

BAB III

METODE PENELITIAN

A. Jenis Penelitian

Berdasarkan perumusan masalah dan tujuan penelitian, maka penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah jenis penelitian penjelasan (*explanatory research*) dengan menggunakan pendekatan kuantitatif. Secara umum metode penelitian diartikan sebagai cara ilmiah untuk mendapatkan data dengan tujuan dan kegunaan tertentu. Menurut Faisal (2008:21) menjelaskan bahwa, “*Explanatory research* adalah untuk menguji hubungan antar variabel yang dihipotesiskan. Dalam penelitian jenis ini, hipotesis yang telah dirumuskan akan diuji untuk mengetahui adanya hubungan dan pengaruh antara variabel-variabel yang hendak diteliti. Melalui hipotesis tersebut, diharapkan dapat menjelaskan pengaruh *Human Capital* terhadap Kinerja Perusahaan.

B. Lokasi Penelitian

Lokasi penelitian merupakan tempat dimana penelitian dilaksanakan dan menjadi narasumber dalam pengumpulan data yang diperlukan sebagai bukti konkrit dan data penguat dalam penulisan sebuah penelitian. Penelitian akan dilaksanakan pada Industri Advertising dan Periklanan yang terdaftar di Asosiasi Advertising Malang. Lokasi penelitian dipilih karena industri periklanan merupakan salah satu jenis industri kreatif yang mewajibkan setiap karyawannya memiliki

kreatifitas dan inovasi yang baik serta harus mempunyai kemampuan yang lebih dalam bekerja. Berdasarkan hal itu, peneliti tertarik untuk melakukan penelitian pada Industri Advertising dan Periklanan yang terdaftar di Asosiasi Advertising Malang.

C. Konsep, Variabel, Definisi Operasional, dan Skala Pengukuran

1. Konsep

Dalam penelitian ilmiah, konsep dapat dimanfaatkan untuk menggambarkan suatu permasalahan yang akan diteliti. Penelitian ini memiliki 2 macam konsep sebagai berikut:

- a) *Human Capital* adalah pandangan bahwa manusia yang ada di dalam perusahaan merupakan modal yang pengembaliannya sangat diharapkan oleh perusahaan.
- b) Kinerja Perusahaan adalah hasil capaian perusahaan pada periode tertentu yang hasil dari capaian kinerja perusahaan di lakukan oleh karyawan dan pendukung lainnya di dalam perusahaan tersebut.

2. Variabel

Menurut Neolaka (2014:60) “Variabel merupakan sifat dari sebuah objek penelitian yang mempunyai variasi tertentu”. Variabel dapat dijadikan objek dalam sebuah penelitian, yang mana objek ini akan diteliti dan dijadikan suatu kesimpulan. Penelitian ini menggunakan 2 (dua) macam variabel, yaitu:

a) Variabel Bebas (*Independent Variabel*)

Menurut Munawaroh (2012:68) “Variabel bebas adalah sebuah variabel yang menjadi penyebab timbulnya atau dipengaruhinya variabel terikat (dependen), sehingga variabel bebas dapat dikatakan merupakan variabel yang mempengaruhi”. Variabel bebas di dalam penelitian ini yaitu *Individual Capability* (X_1), *Individual Motivation* (X_2), *The Organizational Climate* (X_3), *Workgroup Effectiveness* (X_4), *Leadership* (X_5)

b) Variabel Terikat (*Dependent Variabel*)

Menurut Sugiyono (2012:40) “Variabel terikat adalah variabel yang menerima pengaruh atau akibat dari adanya variabel bebas”. Adapun variabel bebas di dalam penelitian ini adalah Kinerja *Non- Financial* Perusahaan (Y).

3. Definisi Operasional

Munawaroh (2012:71) menyatakan bahwa “Definisi operasional dimanfaatkan untuk memudahkan pengumpulan data, menghindari perbedaan interpretasi dan dapat memberikan batasan ruang lingkup bagi variabel”. Definisi operasional juga memberikan penjelasan mengenai variabel yang telah ditentukan berdasarkan indikator variabel yang dapat diteliti.

Definisi operasional dalam penelitian ini yaitu:

a) Variabel Bebas

Human Capital (X) adalah pandangan bahwa manusia yang ada di dalam perusahaan merupakan modal yang pengembaliannya sangat diharapkan bagi perusahaan. Menurut Mayo (2000:527) sumberdaya manusia atau *Human Capital* mempunyai lima komponen yaitu:

1. *Individual Capability*

Adalah kemampuan yang dimiliki oleh setiap individu-individu yang ada di dalam perusahaan *Advertising* dan Periklanan yang terdaftar pada Asosiasi *Advertising* Malang untuk mendapatkan penguasaan dibidang pekerjaannya dan serta dapat bersikap professional dalam bekerja.

2. *Individual Motivation*

Motivasi individu akan terbentuk di dalam diri setiap karyawan yang ada di dalam perusahaan *Advertising* dan Periklanan yang terdaftar pada Asosiasi *Advertising* Malang untuk mencapai tujuan dari perusahaan dan serta di dorong oleh semangat bekerja dan memiliki kemampuan untuk meningkatkan produktivitasnya dalam bekerja.

3. *The Organizational Climate*

Iklm organisasi merupakan kualitas yang ada di dalam lingkup internal perusahaan *Advertising* dan Periklanan yang terdaftar pada Asosiasi *Advertising* Malang yang secara relatif terus berlangsung dan dapat dipastikan akan dialami oleh anggota organisasi yang lainnya. Hal tersebut

dapat diukur dengan menggunakan dimensi mendapatkan suasana yang kondusif, mendapatkan dukungan, mendapatkan fasilitas yang layak dan mendapatkan sarana dan pra sarana yang baik.

4. *Workgroup Effectiveness*

Didalam *Workgroup* tidak terlalu sering di anggap sebagai bekerja dalam sebuah “tim”. Dalam *Workgroup* tersebut dimensi yang digunakan adalah mampu memberikan kontribusi di dalam tim dan serta cepat dalam menyesuaikan diri dengan lingkungan kerja, sebab karakter dan komposisi tim adalah hal yang terpenting. Dengan dilihat dari dimensi *Workgroup Effectiveness* diharapkan setiap individu yang terdapat pada perusahaan *Advertising* dan Periklanan yang terdaftar pada Asosiasi *Advertising* Malang mampu bekerja saling berkontribusi antara perorangan maupun berkelompok.

5. *Leadership*

Gaya kepemimpinan adalah suatu cara yang dilakukan oleh seorang pemimpin untuk mempengaruhi orang lain yang dapat diukur melalui dimensi. Setiap individu yang terdapat di dalam *Advertising* dan Periklanan yang terdaftar pada Asosiasi *Advertising* Malang harus mampu memberikan contoh yang baik kepada anggotanya dan memiliki kemampuan untuk mengambil keputusan bersama.

b) Variabel Terikat

Kinerja *Non- Financial* Perusahaan (Y). Menurut Rhodes (2008:86) untuk mengukur kinerja perusahaan tidak hanya dari segi *financial* saja tetapi dapat juga dari segi *non-financial* yaitu mengukur tingkat kepuasan pelanggan yang menggunakan jasa periklanan yang terdaftar pada Asosiasi *Advertising* Malang. Sedangkan menurut Rhee (2010:73) juga menambahkan untuk mengukur kinerja *non-financial* bisa juga dilihat dari pertumbuhan perusahaan yang signifikan dibanding dengan pesaing, dan, serta semakin banyaknya market share yang dimiliki oleh perusahaan. Dengan menggunakan dimensi yang dikemukakan oleh Rhodes (2008) dan Rhee (2010) diharapkan industri perusahaan *Advertising* dan Periklanan yang terdaftar pada Asosiasi *Advertising* Malang dapat lebih dalam untuk mengukur kinerja *non-financial* dari perusahaan.

Berdasarkan landasan konsep dan variabel yang telah dijelaskan sebelumnya, maka Konsep, Variabel, Indikator dan Item pada penelitian ini dapat dilihat pada Tabel 3.1

Tabel 3.1. Konsep, Variabel, Item

Konsep	Variabel	Item
Human Capital	1. <i>Individual capability</i> (X ₁)	a. Penguasaan bidang pekerjaan b. Dapat bersikap professional dalam bekerja c. Memiliki kemampuan yang kompeten di bidangnya d. Memiliki jaringan kerja yang luas e. Mampu mengendalikan emosi dalam lingkup pekerjaan
	2. <i>Individual motivation</i> (X ₂)	a. Memiliki semangat dalam bekerja b. Memiliki kemampuan untuk meningkatkan produktivitas kerja
	3. <i>The organizational climate</i> (X ₃)	a. Mendapatkan suasana yang kondusif didalam perusahaan b. Mendapatkan dukungan dari rekan kerja yang lainnya c. Mendapatkan fasilitas kerja yang layak d. Mendapatkan sarana dan pra sarana untuk menunjang produktivitas kerja
	4. <i>Workgroup Effectiveness</i> (X ₄)	a. Mampu memberikan kontribusi dalam kerjasama tim a. Dapat menyesuaikan diri dengan lingkungan kerja
	5. <i>Leadership</i> (X ₅)	b. Mampu memberikan contoh kepada anggota yang lainnya c. Memiliki kemampuan untuk mengambil keputusan bersama

Konsep	Variabel	Item
Kinerja Perusahaan	Kinerja <i>Non-Financial</i> Perusahaan	a. Tingkat kepuasan pelanggan meningkat selama 3 tahun terakhir. b. Selama 3 tahun terakhir perusahaan mengalami pertumbuhan yang signifikan c. Selama 3 tahun terakhir perusahaan memiliki pangsa pasar yang meningkat

4. Skala Pengukuran

Skala pengukuran yang dipakai di penelitian ini adalah skala Likert. Skala Likert digunakan untuk mengukur sikap, pendapat, dan persepsi seseorang atau sekelompok orang tentang fenomena sosial. Menurut Sugiyono (2013:168) “Jawaban dari setiap item instrumen yang menggunakan skala Likert mempunyai gradasi dari jawaban sangat positif sampai sangat negatif.

Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif, sehingga untuk setiap pertanyaan yang akan dijawab oleh responden diberikan skor tertentu untuk masing-masing jawabannya. Jawaban-jawaban tersebut dapat diberikan skor yang dapat dilihat pada Tabel 3.2.

Tabel 3.2 Penentuan Skor Jawaban Responden

Jawaban Responden	Skor
Sangat Setuju	5
Setuju	4
Ragu-ragu	3
Tidak Setuju	2
Sangat Tidak Setuju	1

Sumber : Sugiyono (2013:168)

Setelah menentukan skor pada skala Likert seperti Tabel 3.2, menurut Supranto (2000) dalam Mahardika (2013) menjelaskan bahwa besarnya panjang interval dapat ditentukan dengan rumus sebagai berikut.

$$C = \frac{X_n - X_1}{K}$$

Keterangan :

C : perkiraan besarnya (*class size* atau *class length*)

k : banyaknya kelas

X_n : nilai observasi terbesar

X₁ : nilai observasi terkecil

$$C = \frac{5 - 1}{5} = 8$$

Besarnya panjang Interval, Respon dan Skor dalam Skala Likert dapat dilihat pada Tabel 3.3.

Tabel 3.3 Respon, Skor, dan Interval Kelas Skala Likert

Respon	Skor	Interval Kelas
Sangat Setuju	5	>4,2 – 5
Setuju	4	>3,4 – 4,2
Ragu-ragu	3	>2,6 – 3,4
Tidak Setuju	2	>1,8 – 2,6
Sangat Tidak Setuju	1	>1- 1,8

Sumber : Supranto (2000) dalam Mahardika (2013))

D. Populasi dan Sampel

1. Populasi

Sugiyono (2008:115) menyatakan bahwa “Populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri atas objek atau subjek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya”. Dari pernyataan diatas dapat ditarik kesimpulan bahwa populasi merupakan keseluruhan objek maupun subjek dengan karakteristik tertentu yang telah ditentukan untuk menarik suatu kesimpulan. Berdasar data yang diperoleh diketahui jumlah perusahaan periklanan pada Industri *Advertising* dan Periklanan yang terdaftar di Asosiasi *Advertising* Malang sebanyak 43 perusahaan

2. Sampel

Dalam penelitian ini semua anggota populasi dijadikan sumber data, yaitu sebagai sampel peneliti. Penulis mengambil sampel dengan menggunakan teknik *total sampling* atau sampel jenuh. Dengan demikian sampel penelitian

sejumlah populasi yaitu sebanyak 43 perusahaan *advertising* dan periklanan yang terdaftar pada Asosiasi *Advertising* Malang.

E. Teknik Pengumpulan Data

1. Sumber Data

a) Data Primer

Sugiyono (2009:202) menyatakan bahwa “Data primer merupakan data yang diperoleh secara langsung dari sumber asli (tidak melalui media perantara), data primer secara khusus dikumpulkan oleh peneliti untuk menjawab pertanyaan peneliti”. Data primer dari penelitian ini adalah kuisisioner yang disebarakan kepada responden mengenai *Human Capital* terhadap Kinerja Perusahaan di Industri *Advertising* dan Periklanan yang terdaftar di Asosiasi *Advertising* Malang.

b) Data Sekunder

Menurut Sugiyono (2009:202) “Data sekunder merupakan data yang diperoleh dan dicatat oleh pihak lain”. Data sekunder umumnya berupa catatan atau laporan historis dan arsip perusahaan. Data sekunder dari penelitian ini meliputi sejarah dan profil perusahaan, visi dan misi perusahaan, bagan organisasi dan jumlah karyawan dan data-data yang berkaitan dengan penelitian ini.

2. Metode Pengumpulan data

a) Kuesioner

Sugiyono (2012:199) berpendapat bahwa “Kuisisioner merupakan teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan cara memberi seperangkat pertanyaan atau pertanyaan tertulis kepada responden untuk dijawabnya”. Metode ini dilakukan dengan membuat daftar pertanyaan yang berkaitan dengan *Human Capital* terhadap Kinerja Perusahaan di Industri *Advertising* dan Periklanan yang terdaftar di Asosiasi *Advertising* Malang.

b) Dokumentasi

Dokumentasi merupakan teknik pengumpulan data sekunder dengan mencari data dari perusahaan yang diperlukan untuk penelitian. Arsip yang diperlukan meliputi gambaran perusahaan, sejarah berdirinya perusahaan. Daftar nama anggota perusahaan. Dan juga struktur organisasi dari perusahaan.

F. Uji Validitas dan Reliabilitas

1. Uji Validitas

Menurut Arikunto (2013:211) menjelaskan bahwa “Validitas adalah suatu ukuran yang menunjukkan tingkat-tingkat kevalidan atau kesahihan suatu instrumen.” Uji validitas merupakan teknik pengujian yang digunakan untuk mengukur keabsahan suatu kuesioner. Uji validitas pada penelitian ini menggunakan rumus korelasi *product moment pearson* sebagai berikut:

$$r = \frac{n(\sum xy) - (\sum x)(\sum y)}{\sqrt{(n\sum x^2 - (\sum x)^2)(n\sum y^2 - (\sum y)^2)}}$$

Keterangan:

r : koefisien korelasi *product moment* x dan y

n : jumlah sampel

x : variabel independen (bebas)

y : variabel dependen (terikat)

2. Uji Reliabilitas

Menurut Arikunto (2006:174) “Reliabilitas menunjukkan suatu pengertian bahwa suatu instrument cukup dapat dipercaya atau digunakan sebagai alat pengumpul data karena instrumen tersebut sudah baik”. Sehingga dapat disimpulkan bahwa reliabilitas adalah suatu keadaan yang menunjukkan sejauh mana suatu hasil pengukuran yang baik. Peneliti memilih menguji reliabilitas dari sebuah instrumen penelitian dengan metode Alpha Cronbach:

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

Keterangan :

r_{11} : reliabilitas instrumen

k : banyaknya butir pertanyaan atau banyaknya soal

$\sum \sigma_b^2$: jumlah varians butir

σ_t^2 : varians total

3. Hasil Uji Validitas dan Reliabilitas

a. Uji Validitas

Pengujian validitas sangat diperlukan dalam suatu penelitian, khususnya yang menggunakan kuisioner dalam memperoleh data. Pengujian validitas dimaksudkan untuk mengetahui keabsahan menyangkut pemahaman mengenai keabsahan antara konsep dan kenyataan empiris. Uji validitas adalah suatu ukuran yang menunjukkan tingkat-tingkat kevalidan dan kesahihan suatu instrumen. Sebuah instrument dikatakan valid apabila mampu mengukur apa yang ingin diukur atau dapat mengungkapkan data dari variabel yang diteliti secara tepat. Tinggi rendahnya validitas instrument menunjukkan sejauh mana data yang terkumpul tidak menyimpang dari gambaran tentang variabel yang dimaksud.

Pengujian validitas dapat dilakukan dengan cara mengkorelasikan masing-masing faktor atau variabel dengan total faktor atau variabel tersebut dengan menggunakan korelasi (r) product moment. Kriteria pengujian untuk menerima atau menolak hipotesis adanya pernyataan yang valid atau tidak dapat dilakukan dengan:

$H_0 : r = 0$, tidak terdapat data yang valid pada tingkat kesalahan (α)

5%.

$H_1 : r \neq 0$, terdapat data yang valid pada tingkat kesalahan (α) 5%.

Hipotesa nol (H_0) diterima apabila $r_{hitung} < r_{tabel}$, demikian sebaliknya hipotesa alternatif (H_1) diterima apabila $r_{hitung} > r_{tabel}$.

Pengujian validitas yang dilakukan dengan melalui program SPSS ver. 20.0 dengan menggunakan korelasi product moment menghasilkan nilai masing-masing *item* pernyataan dengan skor *item* pertanyaan secara keseluruhan dan untuk lebih jelasnya disajikan dalam tabel sebagai berikut:

Tabel 3.4 Hasil Uji Validitas Variabel

<i>Item</i>	r Hitung	Sig.	r Tabel	Keterangan
X.1.1	0.806	0.000	0.3	Valid
X.1.2	0.761	0.000	0.3	Valid
X.1.3	0.629	0.000	0.3	Valid
X.1.4	0.729	0.000	0.3	Valid
X.1.5	0.721	0.000	0.3	Valid
X.2.1	0.906	0.000	0.3	Valid
X.2.2	0.917	0.000	0.3	Valid
X.3.1	0.709	0.000	0.3	Valid
X.3.2	0.702	0.000	0.3	Valid
X.3.3	0.771	0.000	0.3	Valid
X.3.4	0.818	0.000	0.3	Valid
X.4.1	0.930	0.000	0.3	Valid
X.4.2	0.902	0.000	0.3	Valid
X.5.1	0.915	0.000	0.3	Valid
X.5.2	0.909	0.000	0.3	Valid

Lanjutan Tabel 3.4

<i>Item</i>	r Hitung	Sig.	r Tabel	Keterangan
Y.1.1	0.856	0.000	0.3	Valid
Y.1.2	0.977	0.000	0.3	Valid
Y.1.1	0.937	0.000	0.3	Valid

Sumber: Data Primer Diolah, 2017

Berdasarkan Tabel 3.4 di atas dapat dilihat bahwa nilai sig. r indikator pertanyaan lebih kecil dari 0.05 ($\alpha = 0.05$) yang berarti tiap-tiap indikator variabel adalah valid, sehingga dapat disimpulkan bahwa indikator-indikator tersebut dapat digunakan untuk mengukur variabel penelitian

b. Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas menunjukkan tingkat kemantapan, keajegan dan ketepatan suatu alat ukur atau uji yang digunakan untuk mengetahui sejauh mana pengukuran relatif konsisten apabila dilakukan pengukuran ulang. Uji ini digunakan untuk mengetahui sejauh mana jawaban seseorang konsisten atau stabil dari waktu ke waktu. Teknik pengujian reliabilitas adalah dengan menggunakan nilai koefisien reliabilitas alpha. Kriteria pengambilan keputusannya adalah apabila nilai dari koefisien reliabilitas alpha lebih besar dari 0,6 maka variabel tersebut sudah reliabel (handal).

Tabel 3.5 Uji Reliabilitas Variabel

No.	Variabel	Koefisien Reliabilitas	Keterangan
1	X1	0,776	Reliabel
2	X2	0,795	Reliabel
3	X3	0,737	Reliabel
4	X4	0,803	Reliabel
5	X5	0,797	Reliabel
6	Y	0,908	Reliabel

Sumber: Data primer diolah

Dalam Tabel 3.5 diketahui bahwa nilai dari alpha cronbach untuk semua variabel lebih besar dari 0,6. Dari ketentuan yang telah disebutkan sebelumnya maka semua variabel yang digunakan untuk penelitian sudah reliabel.

G. Metode Analisis Data

Analisis data akan dilakukan pasca data dari para responden atau sumber lain terkumpul secara keseluruhan.

1. Analisis Deskriptif

Analisis ini digunakan untuk mendeskripsikan karakteristik atau menggambarkan data yang telah terkumpul untuk kemudian disajikan dalam bentuk tabel dan persentase. Menurut Sugiyono (2012:147) “Analisis deskriptif adalah analisis yang dilakukan dengan cara mendeskripsikan atau menggambarkan

data yang telah terkumpul sebagaimana adanya tanpa bermaksud membuat kesimpulan yang berlaku secara umum”.

2. Analisis Inferensial

Analisis ini digunakan untuk menguji parameter populasi data yang ada, dengan menggunakan data yang berasal dari responden yang diteliti dan dianalisis dengan menggunakan *SPSS for windows*, tujuannya untuk mempermudah mengolah data berwujud angka-angka statistic dan kemudian ditarik suatu kesimpulan. Sugiyono (2008:148) menyatakan bahwa “Teknik ini cocok digunakan bila sampel diambil dari populasi yang jelas dan teknik pengambilan sampel dari populasi itu diberlakukan secara *random*”. Teknik analisis yang digunakan adalah:

a. Uji Asumsi Klasik Regresi

Dalam penelitian ini menggunakan uji asumsi klasik untuk model persamaan regresi linear berganda tujuannya yaitu menguji pengaruh variabel bebas terhadap variabel terikat. Uji asumsi klasik meliputi:

1) Uji Normalitas

Uji Normalitas bertujuan untuk mengetahui nilai residual terdistribusi normal atau tidak. Ghozali (2009:110) menjelaskan bahwa “Data yang baik merupakan data yang memiliki pola seperti distribusi normal, tidak menceng ke kiri atau ke kanan”. Uji normalitas yang digunakan adalah Kolmogorov-Smirnov (K-S), dengan ketentuan sebagai berikut:

H_0 : residual tersebar normal

H_a : residual tidak tersebar normal

Apabila nilai sig. > 0,05 maka H_0 diterima yang artinya normalitas terpenuhi.

2) Uji Multikolinearitas

Uji multikolinearitas bertujuan untuk melihat ada atau tidaknya korelasi antara variabel bebas dalam suatu model regresi linier berganda. Metode yang digunakan untuk menguji multikolinearitas adalah dengan menggunakan nilai *tolerance* dan VIF (*Value Inflation Factor*). Ghozali (2009:92) menyatakan bahwa “Batas nilai *tolerance* adalah 0,10 dan batas VIF adalah 10”. Dengan demikian, dapat dipastikan multikolinearitas terjadi apabila nilai *tolerance* < 0,10 atau nilai VIF > 10.

3) Uji Heteroskedastisitas

Uji heteroskedastisitas bertujuan untuk melihat pola varians nilai sisa (residual) dari semua pengamatan. Jika varians residual tetap dapat disimpulkan telah terjadi homokedastisitas, sebaliknya jika varians residual berbeda telah terjadi heteroskedastisitas.

Ghozali, (2009:150) menyatakan bahwa “Dasar penetapan telah terjadi heterokedastisitas adalah dengan melihat pada grafik sumbu X terhadap Y, jika terdapat pola tertentu seperti titik atau poin yang membentuk suatu pola tertentu yang teratur (bergelombang, melebar, kemudian menyempit), maka dapat dikatakan telah terjadi heterokedastisitas”. Namun akan berbeda jika membentuk

suatu pola, serta titik atau poin menyebar di atas dan di bawah sumbu Y, maka tidak terjadi heterokedastitsitas.

b. Analisis Regresi Linear Berganda

Jenis analisis yang digunakan adalah analisis regresi linear berganda. Analisis ini digunakan untuk menyatakan seberapa besar pengaruh naik turunnya nilai variabel tergantung terhadap dua atau lebih variabel bebas (Sugiyono, 2008:156).

Dalam penelitian ini dianalisis menggunakan analisis regresi linear berganda untuk mengetahui pengaruh variabel bebas yaitu kompetensi karyawan (X_1) dan motivasi kerja (X_2) terhadap variabel terikat yaitu kinerja karyawan (Y). rumus yang digunakan dalam penelitian ini adalah:

$$Y = a + b_1X_1 + b_2 X_2$$

Keterangan:

a = Konstanta

Y = Variabel terikat (kinerja karyawan)

b_1, b_2 = Koefisien regresi

X_1, X_2 = Variabel bebas (Kompetensi karyawan dan Motivasi kerja)

3. Pengujian Hipotesis

a. Uji Parsial (Uji t)

Uji t ini digunakan untuk menguji koefisien regresi secara parsial atau untuk mengetahui pengaruh variabel-variabel bebas terhadap variabel terikat. Uji t juga

digunakan untuk dapat mengetahui variabel-variabel bebas mana yang paling dominan mempengaruhi variabel terikat. Rumus yang digunakan dalam penelitian ini didasarkan atas pendapat Sugiyono (2008:184), yaitu sebagai berikut:

$$K = \frac{r_p \sqrt{n} - 3}{\sqrt{1 - r_p^2}}$$

Keterangan:

- r_p = Korelasi parsial yang ditemukan
- n = Jumlah sampel
- t = t_{hitung} yang selanjutnya dibandingkan dengan t_{tabel}

Ghozali (2016:97) menyatakan bahwa uji statistik t pada dasarnya menunjukkan seberapa jauh pengaruh satu variabel penjelas/independen secara individu dalam menerangkan variabel-variabel dependen. Hipotesis yang digunakan adalah :

1) Hipotesis Nol (H_0)

Tidak terdapat pengaruh antara *Individual Capability*, *Individual Motivation*, *The Organizational Climate*, *Workgroup Effectiveness*, *Leadership* secara parsial terhadap Kinerja *Non-Financial* Perusahaan

2) Hipotesis Alternatif (H_a)

Terdapat pengaruh antara *Individual Capability*, *Individual Motivation*, *The Organizational Climate*, *Workgroup Effectiveness*, *Leadership* secara parsial terhadap Kinerja *Non-Financial* Perusahaan. Untuk melihat H₀ diterima ataupun ditolak dapat dilakukan dengan dua cara:

- a) Membandingkan t_{hitung} dengan t_{tabel}. Jika t_{hitung} lebih besar dari t_{tabel} maka H₀ ditolak dan H₁ diterima.
- b) Membandingkan taraf signifikansi (sig) hasil perhitungan dengan taraf signifikansi yang ditentukan sebesar 0,05 (5%). Jika taraf signifikansi hasil lebih kecil dari taraf signifikansi yang telah ditentukan sebesar 0,05 (5%) maka H₀ ditolak dan H_a diterima.

b. Uji Simultan (Uji F)

Uji F ini digunakan untuk dapat menguji hipotesis secara simultan antara variabel-variabel bebas terhadap variabel terikat dalam model regresi berganda. Signifikan koefisien regresi berganda dapat diuji menggunakan uji f dengan tingkat kepercayaan 95% atau $\alpha=0.05$ dengan rumus menurut Sugiyono (2008:192).

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

Keterangan :

F = F_{hitung} yang selanjutnya dibandingkan dengan F_{tabel}

R^2 = Koefisien korelasi ganda

K = Jumlah variabel bebas

n = Jumlah sampel

Uji F bertujuan untuk mengukur besarnya pengaruh yang ditimbulkan oleh variabel bebas terhadap variabel terikat secara bersama sama atau secara simultan. Uji F dalam penelitian ini digunakan untuk menguji apakah *Individual Capability*, *Individual Motivation*, *The Organizational Climate*, *Workgroup Effectiveness*, *Leadership* berpengaruh secara simultan terhadap Kinerja *Non-Financial* Perusahaan. Hipotesis dalam penelitian ini adalah :

1) Hipotesis Nol (H_0)

Tidak terdapat pengaruh antara variabel *Individual Capability*, *Individual Motivation*, *The Organizational Climate*, *Workgroup Effectiveness*, *Leadership* secara simultan terhadap variabel Kinerja *Non-Financial* Perusahaan

2) Hipotesis Alternatif (H_a)

Terdapat pengaruh antara variabel *Individual Capability*, *Individual Motivation*, *The Organizational Climate*, *Workgroup Effectiveness*, *Leadership* secara simultan terhadap variabel Kinerja *Non-Financial*

Perusahaan. Untuk melihat H_0 diterima ataupun ditolak dapat dilakukan dengan dua cara:

- b) Membandingkan F_{hitung} dengan F_{tabel} . Jika $F_{hitung} > F_{tabel}$ maka H_0 ditolak dan H_a diterima
- b) Membandingkan angka taraf signifikansi (α) hasil perhitungan dengan taraf signifikansi sebesar 0,05 (5%). Jika taraf hasil perhitungan (α) < 0,05 (5%) maka H_0 ditolak dan H_a diterima.