

BAB IV

ANALISA DATA

A. Pengujian Hepotesis

Untuk melakukan analisa data mengenai hubungan antara variabel X dan variabel Y pada penelitian ini, penulis menggunakan teknik statistik dengan menggunakan analisa korelasi. Bilamana kenaikan nilai variabel X selalu disertai kenaikan nilai variabel Y, dan sebaliknya, turunnya nilai variabel X selalu diikuti oleh turunnya nilai variabel Y, maka hubungan seperti itu disebut hubungan yang positif. Akan tetapi sebaliknya, bilamana nilai variabel X yang tinggi selalu disertai oleh variabel Y yang rendah nilainya, dan sebaliknya, bilamana nilai variabel X yang rendah selalu diikuti oleh nilai variabel Y yang tinggi, hubungan antara kedua variabel itu disebut hubungan negatif.⁷⁸

Teknik statistik yang digunakan dalam analisa korelasi pada penelitian ini menggunakan korelasi *Pearson Product Moment*, yaitu salah satu teknik yang dikembangkan oleh Karl Pearson untuk menghitung koefisien korelasi. Kegunaan uji *Pearson Product Moment* atau analisis korelasi adalah untuk mencari hubungan variable bebas (X) dengan variabel terikat (Y) dan data berbentuk interval dan *ratio*.⁷⁹ Rumus yang dikemukakan adalah:

$$r_{xy} = \frac{(\sum xy)}{\sqrt{(\sum x^2 y^2)}}$$

Dimana:

⁷⁸ Sutrisno Hadi, *Statistik (jilid 2)*, Penerbit Andi, Yogyakarta, 2004, hlm. 233

⁷⁹ Ibid, hlm 236

r = Koefisien korelasi r

X = Nilai dalam distribusi variabel X

Y = Nilai dalam distribusi variabel Y

Korelasi *Pearson Product Moment* dilambangkan r , dengan ketentuan nilai r tidak lebih dari harga ($-1 \leq r \leq +1$). Apabila $r = -1$ artinya korelasi negatif sempurna, $r = 0$ artinya tidak ada korelasi, dan $r = 1$ berarti korelasinya sempurna positif (kuat).⁸⁰ Atau dengan kata lain, koefisien korelasi itu bergerak antara 0,000 sampai +1,000 atau diantara 0,000 sampai -1,000, tergantung kepada arah korelasi, nihil, positif, atau negatif. Koefisien yang bertanda positif menunjukkan arah korelasi yang positif. Koefisien yang bertanda negatif menunjukkan arah korelasi yang negatif. Sedang koefisien yang bernilai 0,000 menunjukkan tidak adanya korelasi antara X dan Y .⁸¹ Sedangkan harga r akan dikonsultasikan dengan tabel interpretasi nilai r sebagai berikut:

Tabel 5.1
Interpretasi nilai r

Interval Koefisien	Tingkat Hubungan
0,00 – 0,199	Sangat rendah
0,20 – 0,339	Rendah
0,40 – 0,559	Cukup
0,60 – 0,779	Kuat
0,80 – 1,000	Sangat Kuat

⁸⁰ Ibid., hlm. 218

⁸¹ Hadi, op.cit., hlm. 234

B. Pembahasan Hasil Penelitian

Untuk mendapatkan nilai koefisien korelasi pada penelitian ini akan menggunakan alat bantu *software* SPSS 16.0.

```
CORRELATIONS
/VARIABLES=Regular Meeting (X), Kepuasan Komunikasi (Y)
/PRINT=TWOTAIL NOSIG
/MISSING=PAIRWISE.
```

Tabel 5.2

Correlations

Correlations			
		<i>Regular Meeting</i>	Kepuasan
<i>Regular Meeting</i>	Pearson Correlation	1	.604**
	Sig. (2-tailed)		.000
	N	47	47
kepuasan	Pearson Correlation	.604**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	
	N	47	47
**. Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).			

Inteprestasi output SPSS Pada tabel correlation, di peroleh harga koefisian korelasi sebesar 0,604, dengan signifikansi sebesar 0,000. Berdasarkan data tersebut di atas maka dapat dilakukan pengujian hipotesis dengan membandingkan taraf signifikansi (p-value) dengan galatnya.

Jika signifikansi $> 0,05$, maka H_0 diterima

Jika signifikansi $< 0,05$, maka H_0 ditolak

Pada kasus ini terlihat bahwa koefisian korelasi adalah 0,604 dengan signifikansi 0,000. Karena signifikansi $< 0,05$, maka H_0 di tolak, berarti H_a di terima. Artinya ada hubungan yang signifikansi antara *regular*

meeting dengan Kepuasan Komunikasi pada karyawan di PT. Infomedia Nusantara Surabaya.

Apakah koefisien korelasi hasil analisis korelasi product moment tersebut r tabel.

Pengujian:

Jika r hitung $>$ r tabel, maka H_0 di tolak

Jika r hitung $<$ r tabel, maka H_0 di terima

Dengan taraf kepercayaan 0,05 (5%), maka dapat di peroleh harga r tabel sebesar 0,361. Ternyata harga r hitung lebih besar dari pada r tabel ($0,604 > 0,361$), sehingga H_0 ditolak dan H_a diterima. Artinya ada hubungan yang signifikansi antara *regular meeting* dengan kepuasan komunikasi pada karyawan di PT. Infomedia Nusantara Surabaya. Data dan harga koefisien yang di peroleh mencerminkan keadaan populasi.

Berdasarkan hasil koefisien korelasi tersebut juga dapat di pahami bahwa korelasinya bersifat positif, artinya semakin tinggi *regular meeting* maka akan di barengi dengan semakin tinggi pula kepuasan komunikasi pada karyawan di PT. Infomedia Nusantara Surabaya. Dengan memperhatikan harga koefisien korelasi sebesar 0,604 berarti bersifat korelasinya kuat.

C. Hasil Analisa

Hasil analisa di atas dengan menggunakan alat bantu *software* SPSS 16.0. pada judul “Hubungan Kegiatan *Regular Meeting* dengan Kepuasan Komunikasi Karyawan PT Infomedia Nusantara Tbk Yellow Pages Operation” menghasilkan kesimpulan sebagai berikut:

1. Ada korelasi kegiatan *regular meeting* dengan Kepuasan komunikasi karyawan PT Infomedia Nusantara Tbk Yellow Pages Operation Surabaya
2. Korelasi kegiatan *regular meeting* dengan Kepuasan komunikasi karyawan PT Infomedia Nusantara Tbk Yellow Pages Operation Surabaya adalah kuat, sebesar 0,604 dengan signifikansi 0,000.

Berdasarkan hasil penelitian diketahui bahwa terdapat hubungan antara *regular meeting* dengan kepuasan komunikasi karyawan, maka manajemen PT Infomedia Nusantara Surabaya Sales Operation harus lebih meningkatkan kualitas *regular meeting* agar dapat lebih meningkatkan kepuasan komunikasi karyawan. Hal tersebut akan berhubungan dengan iklim komunikasi yang di dalamnya terdapat kepuasan komunikasi, dan akan memiliki pengaruh terhadap usaha pencapaian tujuan perusahaan. Hal tersebut dikarenakan iklim komunikasi yang di dalamnya terdapat kepuasan komunikasi memberi pedoman bagi keputusan dan perilaku karyawan.

Keputusan yang diambil oleh karyawan untuk melaksanakan pekerjaan mereka secara efektif, untuk mengikatkan diri mereka dengan perusahaan, untuk bersikap jujur dalam berkerja, untuk meraih kesempatan dalam perusahaan, untuk mendukung rekan sakerja lainnya untuk melaksanakan tugas secara kreatif, dan untuk menawarkan gagasan-gagasan inovatif bagi penyempurnaan perusahaan dan operasinya. Semua ini dipengaruhi oleh iklim komunikasi dan kepuasan komunikasi yang dirasakan oleh karyawan.