

## **BAB III**

### **METODE PENELITIAN**

#### **3.1. Tempat dan Waktu Penelitian**

Penelitian ini dilakukan dengan survei kepada karyawan Mcdonal's Flaza Festival. Pengambilan data dilakukan dengan penyebaran kuesioner secara online dengan menggunakan Google Form dan menyebarkan melalui Whatsapp. Waktu penelitian ini dimulai pada bulan Oktober 2022 hingga Mei 2023.

#### **3.2. Pendekatan Penelitian**

Pendekatan yang digunakan dalam penelitian ini adalah kuantitatif. Pendekatan penelitian kuantitatif sebagaimana dikemukakan oleh Sugiyono (2018:15) diartikan sebagai penelitian berlandaskan pada filsafat positivisme, digunakan untuk meneliti pada populasi atau sampel tertentu, pengumpulan data menggunakan instrumen penelitian, analisis data bersifat kuantitatif/statistik, dengan tujuan untuk menggambarkan dan menguji hipotesis yang telah ditetapkan.

Penelitian ini menggunakan populasi atau sampel tertentu yaitu karyawan Mcdonal's Flaza Festival yang memberikan pernyataan mengenai "*Employee Relations*" sehingga pendekatan kuantitatif dirasa sesuai untuk membuktikan hasil hipotesis yang telah dibuat.

#### **3.3. Metode Penelitian**

Metode yang digunakan adalah metode survei. Pendekatan survei menurut Sugiyono (2018: 36) adalah metode penelitian yang terjadi pada masa lampau atau saat ini tentang keyakinan, pendapat, karakteristik, perilaku, hubungan variabel sosiologis dan psikologis dari sampel.

Metode survei adalah penelitian yang sumber data dan informasi utamanya diperoleh dari responden sebagai sampel penelitian dengan menggunakan kuisisioner atau angket sebagai instrument pengumpulan data. Penelitian ini termasuk ke dalam penelitian deskriptif, yaitu penelitian yang

dilakukan untuk menggambarkan data, baik dalam bentuk tabel maupun grafik, mencari rata-rata (mean), nilai tengah (median), standar deviasi dan lainnya.

### 3.4. Definisi Variabel dan Operasional Variabel

#### 3.4.1. Definisi Variabel Penelitian

Variabel penelitian adalah suatu atribut atau sifat atau nilai dari orang, objek atau kegiatan yang mempunyai variasi tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya (Sugiyono, 2019:68). Dalam penelitian ini menggunakan dua variabel, yaitu :

##### 1. Variabel Bebas (*Independent*)

Menurut Sugiyono (2018:39) variabel bebas (*independen*) adalah variabel yang mempengaruhi atau yang menjadi sebab perubahannya atau timbulnya variabel terikat (*dependen*), yang disimbolkan dengan simbol (X). Variabel bebas (X) dalam penelitian ini adalah *empolyee relations*.

##### 2. Variabel Terikat (*Dependent*)

Menurut Sugiyono (2018:39) Variabel terikat atau variabel *dependen* adalah variabel yang dipengaruhi atau yang menjadi akibat karena adanya variabel bebas. Variabel terikat (Y) dalam penelitian ini adalah citra McDonald's.

##### 3. Operasional Variabel

**Tabel 3.1 Definisi Operasional dan Indikator Variabel X**  
(*Employee Relations*)

No.	Variabel X	Dimensi	Indikator
1	Ruslan (2020 : 278)	Program Pendidikan Dan Pelatihan	a. Pembentukan pola pikir karyawan b. Meningkatkan kemampuan karyawan

No.	Variabel X	Dimensi	Indikator
			<ul style="list-style-type: none"> <li>c. Meningkatkan pengetahuan karyawan</li> <li>d. Menambah pengalaman karyawan</li> <li>e. Meningkatkan keterikatan karyawan</li> </ul>
		Program Motivasi Kerja Berprestasi	<ul style="list-style-type: none"> <li>a. Kebutuhan untuk berprestasi</li> <li>b. Kebutuhan affiliation</li> <li>c. Mendapatkan pengakuan atas kinerja</li> <li>d. Keinginan untuk mendapatkan reward/upah yang tinggi</li> <li>e. Mendapatkan dorongan untuk meningkatkan kualitas dalam pekerjaan</li> </ul>
		Program Penghargaan	<ul style="list-style-type: none"> <li>a. Mendapatkan penghargaan langsung</li> <li>b. Mendapatkan penghargaan tidak langsung</li> <li>c. Mendapatkan promosi jabatan</li> <li>d. Mendapatkan bonus</li> <li>e. Mendapatkan upah yang cukup</li> </ul>

No.	Variabel X	Dimensi	Indikator
		Program Acara Khusus ( <i>Special Events</i> )	<ul style="list-style-type: none"> <li>a. Keunikan</li> <li>b. Perishability</li> <li>c. Intangibility</li> <li>d. Suasana dan pelayanan</li> <li>e. Interaksi Personal</li> </ul>
		Program Media Komunikasi Internal	<ul style="list-style-type: none"> <li>a. Papan Pengumuman</li> <li>b. Kotak Saran</li> <li>c. Rangsangan Berbicara</li> <li>d. Presentasi Video atau slide</li> <li>e. Kunjungan oleh pihak manajemen</li> </ul>

**Tabel 3.2 Definisi Operasional dan Indikator Variabel Y**  
(Citra McDonald's)

No.	Variabel Y	Dimensi	Indikator
2	Menurut Liou & Chuang (2017 : 1079-109)	Moralitas	<ul style="list-style-type: none"> <li>a. Pemikiran karyawan</li> <li>b. Loyalitas karyawan</li> <li>c. Perilaku karyawan</li> <li>d. Tanggung jawab karyawan</li> <li>e. Mematuhi aturan</li> </ul>
		Management	<ul style="list-style-type: none"> <li>a. Tugas kerja</li> <li>b. Kualitas kerja</li> <li>c. Kuantitas</li> <li>d. Ketepatan waktu</li> </ul>

No.	Variabel Y	Dimensi	Indikator
			e. Dukungan management
		Performa	a. Penampilan karyawan b. Ketepatan waktu karyawan c. Kualitas kinerja karyawan d. Inisiatif e. Kemampuan karyawan
		Layanan	a. Kecepatan layanan b. Kualitas layanan c. Kesopanan dan keramahan d. Daya tanggap e. Bukti fisik

### 3.5. Populasi dan Sampel

#### 3.5.1. Populasi

Populasi menurut Sugiyono (2018: 130) yaitu wilayah generalisasi yang terdiri atas obyek/subyek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya.

Populasi dari penelitian ini adalah karyawan Mcdonal's Flaza Festival dengan karakteristik populasi yang pernah memberikan penilaian terhadap *Employee Relations* Mcdonal's Flaza Festival Jumlah karyawan (diakses pada tanggal 06 Januari 2023), kemudian didapatkan 58 orang karyawan *crew* dengan karakteristik sebagai berikut :

1. Perempuan dan laki-laki

2. Usia ( $\geq 18$  tahun)
3. Minimal Bekerja ( $< 6$  bulan s.d  $> 1$  tahun)
4. Karyawan McDonald's Flaza Festival

### 3.5.2. Sampel

Menurut Sugiyono (2017:81) mengidentifikasi sampel adalah bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi dalam penentuan jumlah sampel yang akan diolah dari jumlah populasi, Dalam penentuan jumlah sampel yang akan diolah dari jumlah populasi, maka harus dilakukan dengan teknik pengambilan sampel yang tepat.

Teknik *sampling* pada dasarnya dapat dikelompokkan menjadi dua, yaitu *probability sampling* dan *nonprobability sampling*. Teknik *sampling* yang digunakan oleh penulis adalah *nonprobability sampling*.

Menurut Sugiyono (2017:84) definisi *nonprobability sampling* adalah teknik pengambilan sampel yang tidak memberi peluang/ kesempatan sama bagi setiap unsur atau anggota populasi untuk dipilih menjadi sampel.

Jenis *nonprobability sampling* yang digunakan dalam penelitian ini adalah *sampling jenuh* atau sering disebut juga *sensus*. Menurut sugiyono (2017:85) pengertian dari *sampling jenuh* adalah teknik penentuan sampel bila semua anggota populasi dijadikan sampel, hal ini dilakukan bila jumlah populasi relative kecil, kurang dari 30, atau penelitian ingin membuat generalisasi dengan kesalahan yang sangat kecil.

Berdasarkan penjelasan diatas, maka yang akan dijadikan sampel dalam penelitian ini adalah seluruh dari populasi yang diambil, yaitu seluruh karyawan McDonald's yang berjumlah 58 karyawan.

### 3.6. Pengukuran dan Pengamatan Variabel Penelitian

Skala pengukuran yang digunakan dalam penelitian untuk menyatakan tanggapan dari responden terhadap setiap pernyataan yang diberikan yaitu menggunakan Skala Likert.

Penggunaan Skala Likert dalam penelitian ini menggunakan model empat pilihan (skala empat). Skala disusun dalam bentuk pernyataan dan diikuti oleh respon yang menunjukkan tingkatan. (Widoyoko, 2016 : 104) Jawaban setiap item

komponen yang menggunakan skala Likert mempunyai gradasi dari sangat positif sampai sangat negative dan jawaban itu dapat diberi skor sebagai berikut :

- 1 = Sangat Tidak Setuju
- 2 = Tidak Setuju
- 3 = Setuju
- 4 = Sangat Setuju

Melalui skala Likert tersebut, nantinya seluruh pernyataan yang akan dijawab oleh responden akan dihitung pada setiap bobotnya lalu dijumlahkan secara keseluruhan untuk mengetahui nilai dari setiap responden dan dapat dijadikan skor penilaian terhadap variabel – variabel pada penelitian.

### **3.7. Teknik Pengumpulan Data**

Teknik pengumpulan data adalah suatu Langkah yang dinilai strategis dalam penelitian, karena mempunyai tujuan yang utama dalam memperoleh data. (Sugiyono, 2016:193). Dalam suatu penelitian terdapat dua teknik pengumpulan data yaitu data primer dan data sekunder.

#### **1. Data Primer**

Menurut Suharsimi Arikunto (2013:172) data primer adalah data yang dikumpulkan melalui pihak pertama, biasanya dapat melalui wawancara, jejak, dan lain-lain. Dalam penelitian ini, penulis menggunakan data primer berupa kuesioner. Responden pada penelitian ini adalah karyawan Mcdonal's Flaza Festival.

#### **2. Data Sekunder**

Menurut Sugiyono (2012:141) data sekunder adalah sumber data yang diperoleh dengan cara membaca, mempelajari, dan memahami melalui media yang bersumber dari literatur, buku-buku, serta dokumen. Data sekunder yang dikumpulkan berisikan informasi dan teori-teori yang digunakan untuk mendukung penelitian berasal dari buku-buku tentang komunikasi, internet, penelitian sebelumnya berupa skripsi, jurnal dan hasil laporan yang berhubungan dengan ilmu komunikasi, *public relations*, dan citra, serta data yang diperoleh dari website-website resmi.

### 3.8. Teknik Analisis Data

#### 3.8.1. Uji Regresi Linier Sederhana

Uji regresi digunakan untuk menguji hubungan pengaruh kedua variabel, yaitu antara variabel bebas (independen) dan variabel terikat (dependen). Pengujian ini bermaksud untuk mengetahui seberapa besar kekuatan variabel X berhubungan dengan variabel Y dan dirumuskan sebagai berikut:

$$Y = a + bX$$

Keterangan :

Y = Variabel terikat dalam penelitian ini adalah citra restoran

X = *employee relations*

a = Nilai intercept (konstan) atau Y bila X = 0

b = Koefisien regresi, yaitu angka peningkatan atau penurunan variabel dependen yang didasarkan pada variabel independent. Bila b (+) maka naik, bila b (-) maka terjadi penurunan.

#### 3.8.2. Uji Hipotesis

Untuk menguji pengaruh dari variabel X dengan variabel Y yang telah didapatkan, maka dapat dilaksanakan uji hipotesis. Pengujian hipotesis ini menggunakan uji t dengan rumus:

$$t = \frac{r\sqrt{n-2}}{\sqrt{(1-r^2)}}$$

Keterangan:

r = Koefisien korelasi antara X dan Y

n = Jumlah sampel

dengan demikian

Jika  $t_{hitung} > t_{tabel}$   $H_0$  ditolak dan  $H_1$  diterima (mempunyai pengaruh).

Jika  $t_{hitung} < t_{tabel}$   $H_0$  diterima dan  $H_1$  ditolak (tidak mempunyai pengaruh).

### 3.9. Uji Validitas dan Reabilitas

#### 3.9.1. Uji Validitas

Validitas mengacu pada aspek ketepatan dan kecermatan hasil pengukuran. Pengukuran sendiri dilakukan untuk mengetahui seberapa banyak aspek

(kuantitatif) suatu aspek psikologis terdapat dalam diri seseorang, yang dinyatakan oleh skornya pada instrument pengukur yang bersangkutan (Suryani dan Hendryadi, 2015:144).

Menurut Sugiyono (2017:121) instrument yang valid berarti alat ukur yang digunakan untuk mendapatkan data (mengukur) itu valid.

Pengujian validitas menggunakan  $r$  hasil dari korelasi yang dihasilkan melewati menu correlate dalam pilihan Bivariaten. Untuk mendapatkan  $r$  tabel, dapat memakai rumus:

$$Df = n - 2$$

Pengujian ini dilakukan dengan mengajukan pernyataan melalui kuesioner yang akan diberikan kepada responden. Uji validitas dan reliabilitas dalam penelitian ini dilakukan kepada *employee* McDonald's Flaza Festival sebanyak 30 orang responden dengan signifikansi 10%. Dalam pengukuran tingkat validitas dan reliabilitas digunakan software SPSS (*Statistic Package for Social Science*) for Macbook versi 25.0.

Uji validitas membandingkan nilai  $r_{hitung}$  dengan  $r_{tabel}$ . Dalam penelitian ini, nilai  $df$  (*degree o freedom*) dapat dihitung  $df = n - 2$  maka didapatkan  $df = 30 - 2 = 28$ . Dengan tingkat signifikansi sebesar 10% maka nilai  $r_{tabel}$  sebesar 0,306. Pengujian ini menggunakan rumus korelasi *product moment* atau teknik statistic yang digunakan agar mengetahui koefisien korelasi dan membuktikan hipotesis hubungan dengan variabel/data/skala interval. Symbol korelasi moment dapat ditulis dengan huruf "r" kriteria pengujian validitas adalah sebagai berikut:

Jika  $r_{hitung} > r_{tabel}$ , maka instrumen pernyataan tersebut valid.

Jika  $r_{hitung} < r_{tabel}$ , maka instrument pertanyaan tidak valid.

### 3.9.2. Hasil Uji Validitas

Uji validitas dilakukan sebelum melakukan penyebaran kuesioner kepada sampel penelitian. Penyebaran kuesioner dilakukan kepada 30 orang responden yang mengetahui Responden diminta untuk menyatakan jawaban pada pilihan yang telah disediakan dalam *Google Form*. Hasil uji ini membuktikan setiap pernyataan yang diajukan kepada responden valid atau tidak valid. Uji validitas dengan membandingkan nilai  $r_{hitung}$  dengan  $r_{tabel}$

.Dalam penelitian ini, nilai *df* (*degree of freedom*) dapat dihitung  $df = n - 2$  maka  $df = 30 - 2 = 28$ . Dengan tingkat signifikansi sebesar 10%, maka nilai *r* tabel sebesar 0,306. Hasil pengujian validitas dapat dilihat sebagai berikut:

### 1. Uji Validitas Variabel X (*Employee Relations*)

Hasil Uji validitas X (*employee relations*) dijelaskan pada tabel dibawah ini.

**Tabel 3.3 Hasil Uji Validitas Variabel X  
(*Employee Relations*)**

No	Pernyataan	<i>r</i> <sub>tabel</sub>	<i>r</i> <sub>hitung</sub>	Keterangan
1	X1	0,306	0,584	VALID
2	X2	0,306	0,647	VALID
3	X3	0,306	0,584	VALID
4	X4	0,306	0,682	VALID
5	X5	0,306	0,683	VALID
6	X6	0,306	0,741	VALID
7	X7	0,306	0,341	VALID
8	X8	0,306	0,550	VALID
9	X9	0,306	0,498	VALID
10	X10	0,306	0,647	VALID
11	X11	0,306	0,617	VALID
12	X12	0,306	0,668	VALID
13	X13	0,306	0,654	VALID
14	X14	0,306	0,510	VALID
15	X15	0,306	0,650	VALID
16	X16	0,306	0,595	VALID
17	X17	0,306	0,483	VALID
18	X18	0,306	0,487	VALID
19	X19	0,306	0,704	VALID
20	X20	0,306	0,728	VALID
21	X21	0,306	0,603	VALID
22	X22	0,306	0,575	VALID
23	X23	0,306	0,511	VALID
24	X24	0,306	0,541	VALID
25	X25	0,306	0,578	VALID

Sumber : Hasil Perhitungan SPSS

Dari hasil uji validitas diatas, jika *r* pernyataan tersebut dinyatakan valid. Jika  $r_{tabel} < r_{hitung}$  maka pernyataan tersebut dinyatakan tidak valid. Berdasarkan dari hasil uji validitas diatas yang

menggunakan SPSS, sebanyak 25 item pernyataan pada variabel X (*employee relations*) dapat dikatakan **VALID**, karena  $r_{hitung}$  lebih besar dari 0,306 ( $r_{tabel}$ ).

## 2. Uji Validitas Variabel Y (Citra McDonald's)

Hasil Uji validitas Y (Citra McDonald's) dijelaskan pada tabel dibawah ini:

**Tabel 3.4 Hasil Uji Validitas Variable Y  
(Citra McDonald's)**

No	Pernyataan	$r_{tabel}$	$r_{hitung}$	Keterangan
1	Y1	0,306	0,713	VALID
2	Y2	0,306	0,731	VALID
3	Y3	0,306	0,705	VALID
4	Y4	0,306	0,710	VALID
5	Y5	0,306	0,547	VALID
6	Y6	0,306	0,713	VALID
7	Y7	0,306	0,704	VALID
8	Y8	0,306	0,791	VALID
9	Y9	0,306	0,547	VALID
10	Y10	0,306	0,710	VALID
11	Y11	0,306	0,761	VALID
12	Y12	0,306	0,635	VALID
13	Y13	0,306	0,677	VALID
14	Y14	0,306	0,810	VALID
15	Y15	0,306	0,788	VALID
16	Y16	0,306	0,522	VALID
17	Y17	0,306	0,462	VALID
18	Y18	0,306	0,827	VALID
19	Y19	0,306	0,722	VALID
20	Y20	0,306	0,638	VALID

Sumber : Hasil Perhitungan SPSS

Dari hasil uji validitas diatas, jika  $r$  pernyataan tersebut dinyatakan valid. Jika  $r_{tabel} <$  dari  $r$  maka  $r_{hitung} >$  dari  $r$  maka  $r_{hitung}$  pernyataan tersebut dinyatakan tidak valid. Berdasarkan dari hasil uji validitas diatas yang menggunakan SPSS, sebanyak 20 item pernyataan pada variabel Y (Citra McDonald's) dapat dikatakan VALID, karena  $r_{hitung}$  lebih besar dari 0,306 ( $r_{tabel}$ ).

### 3.9.3. Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas dilakukan untuk mengukur tingkat konsistensi antara hasil pengamatan dengan instrumen atau alat ukur yang digunakan pada waktu yang berbeda. Untuk mengukur reliabilitas dalam penelitian ini menggunakan *Teknik Alpha Cronbach*. Metode ini digunakan untuk menghitung reliabilitas suatu tes yang tidak mempunyai pilihan ‘benar’ atau ‘salah’ maupun ‘ya’ atau ‘tidak’, melainkan digunakan untuk menghitung reliabilitas suatu tes yang mengukur sikap atau perilaku (Siregar, 2017 :56), kriteria suatu instrumen penelitian dikatakan reliabel dalam menggunakan *Teknik Alpha Cronbach* berdasarkan aturan berikut:

**Tabel 3.5 Tingkat Reliabilitas Berdasarkan Nilai Alpha**

<i>Alpha Cronbach Reliabilitas</i>	<b>Tingkat Reliabilitas</b>
0,00 – 0,02	Kurang Reliabel
0,20 – 0,40	Agak Reliabel
0,40 – 0,60	Cukup Reliabel
0,60 – 0,80	Reliabel
0,80 – 1,00	Sangat Reliabel

### 3.9.4. Hasil Uji Reliabilitas

#### 1. Uji Hasil Reliabilitas Variabel X (*Employee Relations*)

**Tabel 3.6 Hasil Uji Reliabilitas Variabel X (*Employee Relations*)**

<b>Reliability Statistics</b>	
Cronbach's Alpha	N of Items
.915	25

Dari tabel hasil uji reliabilitas diatas, dapat dijelaskan bahwa nilai pada kolom *Cronbach's Alpha* dari Variabel X (*Employee Relations*) sebesar 0,915. Berdasarkan ukuran ketepatan data *Cronbach's Alpha* dapat

dikatakan bahwa 25 item pernyataan Variabel X (*Employee Relations*) adalah Sangat Reliabel.

## 2. Uji Reliabilitas Variabel Y (Peningkatan Citra McDonald's)

**Tabel 3.7 Hasil Uji Variabel Y (Peningkatan Citra McDonald's)**

Reliability Statistics	
Cronbach's Alpha	N of Items
.941	20

Dari tabel hasil uji reliabilitas diatas, dapat dijelaskan bahwa nilai pada kolom *Cronbach's Alpha* dari Variabel Y (Peningkatan Citra McDonald's) sebesar 0,941. Berdasarkan ukuran ketepatan data *Cronbach's Alpha* dapat dikatakan bahwa 20 item pernyataan variabel Y (Peningkatan Citra McDonald's) adalah Sangat Reliabel.