

BAB III

OBJEK DAN METODE PENELITIAN

3.1 Objek Penelitian

Objek dalam penelitian ini adalah Komunikasi Interpersonal, *Organizational Citizenship Behavior*, dan Komitmen Organisasional.

Berdasarkan objek penelitian, maka akan di analisis sejauh mana pengaruh Komunikasi Interpersonal Terhadap *Organizational Citizenship Behavior* melalui Komitmen Organisasional Pada karyawan Garmen Gabuci Tasikmalaya.

3.1.1 Sejarah Singkat Garmen Gabuci Tasikmalaya

Perusahaan Garmen Gabucci didirikan pada tahun 1987, yang dirintis oleh ayah dari pendiri Gabucci yang memulai produksi celana training, baju olahraga, baju formal laki laki dan sebagainya. Pada tahun 1990 berdiri perusahaan Gabucci yang pada awalnya dinamai Gucci, sesudah berjalan nya sampai 2 tahun dari 1991-1992 dikarenakan dikarenakan merek nya ada kesamaan dengan merek perusahaan luar negri/asing pemerintahan setempat menyuruh merubah nama perusahaan nya, yaitu menjadi Gabucci. Pada tahun 1997 Gabucci mengalami peningkatan omset, pada waktu itu bisa membeli kendaraan operasional 5 dan mesin jahit untuk produksi sekitar 50 mesin yang awal nya dari 3-4 mesin dan kendaraan 1 . Pemasaran Gabucci sendiri sebelum meraih omset tersebut memakai sales *offline* dengan metode yang disebut ngampas dari pulau Jawa sampai ke Bali.

Pada Tahun 2005 Gabucci mengalami penurunan omset sampai sampai sebagian kendaraan operasional di jual sampai habis dan menjual aset tanah dan bangunan. Hikmah dari penjualan kendaraan operasional, bekas garasinya di buat toko dan memulai lagi menjual barang sendiri di toko bekas garasi tersebut.pada tahun 2007-2008 Gabucci sedikit sedikit mengalami peningkatan omset dan pada

tahun 2010 bisa kebeli tanah di jalan Cieunteung no 306. Tahun 2010-2011 owner nya membangun toko/butik yang beralamatkan di Cieunteung no 306 dan membangun Garment di jl.Ngamplang Kec.Kawalu untuk rumah produksi yang sampai sekarang masih beraktifitas.

3.1.2 Visi dan Misi Garmen Gabuci Tasikmalaya

Visi

“Dengan Kualitas Produk yang berkualitas dan harga yang terjangkau, pada tahun 2013 Gabucci *Collection* Tasikmalaya mampu meningkatkan penjualan di luar Tasikmalaya serta memperluas pasar hingga ke mancanegara”.

Misi

- a. Meningkatkan kualitas dan Kuantitas Produk.
- b. Meningkatkan Penjualan.
- c. Memperluas Pemasaran.
- d. Meningkatkan Kesejahteraan Karyawan.
- e. Membuka cabang *factory outlet* di Kawasan Jawa Barat.

3.1.3 Logo



Gambar 3. 1 Logo Garmen Gabuci Collection

3.1.4 Paradigma Organisasi



Gambar 3. 2 Struktur Organisasi Garmen Gabuci Collection Tasikmalaya

Sumber: Garmen Gabuci Collection Tasikmalaya (2022)

3.2 Metode Penelitian

Metode penelitian Menurut Sugiyono (2012: 13) adalah sebagai cara ilmiah untuk mendapatkan data dengan tujuan dan kegunaan tertentu pengertian ini menunjukan suatu penelitian memerlukan suatu metode penelitian dimana tujuannya untuk mendapatkan hasil data penelitian dengan jelas dan benar secara ilmiah.

Metode yang digunakan dalam penelitian ini yaitu metode kuantitatif. Metode kuantitatif dapat didefinisikan sebagai suatu proses menemukan pengetahuan

dengan menggunakan data berupa angka sebagai alat untuk menganalisis keterangan tentang apa yang ingin diketahui. Metode penelitian ini menerjemahkan data menjadi angka untuk menganalisis hasil temuannya. Creswell (2012: 13) menjelaskan penelitian kuantitatif mewajibkan seorang peneliti untuk menjelaskan bagaimana suatu variabel mempengaruhi variabel yang lainnya.

Penelitian ini dirancang sebagai jenis *survey method*. Penelitian survei yaitu penelitian yang dilakukan pada populasi yang besar maupun kecil, tetapi data yang dipelajari adalah data dari sampel yang diambil dari populasi untuk menemukan kejadian- kejadian relatif, distribusi, dan hubungan antar variabel (Kerlinger., 1973 dalam Sugiyono., 2016: 80). Selanjutnya agar tercapainya tujuan penelitian sesuai dengan apa yang telah dirumuskan maka data dan informasi yang diperoleh mengenai konsumen dikumpulkan melalui survei. Pelaksanaan penelitian dilaksanakan dengan metode pengambilan data melalui penyebaran kuisioner kepada karyawan Garmen Gabuci *Collection* Tasikmalaya.

3.2.1 Operasionalisasi Variabel

Menurut Sugiyono (2016: 38), bahwa Variabel penelitian adalah suatu atribut atau sifat nilai dari orang, objek, atau kegiatan yang mempunyai variasi tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari kemudian ditarik kesimpulan.

Menurut Sugiyono (2016:39) Variabel Independen (X) merupakan variabel yang mempengaruhi atau menjadi sebab perubahanya atau timbulnya variabel dependen. Dalam hal ini variabel bebas (X) yang akan berkaitan dengan masalah yang diteliti adalah komunikasi interpersonal dan komitmen organisasional.

Variabel intervening (Z) merupakan variabel antara yang dipengaruhi oleh variabel bebas tetapi merupakan variabel tergantung.

Menurut Sugiyono (2016: 39) Variabel Dependen (Y) merupakan variabel yang dipengaruhi atau yang menjadi akibat, karena adanya variabel bebas. Dalam hal ini variabel terikat (Y) yang akan berkaitan dengan masalah yang diteliti adalah OCB (*Organizational Citizenship Behavior*).

Berdasarkan teori yang telah dijelaskan, maka penulis membuat tabel operasional mengenai variabel adalah komunikasi interpersonal, komitmen organisasional dan OCB (*Organizational Citizenship Behavior*).

Tabel 3.1 Operasionalisasi Variabel

Variabel	Definisi Variabel	Dimensi	Indikator	Skala
(1)	(2)	(3)	(4)	(6)
Komunikasi Interpersonal (Variabel X)	Proses pengiriman dan penerimaan pesan yang terjadisecara Langsung antara dua individu yang berfokus tentang bagaimana suatu hubungan dimulai, bagaimana mempertahankan an suatu hubungan.	1. Keterbukaan (<i>Openness</i>).	1. Kemauan untuk terbuka. 2. Keinginan untuk menanggapi. 3. Terus terang terhadap apa yang disampaikan.	O R D I N A L
		2. Empati (<i>Emphty</i>).	1. Memahami perasaan dan pikiran orang lain. 2. Merasakan apa yang dirasakan orang lain.	
		3. Dukungan (<i>Supportiveness</i>)	1. Memberikan bantuan. 2. Mendukung secara spontanitas.	
		4. Rasa positif (<i>Positiveness</i>).	1. Mempercayai seseorang. 2. Berpikir positif. 3. Berperilaku positif.	
		5. Kesetaran (<i>Equality</i>).	4. Komunikasi dua arah 5. Menempatkan diri setara	

Variabel	Definisi Variabel	Dimensi	Indikator	Skala
(1)	(2)	(3)	(4)	(6)
			dengan orang lain. 6. Komunikasi yang akrab.	
Komitmen Organisasional (Variabel Z)	Komitmen organisasi sebagai suatu tingkatan dimana individu terlibat dengan organisasinya dan atau tidak ingin meninggalkannya	1. <i>Affective Commitment</i>	1. Kemauan tetap tinggal. 2. Perasaan Emosional.	O R D I N A L
		2. <i>Continuance Commitment</i>	1. Perasaan berat hati meninggalkan organisasi. 2. Biaya dan risiko meninggalkan organisasi.	
		3. <i>Normative</i>	1. Perasaan bertahan dalam organisasi. 2. Tanggungjawab terhadap organisasi	
Organizational Citizenship Behavior (Variabel Y)	Fakta menunjukkan bahwa organisasi yang mempunyai karyawan yang memiliki OCB yang baik, akan memiliki kinerja yang lebih baik.	1. <i>Altruism.</i>	1. Membantu atau menolong rekan kerja. 2. Antusias. 3. Tidak mementingkan diri sendiri,	O R D I N A L
		2. <i>Courtesy.</i>	1. Menjaga hubungan baik dengan rekan kerja. 2. Tidak membuat masalah.	
		3. <i>Sportmanship</i>	1. Memberikan toleransi. 2. Sopan santun satu sama lain.	
		4. <i>Conscientiousness.</i>	1. Melebihi apa yang diharapkan perusahaan.	
		5. <i>Civic Virtue.</i>	1. Mengambil inisiatif. 2. Melindungi sumber-sumber yang dimiliki organisasi. 3. Peduli terhadap organisasi.	

3.2.2 Teknik Pengumpulan Data

3.2.1.1 Jenis Data

Dalam Penelitian ini menggunakan dua jenis data,yaitu:

1. Data primer

Adalah data yang diperoleh secara langsung dari objek yang sedang diteliti. Salah satu cara untuk mendapatkan data tersebut yaitu dengan menyebarkan kuesioner yang akan diisi langsung oleh objek yang sedang diteliti, untuk objek dalam penelitian ini yaitu tenaga kerja bagian Garmen Gabuci *Collection* Tasikmalaya.

2. Data Sekunder

Adalah data yang diperoleh secara tidak langsung, yakni salah satunya data yang diperoleh dari jurnal-jurnal terdahulu, artikel atau dokumen, dokumen yang dimiliki perusahaan. Data sekunder ini digunakan dan berguna untuk membantu memperkuat data primer.

3.2.1.2 Sumber Data

Sumber data yang digunakan dalam penelitian ini yaitu:

1. Data Internal

Merupakan data yang didapat dari dalam perusahaan yang menggambarkan keadaan perusahaan, seperti jumlah tenaga kerja.

2. Data Eksternal

Merupakan data yang didapat dari luar organisasi yang menggambarkan faktok-faktor yang mungkin akan mempengaruhi hasil kerja suatu organisasi.

Pada penelitian ini, sumber data yang akan digunakan dalam penelitian ini adalah data internal perusahaan, yaitu tenaga kerja bagian Garmen Gabuci *Collection* Tasikmalaya.

3.2.1.3 Populasi

Menurut Sugiyono (2012: 80). Populasi adalah wilayah generelasasi yang terdiri atas objek dan subjek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh penelitian untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya. Dalam etika penelitian kesimpulan dari populasi menggambarkan terhadap kesimpulan penelitan yang tergambar dari populasi. Populasi yang akan di teliti pada perusahaan Garmen Gabuci *Collection* Tasikmalaya, yang diantaranya: Program dan perencanaan beranggotakan 2 karyawan, lalu Pemeliharaan dan Pelaksanaan beranggotakan 29 karyawan.

Tabel 3.2 Tabel Jumlah Karyawan

NO	SEBARAN KARYAWAN TEKNISI	JUMLAH KARYAWAN
1.	Program dan Perencanaan	2
	- Kepala Bagian Program dan Perencanaan Produksi	1
	- Kepala Bagian Program dan Perencanaan Pemasaran	1
2.	Pemeliharaan dan Pelaksanaan	29
	- Pelaksana Bagian Pemasaran	5
	- Pelaksana Bagian Pengendalian Mesin	5
	- Pelaksana Teknis Pembuatan Kain	19
	Jumlah	31

Sumber : Daftar Laporan Personaliala Garmen Gabuci *Collection* Tasikmalaya

3.2.1.4 Pengambilan Sampel

Sampel menurut Sugiyono (2017: 116) adalah : “Bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi tersebut, Dengan demikian sebagian elemen dari populasi merupakan sampel”. Sensus Sampling (Sampling jenuh)

Adalah teknik penentuan sampel apabila semua anggota populasi digunakan sebagai sampel. Hal ini sering dilakukan bila jumlah populasi relative kecil, kurang dari 50, atau penelitian yang ingin membuat generalitas dengan kesalahan yang sangat kecil.

Menurut Sugiyono (2019: 120) Sampling Jenuh adalah teknik pemilihan sampel apabila semua anggota populasi dijadikan sampel., dimana semua anggota populasi yang dijadikan sampel adalah 32 orang dari karyawan Garmen Gabuci *Collection* Tasikmalaya.

3.2.1.5 Skala Pengukuran

Secara umum, skala pengukuran merupakan sarana untuk menentukan panjang pendek interval yang telah ditentukan dalam satuan alat ukur. Salah satu cara agar bisa mengetahui panjang pendek interval dapat dilakukan dengan melakukan alat pengukuran. Teknik pertimbangan data untuk menentukan pembobotan jawaban responden dilakukan dengan menggunakan Skala *Likert* untuk jenis pernyataan tertutup yang berskala normal. Sikap-sikap pernyataan tersebut memperlihatkan pendapat positif atau negatif pada tabel berikut ini:

Tabel 3.3 Formasi Nilai, Notasi & Predikat Masing-masing pilihan jawaban untuk pernyataan Positif

Nilai	Keterangan	Notasi	Predikat
5	Sangat Setuju	SS	Sangat Baik
4	Setuju	S	Baik
3	Tidak Ada Pendapat	TAP	Cukup Baik
2	Tidak Setuju	S	Kurang Baik
1	Sangat Tidak Setuju	SS	Tidak Baik

Tabel 3.4 Formasi Nilai, Notasi & Predikat Masing-masing pilihan jawaban untuk pernyataan Negatif

Nilai	Keterangan	Notasi	Predikat
5	Sangat Setuju	SS	Sangat Baik
4	Setuju	S	Baik
3	Tidak Ada Pendapat	TAP	Cukup Baik
2	Tidak Setuju	S	Kurang Baik
1	Sangat Tidak Setuju	SS	Tidak Baik

Perhitungan Hasil Kuesioner Dengan persentase dan skorsing menggunakan rumus sebagai berikut:

$$X = \frac{F}{n} \times 100\%$$

Dimana:

X = Jumlah persentase jawaban

F = Jumlah jawaban / frekuensi

N = Jumlah responden

Setelah diketahui jumlah nilai dari keseluruhan sub variabel dari hasil perhitungan yang dilakukan maka dapat ditentukan intervalnya, yaitu dengan cara sebagai berikut: $NJI = (nilai\ tertinggi - nilai\ terendah) / (jumlah\ kriteria\ pernyataan)$.

3.2.1.6 Prosedur Pengumpulan Data

1. Wawancara

Menurut Sugiyono (2019: 195) Wawancara digunakan sebagai teknik pengumpulan data apabila peneliti ingin melakukan studi pendahuluan untuk menemukan permasalahan yang harus diteliti, dan juga apabila peneliti ingin mengetahui hal-hal dari responden yang lebih mendalam dari jumlah respondennya sedikit/ kecil.

2. Kuesioner

Menurut Sugiyono (2019: 199) kuesioner merupakan teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan memberi seperangkat pertanyaan atau pernyataan tertulis kepada responden untuk di jawabnya. Kuesioner merupakan teknik pengumpulan data yang efisien bila peneliti tahu pasti variabel yang diukur.

Setelah data yang diperlukan telah diperoleh, data tersebut dikumpulkan untuk kemudian dianalisis dan diinterpretasikan. Sebelum melakukan analisis data, perlu dilakukan uji validitas dan uji realibitas terhadap kuesioner yang telah disebarkan.

a. Uji Validitas

Menurut Arikunto (2016: 146) Validitas adalah suatu ukuran yang menunjukkan tingkat – tingkat kevalidan dan keahlian suatu instrument. Sebuah instrument dikatakan valid jika mampu mengukur apa yang dikehendaki. Uji validitas dilakukan dengan cara menghitung korelasi dari masing-masing pernyataan melalui total skor dengan menggunakan *Pearson Product Moment*. Prosedur uji validitas yaitu membandingkan r hitung dengan r table yaitu angka kritik tabel korelasi pada drajat keabsahan ($dk = n-2$) dengan taraf signifikan $\alpha = 5\%$.

Kriteria pengujian:

Jika $r \text{ hitung} > r \text{ tabel}$, maka pernyataan tersebut valid.

Jika $r \text{ hitung} < r \text{ tabel}$, maka pernyataan tersebut tidak valid.

Untuk mempermudah perhitungan uji reabilitas akan menggunakan program *SPSS for Windows*.

b. Uji Reliabilitas

Menurut Arikunto, (2016: 154) Reabilitas menunjukan suatu pengertian bahwa suatu instrument cukup dapat dipercaya untuk dapat digunakan sebagai alat pengumpul data (Arikunto, 2016:154).

Uji reabilitas bertujuan untuk mengukur gejala – gejala yang sama dan hasil pengukur itu reliabel. Uji reabilitas pada penelitian ini menggunakan teknik *cronbach*.

Dari hasil perhitungan tersebut, maka kaidah keputusannya adalah :

Jika $r \text{ hitung} > r \text{ tabel}$, maka pernyataan reliabel.

Jika $r \text{ hitung} < r \text{ tabel}$, maka pernyataan gugur (tidak reliabel)

Untuk mempermudah perhitungan uji reabilitas akan menggunakan program *SPSS for Windows*.

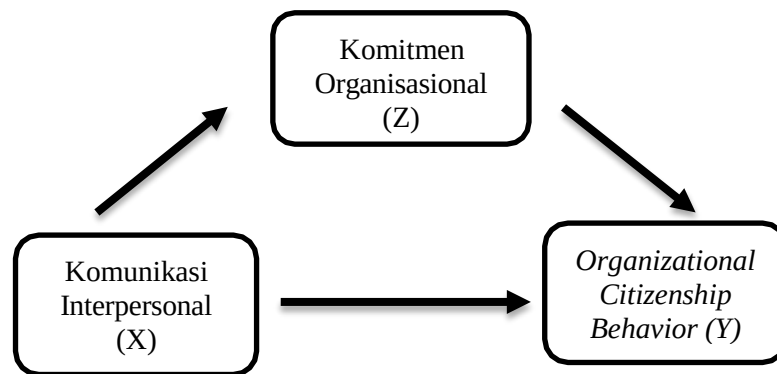
3.3 Model Penelitian

Menurut Sugiyono (2017:42) menyatakan bahwa “Desain penelitian dapat diartikan sebagai pola pikir yang menunjukkan hubungan antara variabel yang akan diteliti yang sekaligus mencerminkan jenis dan jumlah rumusan masalah yang perlu dijawab melalui penelitian, teori yang digunakan untuk merumuskan hipotesis dan teknik analisis statistik yang akan digunakan”. Dalam penelitian kuantitatif yang dilandasi pada suatu asumsi bahwa gejala itu dapat diklarifikasikan, dan hubungan gejala bersifat kausal (sebab akibat).

Menurut Sugiyono (2017: 37) menyatakan bahwa “hubungan kausal adalah hubungan yang bersifat sebab akibat, adanya variabel independen (variabel yang mempengaruhi) dan dependen (dipengaruhi)”. Variabel-variabel penelitian yang

ditetapkan sebagai berikut:

1. komunikasi interpersonal sebagai variabel bebas (*independent variable*) yang selanjutnya diberi notasi (X).
2. komitmen Organisasional sebagai variabel intervening yang selanjutnyadiberi notasi (Z).
3. OCB berfungsi sebagai variabel terikat (*dependent variable*) yangselanjutnya diberi notasi (Y).



Gambar 3. 3 Paradigma Penelitian

3.3.1 Tahap Analisis Data

Menurut Suharsimi Arikunto, (2016: 96) Berdasarkan data yang diperoleh dari penelitian ini maka akan dianalisis dengan menggunakan statistik. Data Penelitian adalah segala fakta dan angka yang dapat digunakan dan dijadikan bahan untuk menyusun suatu informasi. Berdasarkan penjelasan pakar di atas, maka dalam penelitian kali ini, penulis akan menyebutkan istilah data sebagai data penelitian.

Data yang sudah diperoleh tersebut itu kemudian akan dikumpulkan untuk kemudian dilakukan analisis atau uji keakuratan data. Dalam hal ini penulis tersebut

akan menggunakan distribusi frekuensi, analisis regresi, dan uji asumsi, analisis koefisien korelasi, analisis koefisien determinasi (KD) serta akan dilakukan uji t (*uji signifikan*).

3.3.2 Metode *Successive Interval*

Analisis *Method Of successive Interval* (MSI) digunakan untuk mengubah data yang bersekala ordinal menjadi skala interval. Data yang diperoleh merupakan data ordinal, sehingga untuk menaikkan tingkat pengukuran dari ordinal ke interval dapat digunakan *metode successive interval*. Adapun langkah-langkah dari *successive interval* menurut Somantri dan Muhidin (2014: 45) adalah sebagai berikut:

1. Perhatikan (frekuensi) responden (banyaknya responden yang memberikan respon yang ada).
2. Setiap bilangan pada frekuensi dibagi oleh N (karyawan) sehingga diperoleh proporsi.
3. Jumlah P (proporsi) secara berurutan dari setiap responden, sehingga keluar proporsi kumulatif.
4. Proporsi kumulatif (PK) dianggap distribusi normal baku dengan menggunakan tabel distribusi normal baku, hitung nilai z berdasarkan proporsi kumulatif pada setiap alternative jawaban.
5. Hitung $SV = SV$ yang nilainya terkecil (harga negatif yang terbesar) diubah menjadi sama dengan satu *transformed scale value*: $Y = SV + SV_{min}$.
6. Hitung skor (nilai hasil transformasi) untuk setiap pilihan jawaban melalui persamaan: $Skala = scale\ value + Scale\ Value_{minimum} + 1$

3.3.2.1 Uji Asumsi klasik

Salah satu instrumen dalam analisis regresi sederhana adalah Uji asumsi klasik, merupakan persyaratan statistik yang harus dipenuhi pada analisis regresi linear yang berbasis *ordinary least square* (OLS) merupakan derajat paling tinggi adalah satu.

Seluruh uji asumsi klasik dalam penelitian ini akan di olah dengan SPSS.

Asumsi klasik pada regresi linear sederhana antara lain:

1. Uji Linieritas Regresi

Uji Linearitas bertujuan untuk mengetahui apakah dua variable mempunyai hubungan yang linear atau tidak secara signifikan.

Pengujian ini melihat bagaimana variabel (X) mempengaruhi variabel (Y), baik itu pengaruh berbanding lurus maupun berbanding terbalik. Uji linieritas biasanya digunakan sebagai prasyarat dalam analisis korelasi atau regresi linear. Uji lineartitas dapat dilakukan dengan 2 cara dengan menggunakan aplikasi SPSS, yaitudengan fungsi “*Scatter Plot Graph*” dan fungsi “*Compare means*”

2. Uji Normalitas Regresi

Uji Normalitas adalah uji statistik yang dilakukan untuk mengetahui bagaimana sebaran sebuah data menjadi sempurna. Uji normalitas dengan SPSS versi 21.0 penulishanya akan melakukan dengan uji *shapiro wilk*. *Shapiro Wilk* Untuk menentukan apakah data anda berdistribusi normal menggunakanshapiro wilk, maka pada SPSS cukup anda lihat nilai *Sig.* pada kolom *Shapiro-Wilk*. Nilai *sig* yang berarti signifikansi atau boleh disebut *p value* atau nilai probabilitas. Dengan nilainya lebih besar ($>$) dari 0,05, maka dapat dikatakan data

berdistribusi normal atau yang berarti menerima H_0 .

3. Uji Multikolinieritas

Uji multikolonieritas bertujuan untuk menguji apakah model regresi ditemukan adanya korelasi antara variabel-variabel independent. Metode untuk mendiagnosa adanya multikolonieritas dilakukan dengan melihat nilai-nilai dan *variance inflation factor* (VIF).

- Jika nilai *tolerance* $>0,10$ dan $VIF <10,0$ maka dapat diartikan bahwa tidak terdapat multikolonieritas pada penelitian tersebut .
- jika nilai *tolerance* $<0,10$ dan $FIV > 10,0$ maka dapat diartikan bahwa terdapat multikolonieritas pada penelitian tersebut.

4. Uji Heteroskedastisitas

Uji heteroskedastisitas dapat dilakukan dengan melihat grafik *Scattersplot* antara nilai prediksi variabel independent dengan residualnya. Dasar analisis yang dapat digunakan untuk menentukan heteroskedastisitas, antara lain :

- Jika ada pola tertentu, seperti titik-titik yang membentuk pola tertentu yang teratur (bergelombang, melebar kemudian menyempit) maka mengindikasikan heteroskedastisitas.
- Jika ada pola yang jelas, seperti titik-titik penyebaran diatas dan dibawah angka 0 pada sumbu Y , maka tidak terjadi heteroskedastisitas atau terjadi heteroskedastisitas.

5. Uji Autokorelasi

Uji auto korelasi merupakan uji asumsi dalam regresi dimana yang variabel dependen tidak berkorelasi dengan dirinya sendiri. Jadi bahwa nilai dari variabel

dependen tidak berhubungan dengan nilai itu sendiri, baik nilai variabel sebelumnya atau nilai periode sesudahnya. Dasar pengambilan nilai keputusan untuk uji autokorelasi:

- Angka D-W dibawah -2 berarti ada autokorelasi positif.
- Angka D-W diantara -2 sampai + 2 berarti tidak ada autokorelasi.
- Angka D-W diatas + berarti ada autokorelasi *negative*.

3.3.2.2 Analisis Regresi Variabel Mediasi dengan Metode *Product of Coefficient*

Analisis regresi variabel mediasi dengan metode *product of coefficient* dikembangkan oleh sobel (1982: 198-199). Uji variabel mediasi dengan metode ini dilakukan dengan menguji kekuatan pengaruh tidak langsung variabel bebas (X) terhadap variabel tergantung (Y) melalui variabel mediasi (Z) atau menguji signifikasi pengaruh tak langsung perkalian pengaruh langsung variabel bebas terhadap variabel mediator (a) dan pengaruh langsung variabel mediator terhadap variabel dependen (b) menjadi (ab). Uji signifikasi pengaruh tidak langsung (ab) dilakukan berdasarkan rasio antara koefesien (ab) dengan *standard error* yang akan menghasilkan nilai t statistik. Untuk menghitung *standard error* ab digunakan rumus sebagai berikut:

Untuk mengukur pengaruh variabel bebas terhadap variabel terikat dan diantaranya ada variabel bebas yang menjadi variabel mediasi/intervening menggunakan rumus sebagai berikut:

$$S_{ab} = \sqrt{b^2sa^2 + a^2sb^2 + sa^2sb^2}$$

Keterangan:

Sab : Besarnya *standar error* pengaruh tidak langsung

a : Jalur variabel independen (X) dengan variabel intervening (M)

b : Jalur variabel intervening (M) dengan variabel dependen (Y)

sa : *Standar error* koefisien a

sb : *Standar error* koefisien b

Untuk menguji pengaruh tidak langsung menggunakan: $Z = \frac{ab}{sab}$

Pada pengujian mediasi menggunakan metode ini kita masih menggunakan model penelitian terdapat dua variabel endogen, yaitu komitmen organisasional dan komunikasi interpersonal, sehingga kita dapat membuat dua persamaan regresi sebagai berikut:

Persamaan I : Komitmen organisasional K.O = $a_1 + b$ Komunikasi Interpersonal

Persamaan II : OCB = $a_2 + b_2$ komunikasi interpersonal + b_3 K.O

Analisis regresi mediasi dengan metode *product of coefficient* dilakukan dengan menggunakan langkah –langkah sebagai berikut:

1. Membuat persamaan regresi variabel bebas (X) terhadap variabel tergantung (Y) dan dapat didapatkan nilai koefisien regresi (a) dan *standard error* koefisien regresi (Sa).
2. Membuat persamaan regresi variabel bebas (X) terhadap variabel tergantung (Y) dengan memasukan variabel mediasi (M) dalam persamaan, dan dapatkan nilai koefisien regresi (b) dan *standard error* koefisien regresi (Sb).
3. Menghitung nilai *standard error* ab dan membagi ab dengan Sab.
4. Menghitung nilai t hitung dengan membagi ab dengan Sab
5. Menarik kesimpulan dengan kriteria z hitung lebih besar dari z tabel, maka variabel yang dihipotesiskan sebagai variabel moderasi dinyatakan memoderasi hubungan antara variabel bebas dengan variabel tergantung.