dalam mengungkapkan data yang dibutuhkan, yaitu:

1. Skala Komitmen terhadap Organisasi (Variabel Y)

Skala komitmen terhadap organisasi dipergunakan untuk mengetahui komitmen berorganisasi yang dimiliki oleh sampel penelitian. Skala dibentuk berdasarkan intisari yang berkompeten dalam penelitian ini, dilihat berdasarkan ciri-ciri komitmen terhadap organisasi yang dikemukakan oleh Rhoades (2001, hal. 825), Schultz & Schultz (2002, hal. 255) adalah sebagai berikut:

Tabel 1. Rancangan Jumlah Aitem (Blue Print)

Komitmen Organisasi

No.	Aspek	Indikator	Sebaran No. Aitem	Jumlah
1.	Rasional	a. Manfaat organisasi b. Membutuhkan organisasi c. Keterikatan dengan organisasi	1, 11, 21 4, 14, 23 7, 17, dan 25	9
2.	Normatif	a. Tanggung jawab pada organisasi b. Kewajiban loyal pada organisasi	9, 19, 22 5, 15, dan 24	6
3.	Afektif	a. Kepercayaan terhadap nilai organisasi b. Kemauan keras untuk berkontribusi pada organisasi	3, 13 6, 16	10

	c. Keinginan mempertahankan keanggotaan di organisasi	8, 18	
	d. Menjaga nama baik organisasi	2, 12	
	e. Membela nama baik organisasi	10, dan 20	
Total Aitem			25

2. Skala Kepemimpinan Transformasi (Variabel X)

Skala gaya kepemimpinan transformasi digunakan untuk mengungkap faktor-faktor yang mempengaruhi sejauh mana gaya kepemimpinan transformasi mempengaruhi komitmen terhadap organisasi. *Blue print* disusun sebagai berikut:

Tabel 2. Rancangan Jumlah Aitem (*Blue Print*)

Kepemimpinan Transformasi

Aspek	Indikator	Sebaran No. Aitem	Jumlah
Kharisma yang disertai visi dan keahlian untuk mendahulukan kepentingan bersama (<i>Atributed Charisma</i>)	a. Dikagumi bawahan	1, 21	6
	b. Dihormati bawahan	17, 37	
	c. Dipercaya bawahan	10, dan 20	
Kekuatan mempengaruhi disertai nilai dan moral (<i>Idealized Influence</i>)	a. Keyakinan diri kuat	2, 22	14
	b. Hadir disaat sulit	6, 26	
	c. Memegang teguh nilai	11, 31	
	d. Menumbuhkan kebanggaan	15, 35	
	e. Bervisi jelas	5, 25	
	f. Langkahnya memiliki tujuan pasti	3, 23	
	g. Menjadi teladan bagi bawahan	20, dan 40	
Kemampuan memotifasi dan menginspirasi (<i>Inspirational Motivation</i>)	a. Harapan jelas terhadap prestasi	18, 38	6
	b. Mendemonstrasikan komitmen untuk tujuan	7, 27	

	c. Menggugah semangat tim untuk belajar	12, dan 32	
Kemampuan mengasah kreatifitas karyawan (<i>Intelectual Stimulation</i>)	a. Menuntut pembaharuan cara kerja	4, 24	6
	b. Menumbuhkan ide-ide baru	8, 28	
	c. Mengkaji kepercayaan lama	13, dan 33	
Kemampuan menghargai dan memperhatikan (<i>Individualized Consideration</i>)	a. Mengenali kebutuhan bawahan	9, 29	8
	b. Mendengarkan bawahan dengan perhatian	14, 24	
	c. Berusaha memenuhi kebutuhan karyawan	16, 36	
	d. Menghargai sikap bawahan	19, dan 39	
Total Aitem			40

Skala disini digunakan sebagai metode pengumpulan data untuk mengetahui gaya kepemimpinan transformasi atasan dan komitmen terhadap organisasi karyawan di BCA Kota Malang.

Skala dalam penelitian ini merupakan data primer atau data tangan pertama, yang merupakan data yang diperoleh langsung dari subyek penelitian dengan mengenakan alat pengukuran atau alat pengambilan data langsung pada subyek sebagai sumber informasi yang dicari (Azwar, 2007; hal. 91).

Skala yang digunakan menggunakan skala sikap model Likert. Dalam Skala Likert terdapat pernyataan-pernyataan yang bersifat *favourabel*. Pernyataan *favourabel* adalah pernyataan yang mendukung atau memihak pada objek (Azwar, 2007; hal. 91).

Cara penilaian jawaban dengan menggunakan skala Likert, dimana terdapat 4 alternatif jawaban yang sudah disediakan oleh peneliti, yaitu Sangat

Setuju (SS), Setuju (S), Tidak Setuju (TS), Sangat Tidak Setuju (STS). Adapun pemberian nilai yaitu atau skor dari jawaban responden adalah sebagai berikut:

Peneliti meniadakan alternatif jawaban ragu-ragu atau netral di tengah dengan alasan sebagai berikut:

1. Alternatif jawaban tengah mempunyai arti ganda, bisa diartikan belum dapat memberikan jawaban, bisa juga diartikan netral.
2. Tersedianya jawaban ditengah menimbulkan kecenderungan menjawab ditengah (*central tendency effect*), terutama bagi mereka yang ragu-ragu antara setuju dan tidak setuju.
3. Penggunaan empat alternatif jawaban dimaksudkan untuk melihat kecenderungan pendapat responden ke arah setuju atau tidak setuju. Jika disediakan kategori jawaban ditengah maka akan mengurangi banyaknya informasi yang akan didapat dari responden (Sutrisno, 2000; hal. 185)

3.6 Teknik Analisis Data

3.6.1 Validitas

Validitas berasal dari kata *validity* yang mempunyai arti sejauh mana dan kecermatan suatu alat ukur dalam melakukan fungsi ukurnya. Suatu tes atau instrumen pengukuran dapat mempunyai validitas yang tinggi apabila alat tersebut menjalankan fungsi ukurnya, atau memberikan hasil ukur, sesuai dengan maksud dilakukannya pengukuran tersebut. Tes yang menghasilkan data yang tidak relevan dengan tujuan pengukuran dikatakan sebagai tes yang memiliki validitas rendah (Azwar, 2007; hal. 5-6). Validitas juga berhubungan dengan tujuan dari

pengukuran. Pengukuran dikatakan valid jika mengukur tujuannya dengan nyata dan benar. Alat ukur yang tidak valid adalah memberikan hasil menyimpang dari tujuannya. Penyimpangan ini disebut kesalahan (*error*) atau varian (dalam Jogiyanto, 2011; hal 38).

Penelitian ini menggunakan validitas isi dan validitas konstruk. Validitas isi merujuk pada sejauh mana rumusan-rumusan sesuai dengan isi yang dikehendaki sesuai dengan tujuan tertentu. Meskipun rumusan instrumen dapat dibuat sesuai dengan isi yang dikehendaki, namun validitas isi tidak dapat dinyatakan dalam bentuk angka hasil uji. Validitas isi dilakukan dengan pertimbangan peneliti, artinya mengandung unsur subjektif namun bertujuan untuk menitikberatkan pada isi yang dikehendaki (Danim, 2004; hal. 196). Sedangkan validitas konstruk dimaksudkan untuk melihat kaitan antara dua variabel atau gejala yang tidak dapat diukur secara langsung secara numeric (Danim, 2004; hal. 198).

Untuk mengetahui validitas isi dari aitem, maka peneliti mencocokkan dengan bantuan dari orang-orang yang memiliki kompetensi, seperti dosen pengajar mata kuliah metodologi penelitian. Sedangkan untuk mengetahui konstruk aitem, maka penelitian ini menggunakan rumus korelasi *product-moment* dari Pearson yang dibantu dengan program *SPSS 17.00 for windows*.

Adapun rumus korelasi *product-moment* tersebut adalah sebagai berikut:

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

Keterangan :

r_{xy} : korelasi *product-moment*

N : jumlah responden

$\sum X$: nilai aitem

$\sum Y$: nilai total pada skala

Apabila hasil korelasi aitem dengan total aitem satu faktor di dapat probabilitas (p) < 0,05, maka dikatakan signifikan dan butir-butir tersebut dianggap sahih atau valid untuk taraf signifikan sebesar 5%. Sebaliknya, jika didapat probabilitas sebesar > 0,05, maka disebut tidak signifikan dan butir-butir dalam skala tersebut dinyatakan tidak sahih atau tidak valid. Dalam hal ini peneliti menggunakan alat bantu *SPSS for Windows 17.00*.

3.6.2 Reliabilitas

Ghiselli mendefinisikan reliabilitas suatu pengukur sebagai seberapa besar variasi tidak sistematis dari penjelasan kuantitatif yang tersusun atas karakteristik-karakteristik individu jika individu tersebut diukur berulang kali. Sedangkan Isaac dan Michael mendefinisikan reliabilitas sebagai konsistensi antar pengukuran-pengukuran secara berurutan (dalam Jogyanto, 2011; hal 38).

Untuk menentukan reliabilitas dari tiap aitem, maka penelitian ini menggunakan rumus *Alpha* yang dibantu dengan program *SPSS 17.00 for windows*. Penggunaan rumus ini dikarenakan skor yang dihasilkan dari instrumen penelitian merupakan rentangan antara beberapa nilai atau yang terbentuk dalam

skala 1-4, 1-5, dan seterusnya, bukan dengan hasil 1 dan 0. Rumus *Alpha* tersebut adalah :

$$r_{11} = \left[\frac{k}{k-1} \right] \left[1 - \frac{\sum \sigma_b^2}{\sigma_1^2} \right]$$

Keterangan :

r_{11} : reliabilitas

k : banyaknya aitem atau banyaknya soal

$\sum \sigma_b^2$: jumlah varian aitem

$\sum \sigma_1^2$: varian total

Dalam aplikasinya, reliabilitas dinyatakan oleh koefisien reliabilitas (R_{xy}) yang angkanya berada dalam rentang dari 0 sampai dengan 1,00. Semakin tinggi koefisien reliabilitas mendekati 1,00 berarti semakin tinggi reliabilitas. Sebaliknya koefisien yang semakin rendah mendekati angka 0 berarti semakin rendahnya reliabilitas (Azwar, 2007; hal. 83). Dalam hal ini maka peneliti menggunakan alat bantu *SPSS for Windows 17.00*.

3.6.3 Analisis Regresi Linier

Analisis regresi (*anareg*) merupakan teknik statistik untuk melihat pengaruh dua atau lebih variabel bebas terhadap satu variabel terikat yang mana setiap variabel berwujud skor. Menurut Arikunto (2005, hal 453-456) analisis regresi digunakan untuk beberapa tujuan yang utama, yaitu: (1) mencari korelasi antara kriterium dengan prediktor; (2) menguji apakah korelasi itu signifikan atau tidak signifikan, (3) menyusun persamaan garis regresi, (4) mencari korelasi antara sesama prediktor dan antara tiap prediktor dengan kriterium, dengan

menguji taraf signifikansinya (jarak prediktornya lebih dari satu), (5) mencari bobot sumbangan efektif tiap prediktor (jika prediktor lebih dari satu), dan mencari korelasi parsial, jika diperlukan. Penelitian ini menggunakan analasi regresi (*anareg*) dengan tujuan mencari korelasi, menguji korelasi apakah signifikan atau tidak, dan mencari bobot sumbangan efektif. Dalam hal ini peneliti menggunakan alat bantu *SPSS for Windows 17.00*.

3.7 Pengujian Asumsi

Sebelum melakukan pengujian terhadap model regresi maka perlu dilakukan pengujian asumsi terhadap model regresi atau dapat dianalisis dan memberikan hasil yang representatif atau memperoleh model analisis yang tidak bias, maka model tersebut harus memenuhi asumsi dasar klasik dengan 2 penggunaan, yaitu:

1. Uji Normalitas

Uji normalitas dimaksudkan untuk mengetahui apakah residual model regresi yang diteliti berdistribusi normal atau tidak. Metode yang digunakan untuk menguji normalitas adalah dengan menggunakan uji Kolmogorof-Smirnof. Jika nilai signifikansi dari hasil uji Kolmogorof-Smirnof $> 0,05$ maka asumsi normalitas terpenuhi (dalam Sulaiman, 2004; hal 15).

2. Uji Linieritas

Uji Linieritas dipergunakan untuk melihat apakah model yang dibangun mempunyai peran linear atau tidak. Uji Linieritas dipergunakan untuk mengkonfirmasi apakah sifat linear antara dua variabel yang diidentifikasi secara teori sesuai atau tidak dengan hasil observasi yang ada. Uji Linieritas dapat menggunakan uji Durbin-Watson (dalam Sulaiman, 2004; hal 15).

