

BAB III

OBJEK DAN METODOLOGI PENELITIAN

3.1 Objek dan Ruang Lingkup Penelitian

3.1.1 Profil Organisasi

PT. X (Persero) (Persero), disingkat PT. X (PERSERO), merupakan perusahaan induk untuk badan usaha milik negara dalam bidang pupuk di Indonesia. Perusahaan ini berkedudukan di Jakarta. Perusahaan ini dulu bernama PT Pupuk Sriwidjaja (Persero) yang merupakan perusahaan pupuk di Palembang, Sumatera Selatan yang berganti nama berdasarkan Keputusan Menteri Hukum dan Hak Asasi Manusia Republik Indonesia No AHU-17695.AH.01.02.Tahun 2012.

Didirikan pada tanggal 24 Desember 1959, PT. X (Persero) adalah Badan Usaha Milik Negara (BUMN) yang dahulu dikenal dengan nama PT Pupuk Sriwidjaja (Persero) atau PUSRI (Persero) sebagai produsen pupuk urea pertama di Indonesia.

Sejarah PT. X (Persero) atau PT. X (Persero) disingkat PT. X (PERSERO), yang terbentang selama lebih dari lima dekade terbagi menjadi dua fase utama.

Fase pertama yang masih bernama PT Pupuk Sriwidjaja adalah sebagai unit usaha yang berdiri sendiri dari kurun tahun 1959 hingga 1997.

Fase kedua ditandai dengan Peraturan Pemerintah (PP) nomor 28 tanggal 7 Agustus 1997 yang menunjuk PT Pupuk Sriwidjaja (Persero) sebagai induk perusahaan (Holding Company).

PT. X (Persero) membawahi sejumlah anak perusahaan sebagai berikut:

-PT Petrokimia Gresik (PKG), memproduksi dan memasarkan pupuk urea, ZA, SP-36/18, Phonska, DAP, NPK, ZK dan industri kimia lainnya serta pupuk organik.

-PT Pupuk Kujang (PKC), memproduksi dan memasarkan pupuk urea, NPK, organik dan industri kimia lainnya.

-PT Pupuk Kaltim (PKT), memproduksi dan memasarkan pupuk urea, NPK, organik dan industri kimia lainnya.

-PT Pupuk Iskandar Muda (PIM), memproduksi dan memasarkan pupuk urea dan industri kimia lainnya.

-PT Pupuk Sriwidjaja Palembang memproduksi dan memasarkan pupuk urea dan industri kimia lainnya serta pupuk organik.

-PT Rekayasa Industri (REKIND), bergerak dalam penyediaan jasa engineering, procurement & construction (EPC).

-PT Mega Eltra (ME), bergerak dalam bidang usaha perdagangan umum.

-PT Pupuk Indonesia Logistik (PILog) bergerak dibidang logistik

-PT Pupuk Indonesia Energi (PIE) bergerak dalam bidang steam dan listrik

-PT Pupuk Indonesia Pangan (PIP)

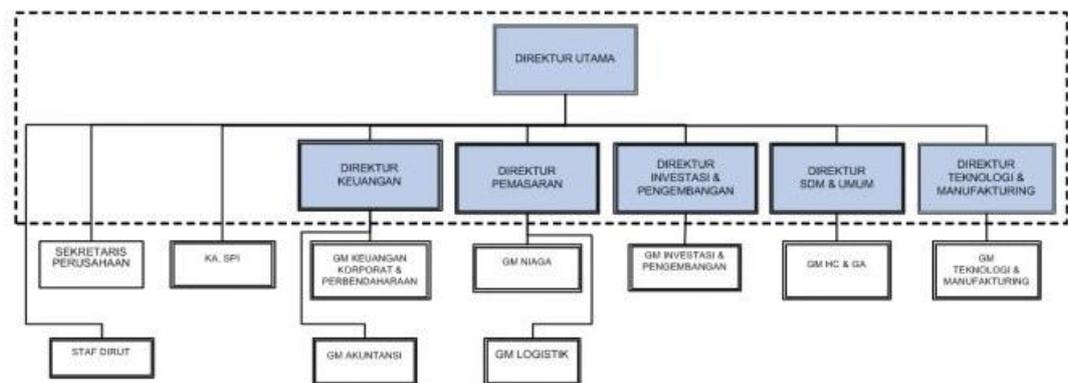
PT. X (Persero) merupakan produsen pupuk terbesar di Asia dengan total aset pada tahun 2014 sebesar Rp. 75,9 triliun dan total kapasitas produksi pupuk mencapai 12,6 juta ton per-tahun.

Dalam mengemban tugas bagi ketahanan pangan nasional, PT. X (Persero) dan 10 (sepuluh) anak perusahaannya Merupakan produsen pupuk terbesar di Asia yang terdiri dari pupuk urea, NPK, ZK, ZA, dan SP-36 dengan yang tersebar di pulau Jawa, Sumatera dan Kalimantan

Memiliki fasilitas pendukung antara lain berupa pelabuhan dan sarannya, kapal angkutan, pergudangan, Unit pengantungan pupuk dan perbengkelan yang memperlancar proses produksi dan distribusi pupuk.

Kegiatan operasional PT. X (Persero) Group bergerak di bidang industri pupuk, petrokimia dan agrokimia, steam (uap panas) dan listrik, pengangkutan dan distribusi, perdagangan serta EPC (Engineering, Procurement and Construction).

Struktur Organisasi



Gambar 3.1 Bagan Organisasi
Sumber : Website PT. X (PERSERO)

3.1.2 Visi dan Misi PT. X (Persero)

- **Visi**

Menjadi perusahaan agrokimia dan pangan yang terintegrasi, berkelanjutan dan berkelas dunia.

- **Misi**

- a. Mengembangkan bisnis utama di bidang pupuk, kimia dan energi –energi beserta infrastrukturnya.

- b. Mengembangkan usaha yang mendukung ketahanan pangan

- c. Mengembangkan portofolio investasi untuk meningkatkan nilai tambah perusahaan.

- d. Menghasilkan produk dan jasa yang berkualitas dan berdaya saing.

- **Tata Nilai PT. X (Persero) (Persero)**

- *Stakeholder Satisfaction*

- *Innovation and total value added*

- *Integrity and ethics*

- *Team work and Synergy*

- *Environmentally friendly*

3.1.3 Tempat dan Waktu Penelitian

Penelitian dilakukan secara langsung di PT. X (Persero) yang beralamat di Jalan Taman Angrek – Kemanggisan Jaya, Jakarta Barat 11480. Penelitian ini dilakukan sejak tanggal 10 Mei 2016.

3.2 Metode Penelitian

Penelitian ini akan menggunakan dua metode penelitian, yaitu metode penelitian deskriptif dan metode penelitian eksplanatori. Penelitian deskriptif dilakukan untuk memberikan gambaran yang lebih detail mengenai suatu gejala

atau fenomena. Hasil akhir dari penelitian ini biasanya berupa tipe atau jenis mengenai fenomena yang sedang dibahas. Tujuan penelitian deskriptif adalah untuk menggambarkan mekanisme sebuah proses serta menciptakan seperangkat kategori.³⁹

Metode eksplanatori (*explanatory research*) adalah “penelitian yang bertujuan menganalisis hubungan antara satu variabel dan variabel lainnya atau cara suatu variabel mempengaruhi variabel lainnya.”⁴⁰ Namun secara khusus, penelitian ini menerapkan metode atau desain penelitian kausal yang mencoba menganalisis dan menggambarkan pengaruh variabel motivasi dan komunikasi terhadap kinerja pada PT. X (Persero)

3.3 Operasionalisasi Variabel Penelitian

3.3.1 Variabel Penelitian

1. Variabel *independen* (bebas)

Variabel *independen* (bebas) adalah variabel yang mempengaruhi variabel *dependen* (terikat). Dalam penelitian ini variabel *independen* (bebas) adalah motivasi (X1) dan komunikasi (X2).

2. Variabel *dependen* (terikat)

Variabel *dependen* (terikat) adalah variabel yang dipengaruhi atau variabel yang menjadi akibat adanya variabel bebas. Variabel *dependen* (terikat) dalam penelitian ini adalah Kinerja (Y).

³⁹ Bambang Prasetyo dan Lina Miftahul Jannah, *Metode Penelitian Kuantitatif*, (Jakarta: Raja Grafindo Persada, 2005), h.42

⁴⁰ Yaya Suryana, *Metode Penelitian Manajemen Pendidikan*, (Bandung: CV Pustaka Setia, 2015), h.55

Tabel 3.1
Operasionalisasi Variabel

Variabel	Dimensi	Indikator	Item	Skala
Motivasi (X1) Motivasi adalah suatu kekuatan daya penggerak yang berada dalam diri seorang manusia yang dapat dikembangkan sendiri ataupun dorongan kekuatan luar untuk mencapai beberapa tujuan. Dimensi yang menilai motivasi adalah: kebutuhan akan prestasi, kebutuhan kekuasaan dan kebutuhan keanggotaan. McClelland (1960), Harrel dan Stahl (1984), Robbins (2001)	1. <i>The Need for Achievement (n-ach)</i> atau kebutuhan akan prestasi	Menikmati tantangan	1	Interval 1-5
		Mencapai kesuksesan	2	
		Menikmati penyelesaian tugas	3	
	2. <i>The Need for Authority and Power (n-pow)</i> atau kebutuhan akan kekuasaan	Menjadi pemimpin	4	Interval 1-5
		Senang mempengaruhi orang lain	5	
		Memiliki inisiatif	6	
	3. <i>The Need for Affiliation (n-aff)</i> atau kebutuhan keanggotaan	Menghargai perasaan orang lain	7	Interval 1-5
		Memiliki hubungan yang erat antar rekan karyawan	8,9	

Variabel	Dimensi	Indikator	Item	Skala
Komunikasi (X2) Komunikasi adalah perpindahan informasi dan arti dari satu pihak kepada pihak lain melalui penggunaan simbol yang sama maupun yang beda. Kumar dalam Wiryanto (2004), De Vito (1997)	1. Keterbukaan (<i>Openness</i>)	<i>Open Minded</i>	10	Interval 1-5
		Sensitif terhadap perkataan orang lain	11	
	2. Rasa Positif (<i>Positiveness</i>)	Berpikir Positif	12	Interval 1-5
		Merasa Diperlukan	13	
		Penilaian terhadap orang lain	14	
	3. Dukungan (<i>Supportiveness</i>)	Memberikan sikap dukungan kepada perkataan orang lain	15	Interval 1-5
		Berkata Setuju terhadap perkataan orang lain	16	
	4. Empati (<i>Empathy</i>)	Memahami Perasaan	17	Interval 1-5
		Mengerti Situasi	18	
	5. Kesetaraan (<i>Equality</i>)	Kesamaan Informasi	19	Interval 1-5

Sumber : Data diolah peneliti, 2016

3.3.2 Skala Pengukuran

Skala pengukuran menggunakan skala likert dalam interval 1-5 dan skala pengukuran nominal. Likert dalam interval 1-5 untuk kategori pertanyaan dengan jawaban sangat tidak setuju dengan nilai 1 (satu) sampai dengan jawaban sangat setuju dengan nilai 5. Skala Likert adalah skala yang didasarkan atas penjumlahan sikap responden dalam merespon pertanyaan berdasarkan indikator-indikator suatu konsep atau variabel yang diukur.⁴¹

Ketika menggunakan skala Likert, skor dari respon yang ditunjukkan responden dijumlahkan dan jumlah ini merupakan total skor, yang kemudian ditafsirkan sebagai respon dari responden. Skala likert 1-5 digunakan untuk semua variabel.

⁴¹ Juliansyah Noor, *Analisis Data Penelitian Ekonomi & Manajemen*, (Jakarta: PT Grasindo, 2014), h.14

$$n = \frac{N}{1 + Ne^2}$$

$$n = \frac{130}{1 + 130 (0.05)^2}$$

$$= 98,11 (98)$$

Keterangan:

N =Jumlah Populasi,

n = jumlah sampel

e = standar error (simpangan baku dalam penelitian ini ditetapkan 5%)

maka jumlah sampel yang akan diteliti sejumlah 98 orang.

3.4.2.1 Teknik Pengambilan Sampel

Teknik pengambilan sampel yang digunakan dalam penelitian ini adalah *Non-probability sampling*. *Non-probability sampling* merupakan metode sampling yang setiap individu atau unit dari populasi tidak memiliki kemungkinan (*non-probability*) yang sama untuk terpilih. Ada pertimbangan-pertimbangan tertentu yang mendasari pemilihan sampel.⁴⁵

Biasanya, pertimbangan-pertimbangan tersebut disesuaikan dengan latar belakang fenomena yang diangkat dari tujuan penelitian. Metode *Non-probability sampling* dispesifikasikan menjadi tiga teknik yaitu *convenience sampling (accidental*

⁴⁵ Endang Mulyatiningsih, *Metode Penelitian Terapan Bidang Pendidikan*, (Bandung: Alfabeta, 2012), h. 11

sampling), *quota sampling* dan *purposive sampling*. Sedangkan teknik *non-probability sampling* yang digunakan adalah *convenience sampling (accidental sampling)*. *Convenience sampling (accidental sampling)* adalah sampel yang tidak direncanakan terlebih dahulu, melainkan secara kebetulan, yaitu unit atau subjek tersedia bagi peneliti saat pengumpulan data dilakukan. Proses diperolehnya sampel semacam ini disebut sebagai penarikan sampel secara kebetulan.⁴⁶

3.5 Metode Pengumpulan Data

Dalam penelitian ini peneliti menggunakan data primer dan data sekunder sebagai sumber data.

3.5.1 Data Primer

Data primer adalah data yang dikumpulkan untuk penelitian dari suatu peristiwa dan kejadian yang bersifat aktual.⁴⁷ Hal ini merujuk pada informasi-informasi yang dibutuhkan peneliti terhadap variabel untuk tujuan penelitian. Untuk memperoleh data primer, peneliti menggunakan beberapa cara, antara lain:

1. Wawancara

Dalam metode ini, peneliti mengumpulkan data secara langsung berhadapan dengan responden dan melakukan sesi tanya jawab kepada para karyawan PT. X (Persero), mengenai permasalahan yang terjadi dalam organisasi tersebut. Hal ini dilakukan untuk memperoleh data-data yang mendukung dalam penelitian ini. Metode wawancara merupakan teknik pengumpulan data apabila peneliti ingin

⁴⁶ *Ibid*

⁴⁷ Uma Sekaran dan Roger Bougie, *op.cit*, h.51

melakukan studi pendahuluan untuk menemukan permasalahan yang harus diteliti dan juga apabila peneliti ingin mengetahui hal-hal dari responden yang lebih mendalam, metode ini dapat dilakukan secara terstruktur maupun tidak terstruktur. Dalam wawancara terstruktur, peneliti terlebih dahulu menyiapkan pertanyaan yang akan ditanyakan kepada responden, sedangkan dalam wawancara tidak terstruktur, peneliti menanyakan pertanyaan terkait penelitian secara spontan dan acak tanpa terlebih dahulu menyiapkan pertanyaan sistematis untuk ditanyakan kepada responden.⁴⁸

2. Kuesioner

Kuesioner merupakan cara pengumpulan data yang dilakukan dengan menyebarkan daftar pertanyaan atau pernyataan secara tertulis yang diberikan kepada responden untuk dijawab.⁴⁹ Peneliti menggunakan jenis pertanyaan tertutup pada kuesioner penelitian kali ini, sehingga responden diharuskan untuk memilih jawaban yang sudah tersedia pada lembar kuesioner. Kuisisioner diberikan kepada objek penelitian yaitu karyawan PT. X (Persero). Kuisisioner yang disebarkan oleh peneliti diberikan secara pribadi langsung kepada objek penelitian pada semua responden dalam satu waktu. Dengan harapan karyawan lebih terbuka dan jujur dalam menjawab.

⁴⁸ Bungin, B., *Penelitian Kualitatif*, (Jakarta : Prenada Media Group, 2007), h.137

⁴⁹ M. Ma`ruf Abdullah, *Metodologi Penelitian Kuantitatif Untuk Ekonomi, Manajemen, Komunikasi, dan Ilmu Sosial lainnya*, (Yogyakarta: Aswaja Pressindo, 2015), h.248

3.5.2 Data Sekunder

Selain menggunakan data primer, penelitian ini juga menggunakan data sekunder. Data sekunder merupakan data primer yang telah diolah lebih lanjut dan disajikan baik oleh pihak pengumpul data primer atau oleh pihak lain misalnya dalam bentuk tabel atau diagram.⁵⁰Data sekunder yang digunakan oleh peneliti pada penelitian ini didapatkan melalui beberapa sumber, salah satunya adalah data yang diperoleh langsung dari bagian sumber daya manusia PT. X (Persero), seperti daftar karyawan, struktur organisasi dan data mengenai kinerja dan kehadiran karyawan di PT. X (Persero) selama 1 tahun terakhir. Selain itu, peneliti juga menggunakan beberapa buku, skripsi, tesis, survey sejenis dan jurnal penelitian terdahulu yang peneliti dapat melalui media internet untuk memperoleh data sekunder yang dibutuhkan.

3.6 Metode Analisis Data

Metode analisis data digunakan untuk mengambil kesimpulan dari keseluruhan data yang telah terkumpul. Metode penelitian ini menggunakan analisis regresi. Analisis regresi adalah untuk menganalisis pengaruh antar variabel *independent* (bebas) terhadap *dependent* (terikat).⁵¹Pada penelitian ini, peneliti menggunakan alat bantu statistik, yang digunakan ialah alat bantu uji SPSS (*Statistical Program for Social Science*) yang merupakan suatu *software* komputer yang berfungsi menganalisis data statistik.

⁵⁰ Husein Umar, *op.cit*, h.42

⁵¹ Imam Ghozali, *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS 21*, (Semarang: Universitas Diponegoro, 2013), h.96

3.6.1 Uji Instrumen

3.6.1.1 Uji Validitas

Uji validitas adalah suatu langkah pengujian yang dilakukan terhadap isi dari suatu instrumen dengan tujuan untuk mengukur ketepatan instrumen yang digunakan dalam suatu penelitian. Pengujian validitas dilakukan dengan menggunakan teknik korelasi *product moment* dengan cara mengkorelasi setiap skor indikator dengan total skor indikator variabel, kemudian hasil korelasi dibandingkan dengan nilai kritis pada taraf signifikan 0,05.⁵² Adapun rumus dari r hitung adalah sebagai berikut:

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

Dimana:

- r = Koefisien korelasi variabel bebas dan variabel terikat
- n = Banyaknya sampel
- X = Skor tiap item
- Y = Skor total variabel

3.6.1.2 Uji Reliabilitas

Instrumen atau alat ukur dalam suatu penelitian haruslah memiliki validitas dan realibilitas yang dapat diandalkan. Hasil penelitian tentulah akan terpengaruh oleh alat ukur yang dipakai, sehingga instrumen menjadi hal yang sangat penting dalam penelitian. Pada penelitian ini perhitungan reliabilitas menggunakan rumus alpha sebagai berikut:

⁵² Algifari, *Analisis Regresi Untuk Bisnis dan Ekonomi*, (Yogyakarta: BPFE, 2015), h. 89

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

Dimana:

r_{11} = reliabilitas instrumen

k = banyaknya butir pertanyaan

σb^2 = jumlah varians butir

σ^2 = jumlah varians total

Menurut Umar, uji reliabilitas untuk alternative jawaban lebih dari dua menggunakan uji *cronbach's alpha*, yang nilainya akan dibandingkan dengan nilai koefisien reliabilitas minimal yang dapat diterima.⁵³Kriteria pengujiannya adalah sebagai berikut:

1. Jika nilai *cronbach's alpha* > 0.6, maka instrumen penelitian reliabel.
2. Jika nilai *cronbach's alpha* < 0.6, maka instrumen penelitian tidak reliabel.

3.6.2 Analisis Deskriptif

Deskripsi data adalah hasil pengolahan data mentah variabel penelitian yang dimaksudkan untuk memberikan gambaran umum mengenai penyebaran dan distribusi data. Data merupakan hasil penelitian ini yang didapat melalui kuisisioner yang disebarakan kepada sampel yaitu 98 karyawan PT. X (Persero)(Persero) .

Hasil dari jawaban yang berasal dari kuesioner yang disebarakan kepada responden akan digunakan untk mengetahui gambaran umum kondisi perusahaan

⁵³ Husein Umar, *op.cit*, h.168

mengenai motivasi, komunikasi, dan kinerja. Penentuan skoring kriteria menggunakan rumus umum sebagai berikut:

$$\begin{aligned} \text{Interval} &= \text{Range (R)} / \text{Kategori (K)} \\ \text{Dimana:} & \\ \text{Skor tertinggi} &= \text{Jumlah pernyataan} \times \text{Skor tertinggi} \\ &= 19 \times 5 \\ &= 95 \text{ (} 95/95 \times 100\% \text{)} \\ &= 100\% \\ \text{Skor terendah} &= \text{Jumlah pernyataan} \times \text{Skor terendah} \\ &= 19 \times 1 \\ &= 19 \text{ (} 19/95 \times 100\% \text{)} \\ &= 20\% \\ \text{Range (R)} &= \text{Skor tertinggi} - \text{Skor terendah} \\ &= 100\% - 20\% = 80\% \\ \text{Kategori (K)} &= 3 \\ \text{Interval (I)} &= R/K \\ &= 80/3 \\ &= 26.7 \text{ (} 27 \text{)} \end{aligned}$$

Tabel 3.2

Bobot Skor Kriteria Variabel

Skor	Motivasi	Komunikasi
20% - 46%	Rendah	Tidak Efektif
47% - 73%	Cukup	Cukup Efektif
74 % – 100%	Tinggi	Sangat Efektif

Sumber : Data diolah oleh peneliti, 2016

Tabel 3.3**Bobot Skor Kriteria Penilaian Variabel Kinerja**

Nilai Akhir	Kelompok Performa
< 2.9	Buruk
3 - 3.5	Baik
3.6 - 4	Sangat Baik

Sumber : Data diolah oleh peneliti, 2016

Sedangkan untuk variabel kinerja, digunakan data sekunder penilaian kinerja yang nantinya akan dirata-ratakan lalu dibandingkan dengan standar penilaian dari perusahaan.

3.6.3 Uji Asumsi Klasik

3.6.3.1 Uji Normalitas

Uji normalitas bertujuan untuk menguji apakah variabel bebas dan variabel terikat dalam penelitian ini keduanya memiliki distribusi normal, mendekati normal atau tidak. Uji normalitas berfungsi untuk mengetahui apakah data yang diambil adalah data yang terdistribusi normal, maksud dari terdistribusi normal adalah bahwa data akan mengikuti bentuk distribusi normal dimana datanya memusat pada nilai rata-rata median.⁵⁴ Uji normalitas pada penelitian ini menggunakan uji *Kolmogorov-smirnov* dan dikatakan normal jika nilai residual yang terdistribusi secara normal memiliki probabilitas signifikansi $>0,05$.

⁵⁴ Imam Ghozali, *op,cit*, h.160

3.6.3.2 Uji Linearitas

Uji linearitas bertujuan untuk mengetahui apakah dua variabel mempunyai hubungan yang linear atau tidak secara signifikan. Uji linearitas biasanya digunakan sebagai prasyarat dalam analisis korelasi atau regresi linear. Pengujian dapat dilakukan dengan *Software Statistical Product and Service Solution* (SPSS), dengan menggunakan *test for linearity* pada taraf signifikansi 0.05. Kriteria dalam uji linearitas adalah dua variabel dikatakan mempunyai hubungan yang linear bila signifikansi (*linearity*) kurang dari 0.05.⁵⁵

3.6.3.3 Uji Multikolinearitas

Uji multikolinearitas bertujuan untuk menguji apakah model regresi yang diajukan telah ditemukan korelasi kuat antar variabel bebas. Mengukur multikolinearitas dapat diketahui dengan melihat nilai *Variance Inflation Factor* (VIF) pada model regresi. Jika besar $VIF < 5$ atau mendekati 1, maka mencerminkan tidak ada multikolinieritas.⁵⁶

3.6.3.4 Uji Heteroskedastisitas

Uji heteroskedastisitas bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi terjadi ketidaksamaan varian dari residual suatu pengamatan ke pengamatan lain. Jika varian dari residual suatu pengamatan ke pengamatan lain tetap, maka disebut homokedastisitas, sedangkan untuk varian yang berbeda disebut heteroskedastisitas.

⁵⁵ Duwi Priyatno, *Teknik Mudah dan Cepat Melakukan Analisis Data Penelitian dengan SPSS dan Tanya Jawab Ujian Pendaran*, (Yogyakarta: Gaya Media, 2010), h.73

⁵⁶ Imam Ghozali, *op. cit*, h.105

Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode uji *Spearman's Rho*, yaitu mengkorelasikan nilai residual (*unstandardized* residual) dengan masing-masing variabel independen. Jika signifikansi kurang dari 0,05, maka terjadi masalah heterokedastisitas.⁵⁷

3.6.4 Uji Analisis

3.6.4.1 Analisis Regresi Linear Berganda

Menurut Priyatno, analisis regresi linear berganda adalah hubungan secara linear antara dua atau lebih variabel bebas dengan variabel terikat. Analisis ini untuk memprediksikan nilai dari variabel terikat apabila nilai variabel bebas mengalami kenaikan atau penurunan dan untuk mengetahui arah hubungan antara variabel bebas dengan variabel terikat, apakah masing-masing variabel bebas berhubungan positif atau negatif.⁵⁸

Model matematis persamaan regresi linear berganda dari penelitian ini adalah:

$$Y' = a + b_1X_1 + b_2X_2$$

Keterangan:

Y'	: Variabel terikat
a	: Konstanta
b ₁ , b ₂ ,	: Koefisien regresi
X ₁	: Variabel bebas
X ₂	: Variabel bebas

⁵⁷ Imam Ghozali, *op.cit*, h.139

⁵⁸ Duwi Priyatno, *op.cit*, h. 61

3.6.4.2 Uji t (Uji Statistik t)

Uji t diperlukan untuk mengetahui signifikan atau tidaknya pengaruh dari masing-masing variabel bebas (motivasi dan komunikasi) terhadap variabel terikat (kinerja).⁵⁹

Rumus t_{hitung} adalah sebagai berikut:

$$t_{hitung} = \frac{r \sqrt{n - k - 1}}{\sqrt{1 - r^2}}$$

Di mana:

T_{hitung} = nilai t

n = jumlah sampel

k = jumlah variabel bebas

r = koefisien korelasi parsial

Peneliti telah membuat beberapa hipotesis, yaitu:

1. Hipotesis 1

Ho : Motivasi tidak berpengaruh terhadap kinerja

Ha : Motivasi berpengaruh terhadap kinerja

2. Hipotesis 2

Ho : Komunikasi tidak berpengaruh terhadap kinerja

Ha : Komunikasi berpengaruh terhadap kinerja.

Kriteria pengujian:

1. H_0 diterima jika $t_{hitung} < t_{tabel}$ atau nilai signifikan lebih besar dari 0,05

⁵⁹ Anwar Sanusi. *Metode Penelitian Bisnis*, (Jakarta: Salemba Empat, 2011), h. 138

2. H_0 ditolak jika $t_{hitung} > t_{tabel}$ atau nilai signifikan lebih kecil dari 0,05

3.6.4.3 Uji F (Regresi Simultan)

Uji F digunakan untuk mengetahui apakah variabel bebas secara bersamaan berpengaruh signifikan terhadap variabel terikat.⁶⁰ Pada penelitian ini, uji F dilakukan untuk menganalisis pengaruh motivasi (X_1) dan kinerja (X_2) terhadap kinerja (Y).

Nilai F_{hitung} dicari dengan rumus:

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

Keterangan:

- R^2 : Koefisien determinasi
 n : Jumlah data atau kasus
 k : Jumlah variabel

Hipotesis 3

H_0 : Motivasi dan kinerja secara bersama-sama tidak berpengaruh terhadap kinerja.

H_a : Motivasi dan kinerja secara bersama-sama berpengaruh terhadap kinerja.

Kriteria:

1. H_0 diterima jika $F_{hitung} < F_{table}$ atau nilai signifikansi lebih besar dari 0.05.
2. H_0 ditolak jika $F_{hitung} > F_{table}$ atau nilai signifikansi lebih kecil dari 0.05.

⁶⁰ Duwi Priyatno, *op. cit.*, h. 67

3.6.4.4 Analisis Koefisien Determinasi (R^2)

Menurut Priyatno, analisis determinasi dalam regresi linear berganda digunakan untuk mengetahui persentase pengaruh sumbangan variabel bebas secara serentak terhadap variabel terikat. Koefisien ini menunjukkan seberapa besar persentase variasi variabel bebas yang digunakan dalam model mampu menjelaskan variasi variabel terikat.⁶¹

Nilai koefisien determinasi dicari dengan rumus:

$$R^2 = 1 - \frac{\sum (Y - \hat{Y})^2}{\sum (Y - \bar{Y})^2}$$

⁶¹ Duwi Priyatno, *op.cit*, h.66