

BAB 3

OBJEK DAN METODE PENELITIAN

3.1 Objek dan Ruang Lingkup Penelitian

Objek penelitian adalah komunikasi, disiplin, dan gaya kepemimpinan karyawan Perusahaan Kecap Cap Jago di Pangandaran. Sedangkan yang menjadi ruang lingkup penelitian adalah sejauh mana pengaruh komunikasi, disiplin, dan gaya kepemimpinan terhadap kinerja karyawan di Perusahaan Kecap Cap Jago di Pangandaran.

3.1.1 Sejarah Berdirinya Perusahaan Kecap Cap Jago

KH. Ahmad Zahidi dengan sebutan warga kampung “wa Ahmad” inilah pelopor berdirinya Perusahaan Kecap Cap Jago, yang beralamat Dusun Budiasih Desa Cibenda Kecamatan Parigi Kabupaten Ciamis (saat itu) Kabupaten Pangandaran (sekarang), beliau adalah sosok pekerja yang gigih, sabar, ulet dan bertanggung jawab dalam bidang apapun termasuk dalam keagamaan di Dusun Budiasih. beliau merintis usaha Kecap Jago dengan berkeliling menjajakan Kecap Jagonya kerumah-rumah dan pasar-pasar yang dimulai dari pasar cibenda sekitar tahun 1962 masehi, karena kesabaran dan keuletan seorang KH. Ahmad Zahidi inilah, kecap jago yang ia buat semakin mengalami perkembangan. Sehingga, produksi kecapnya dikenal masyarakat luas, akan rasa khas dan kekentalannya. Dari situlah, beliau memulai untuk meluaskan wilayah pemasarannya selain wilayah Kecamatan Parigi, Cijulang dan Pangandaran beliaupun memulai untuk memperluas pemasaran hingga wilayah Kalipucang, Padaherang dan Banjarsari.

Pada saat itu beliau menggunakan jasa kereta api sebagai alat transportasi pemasaraan Kecap Cap Jago ke wilayah tersebut. Tahun demi tahun ia tekuni dengan penuh kesabaran sebagai seorang penjual kecap keliling sampai ia dapat mencukupi kebutuhan rumah tangga dan pendidikan anak-anaknya sehingga mereka dapat mengenyam pendidikan sampai perguruan tinggi dan membeli sebidang tanah untuk hunian dan pabrik kecapnya. Pada sekitar tahun 1965 masehi atas permintaan konsumen Kecap Cap Jago yang semakin bertambah dan meluass inilah maka didirikanlah bangunan Perusahaan Kecap Jago untuk segala aktifitas guna meningkatkan produksi Kecap Cap Jago untuk dapat memenuhi kebutuhan konsumen-konsumennya. Bersamaan dengan itu pula, beliau merekrut beberapa karyawan yang berasal dari sekitar Desa Cibenda Kecamatan Parigi. Pesanan demi pesanan Kecap Cap Jago mulai berdatangan dari beberapa Kecamatan di Kabupaten Ciamis Provinsi Jawa Barat. Tahun 2000 masehi, seorang pendiri dan pelopor Perusahaan Kecap Cap Jago wafat meninggalkan seorang istri dan 6 orang anak yang dicintainya dan perusahaan yang dia beri nama “Perusahaan Kecap Cap Jago” yang dia bangun dari hasil perjuangan beserta pengorbanannya. Setelah dia wafat maka perusahaan diteruskan oleh istrinya yang juga gigih, sabar dan ulet dalam mengembangkan Perusahaan Kecap Cap Jago. Sehingga, nama Perusahaan Kecap Cap Jago pun semakin dikenal oleh masyarakat luas khususnya Kecamatan Cijulang hingga Kecamatan Banjarsari an Ciamis. Pada tahun 2009 masehi, Mamah Onah Yohanah wafat, beliau adalah seorang yang disegani karena ketelitian dan kepiawaiannya dalam memimpin Perusahaan Kecap Cap Jago rintisan suaminya itu. Dia meninggalkan 6 orang anak yang sudah berkeluarga an tinggal di berbagai

daerah sesuai dengan tugas bidangnya masing-masing sebagai Pegawai Negeri Sipil. Maka, pada tahun tersebut musyawarah untuk memilih generasi keturunan KH. Ahmad Zahidi dan Mamah Onah yang meneruskan perusahaan orang tua mereka. Atas hasil musyawarah dari keenam generasi penerus KH. Ahmad Zahidi. Maka, putera ketiga Haerun, A.Ma diberi amanah untuk meneruskan Perusahaan Kecap Cap Jago. Pada saat itulah Perusahaan Kecap Cap Jago dipimpin oleh Haerudin. A.Ma, dengan kepemilikan saham Perusahaan Kecap Cap Jago enam orang anak pasangan dari KH. Ahmad Zahidi dan Mamah Onah yaitu Jaenudin.S.Pd., Nani Nurdiani. S.Pd., Tati Rohayati. S.Pd.I., Haerudin. A.Ma., Dr. Undang Rosidin. S.Pd., M.Pd., Siti Hindasah. S.Ip. maka pemasaran diperluas dan produksi Kecap Cap Jago pun ditingkatkan. Dan sekarang wilayah pemasaran Kecap Cap Jago meliputi: Kecamatan Kelapa Genep Kabupaten Tasikmalaya, Kecamatan Cimerak, Cijualng, Parigi, Sidamulih, Pangandaran, Kalipucang, Padaherang, Mangunjaya, Banjarsari, Lakbok, Banjar, Ciamis, dan beberapa kecamatan di Provinsi Jawa Barat dan bebeapa kecamatan di Provinsi Jawa Tengah.

3.1.2 Filosofi Perusahaan Kecap Cap Jago

Perusahaan Kecap Cap Jago mempunyai filosofi, yaitu: “Menjaga Nilai-nilai Perusahaan Dan Meningkatkan Kepercayaan Dan Kemanfaatan Bagi Masyarakat Sehingga Terjalin Hubungan Timbal Balik Positif”

3.1.3 Nilai-nilai Perusahaan Kecap Cap Jago

Perusahaan Kecap Cap Jago memiliki beberapa nilai-nilai perusahaan, antara lain:

1. Kepedulian, yaitu Mengutamakan kepuasan pelanggan dan kepentingan bangsa dan negara.

2. Etika, yaitu Menghargai dan melayani pelanggan dengan baik.
3. Cooperative, yaitu Membangun kerjasama yang ssinergis dan saling menguntungkan.
4. Amanah, yaitu Menjaga kepercayaan pelanggan atau konsumen.
5. Profesional, yaitu Menunjukkan hasil dan kerja yang terbaik dan menjaga etika profesi dan perusahaan.

3.1.4 Logo Perusahaan Kecap Cap Jago



Gambar 3. 1 Logo Perusahaan

Sumber: Perusahaan Kecap Cap Jago

3.1.5 Visi dan Misi Perusahaan Kecap Cap Jago

Visi dari Perusahaan Kecap Cap Jago yaitu Menjadi Perusahaan Kecap bermutu tinggi yang unggul dalam pasar lokal dan nasional.

Misi dari Perusahaan Kecap Cap Jago yaitu sebagai berikut:

1. Memproduksi produk halal dengan bahan-bahan halal.
2. Menjamin sistem produksi yang higienis dan suci dari bahan-bahan najis.
3. Memenuhi kebutuhan pasar lokal dan nasional.

4. Mengutamakan kepuasan konsumen akan kualitas, rasa dan menjadikan rasa lebih terasa.

3.1.6 Sebaran Tenaga Kerja

Adapun jumlah sebaran tenaga kerja yang akan dijadikan populasi dalam penelitian ini ialah sebagai berikut:

Tabel 3.1 Sebaran Tenaga Kerja

No	Kategori	Jumlah Karyawan
1	Marketing	10
2	Packing	30
3	Gudang	38
4	Kitchen	5
5	Cleaning bottle	19
Jumlah		102

Sumber : Perusahaan Kecap Cap Jago

Dari sebaran tenaga kerja diatas diambil secara random cluster dari setiap bagian yang dikumpulkan menjadi 50 orang dan dijadikan sampel dalam penelitian ini.

3.2 Metode Penelitian

Metode penelitian yang digunakan dalam usulan penelitian ini untuk mengetahui pengaruh komunikasi, disiplin dan gaya kepemimpinan terhadap kinerja karyawan adalah metode penelitian survei. Sugiyono (2017: 80) menyebutkan bahwa metode penelitian survei ialah metode penelitian kuantitatif yang dipakai untuk memperoleh data pada masa lampau atau saat ini, tentang pendapat, keyakinan, karakteristik, perilaku, hubungan variabel dan untuk menguji beberapa hipotesis tentang variabel sosiologis dan psikologis dari sampel yang diambil dari populasi tertentu, teknik pengumpulan data dengan pengamatan seperti wawancara dan kuesioner.

3.2.1 Operasionalisasi Variabel

Sugiyono (2017: 96) Operasionalisasi variabel adalah suatu nilai atau sifat bahkan atribut dari suatu objek yang memiliki variasi tertentu yang sudah ditetapkan oleh peneliti untuk dipahami dan diambil kesimpulan. Operasionalisasi variabel juga disebut sebagai pengukuran yang dilakukan peneliti untuk setiap variabel yang didasarkan pada indikator untuk mengambil kesimpulan. Berdasarkan judul “**Pengaruh Komunikasi, Disiplin, dan Gaya kepemimpinan Terhadap Kinerja Karyawan** (Kasus Pada Perusahaan Kecap Cap Jago Di Pangandaran)”, Maka terdapat empat variabel yaitu variabel independent/terikat. Operasional variabel diperlukan guna menentukan indikator dan skala pengukuran dari masing-masing variabel yang terkait dengan penelitian ini ialah:

1. Variabel Independen (variabel Bebas)

Dalam penelitian ini ada tiga variabel yang menjadi variabel bebas ialah komunikasi (X1), disiplin (X2), gaya kepemimpinan (X3).

2. Variabel Dependen (Variabel terikat)

Dalam penelitian ini, yang menjadi variabel terikat ialah kinerja karyawan (Y)

Dibawah ini merupakan tabel operasionalisasi variabel penelitian:

(1)	(2)	(3)	(4)	(5)	(6)
	perbuatan yang saling menghormati dan menghargai serta patuh terhadap peraturan-peraturan yang dibuat oleh perusahaan baik tertulis maupun tidak tertulis, serta sanggup untuk menjalankan dan menerima sanksi apabila karyawan melanggar peraturan	2. Teladan pimpinan 3. Balas jasa 4. Keadilan	dalam bekerja - Kepercayaan dan tanggung jawab - Pemberian bonus atau komisi - Pembagian kerja yang sesuai dengan kemampuan dan tanggung jawab	S K O R	O R D I N A L
		5. Waskat	- Bimbingan dan pengarahan dalam bekerja		
		6. Sanksi hukum	- Putusan hubungan kerja (PHK), Denda atau pemotongan gaji		
Gaya Kepemimpinan (X3)	Perilaku dan strategi, sebagai hasil kombinasi dari falsafah, keterampilan, sifat, sikap, yang sering diterapkan seorang pemimpin ketika ia mencoba	1. Kemampuan untuk membina kerjasama dan hubungan yang baik	- Membangun kerja sama serta hubungan yang baik antara atasan dan bawahan dalam melaksanakan tugas		

(1)	(2)	(3)	(4)	(5)	(6)
	memengaruhi kinerja bawahannya.	2. Kemampuan yang efektivitas	- Mampu menyelesaikan pekerjaan untuk mencapai target		
		3. Kepemimpinan yang efektivitas	- Mampu mengatasi masalah secara tepat - Mampu memberikan arahan untuk mencapai tujuan	S K O R	O R D I N A L
		4. Kemampuan dalam mendelegasikan tugas dan waktu	- Bertanggung jawab dalam menyelesaikan tugas		
		5. Kemampuan dalam mendelegasikan tugas atau wewenang	- Mengambil sikap dan tindakan dalam menyelesaikan tugas		
Kinerja Karyawan (Y)	Suatu hasil yang dicapai oleh seseorang dalam melaksanakan tugas atau beban tanggung jawab menurut ukuran dan standar yang berlaku pada masing-masing organisasi.	1. Kualitas kerja	- Tingkat kualitas dalam bekerja - Tingkat ketepatan hasil pekerjaan sesuai standar yang ditetapkan	S K O R	O R D I N A L

(1)	(2)	(3)	(4)	(5)	(6)
		2. Kuantitas kerja	- Tingkat kesesuaian jumlah target		
		3. Keandalan kerja	- Inisiatif dalam bekerja - Mampu menjalani kepatuhan prinsip-prinsip moral dan etika kerja		
		4. Sikap kerja	- Disiplin dalam melakukan pekerjaan		

Sumber: Hasil Telaah Peneliti

3.2.2 Teknik Pengumpulan Data

3.2.2.1 Jenis Data

Dalam penelitian ini terdapat dua jenis data sebagai berikut:

1. Data Primer

Data yang dikumpulkan langsung oleh peneliti baik perorangan atau suatu organisasi dari objek yang telah diteliti untuk kepentingan studi yang bersangkutan berupa wawancara dan observasi. Data primer ini merupakan data yang dikumpulkan dan diolah langsung oleh peneliti dari responden.

2. Data Sekunder

Data yang diperoleh dari literatur-literatur, jurnal-jurnal penelitian, majalah maupun dokumen yang diperlukan untuk menyusun penelitian. Data sekunder ini merupakan jenis data yang ada kaitannya dengan masalah yang akan diteliti. Untuk

penelitian ini data yang diperlukan ialah jurnal ilmiah, data tenaga kerja serta data yang berhubungan dengan kinerja karyawan.

3.2.2.2 Populasi Sasaran

Menurut Sugiyono (2017: 80), populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri atas objek atau subyek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya.

Populasi dalam penelitian ini adalah karyawan di Perusahaan Kecap Cap Jago dengan jumlah karyawan 102 orang.

3.2.2.3 Penentuan Sampel

Menurut Sugiyono (2017: 81) Sampel merupakan bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki populasi. Teknik pengambilan sampel dalam penelitian ini menggunakan teknik *simple random sampling cluster* yaitu teknik untuk menentukan sampel bila objek yang akan diteliti sangatlah luas maka akan diambil secara random sesuai dengan proporsi populasi yang ada.

Penentuan ukuran sampel dalam penelitian ini dilakukan dengan menggunakan rumus Slovin sebagai berikut:

$$n = \frac{N}{1 + N(e)^2}$$

Keterangan:

n : Ukuran sampel

N : Ukuran populasi

e : Nilai kritis ketidaktekelitian karena kesalahan pengambilan sampel yang dapat ditolerir atau diujikan, untuk penelitian ini digunakan 10%.

Untuk menentukan jumlah sampel yang akan diteliti, penulis mengambil 102 orang karyawan Perusahaan Kecap Cap Jago yang merupakan populasi dari penelitian ini, dan telah diambil sampel minimal dengan formulasi penarikan sampel sebagai berikut:

$$n = \frac{102}{1 + 102(0,1)^2}$$

$$n = \frac{102}{1 + (102 \times 0,01)}$$

$$n = \frac{102}{1 + 1,02}$$

$$n = \frac{102}{2,02} = 50$$

Berdasarkan ukuran sampel minimal di atas dalam penelitian ini ditentukan ukuran sampel yaitu sebanyak 50 responden.

3.2.2.4 Teknik Pengumpulan Data

1. Wawancara

Menurut Creswell dalam Sugiyono (2017: 224) teknik pengumpulan yang dilakukan dengan cara merekam jawaban atas pertanyaan yang diajukan kepada responden. Peneliti mengajukan pertanyaan kepada responden dengan pedoman wawancara, mendengarkan jawaban, memperhatikan perilaku dan merekam semua respon dari narasumber.

2. Kuesioner (Angket)

Menurut Larry Cristensen dalam Sugiyono (2017: 230) kuesioner merupakan instrumen untuk pengumpulan data, dimana partisipan atau responden mengisi pertanyaan atau pernyataan yang diberikan oleh peneliti. Peneliti dapat

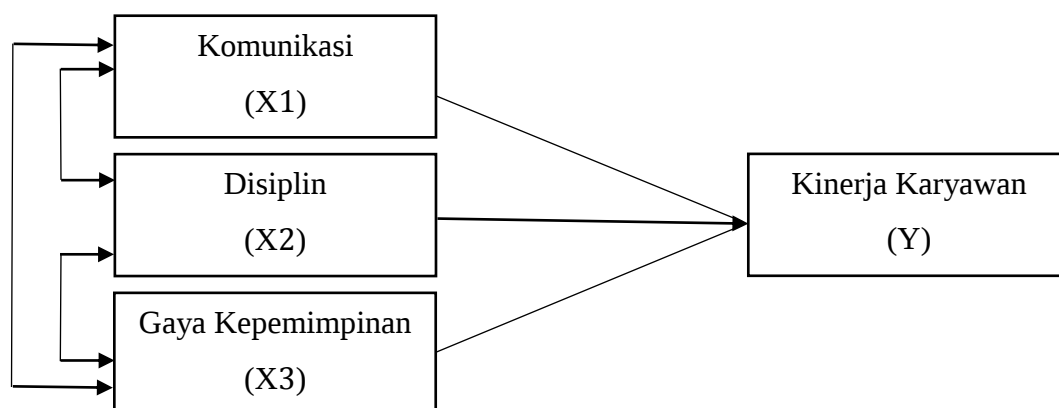
menggunakan kuesioner untuk memperoleh data yang berhubungan dengan pemikiran, perasaan, sikap, kepercayaan, nilai, persepsi, kepribadian dan perilaku responden.

3. Studi Dokumentasi

Teknik pengumpulan data sekunder dari subjek yang diteliti, baik secara langsung oleh pribadi maupun kelembagaan.

3.3 Model Penelitian

Berdasarkan kerangka pemikiran untuk mengetahui gambaran umum mengenai pengaruh komunikasi, disiplin dan gaya kepemimpinan terhadap kinerja karyawan maka disajikan paradigma penelitian sebagai berikut:



Gambar 3. 2 Model Penelitian

3.4 Teknik Analisis Data

Data yang diperoleh dari penelitian ini selanjutnya akan di analisis dengan menggunakan statistik untuk mengetahui pengaruh komunikasi, disiplin dan gaya kepemimpinan terhadap kinerja karyawan.

3.4.1 Analisis Deskriptif

Instrument yang digunakan untuk pengumpulan data dalam penelitian ini adalah kuesioner. Skala pengukuran yang digunakan ialah skala Likert berguna untuk mengukur keseluruhan mengenai topik, pengalaman dan pendapat.

Hasil pengukuran dengan skala Likert akan menghasilkan data interval. Dalam penelitian ini, skala likert digunakan untuk mengembangkan instrument yang dipakai untuk mengukur sikap, persepsi, dan pendapat seseorang atau sekelompok orang terhadap permasalahan suatu objek, dan potensi yang ada, perencanaan tindakan dan pelaksanaan tindakan. Jawaban dari setiap item menggunakan skala Likert akan menunjukan gradasi nilai dari sangat positif sampai sangat negatif. Untuk lebih jelasnya dapat dilihat dari tabel sebagai berikut:

1. Untuk pertanyaan positif skala nilai yang dipergunakan adalah 5-4-3-2-1

Tabel 3.3 Nilai, Notasi dan Predikat Pernyataan Positif

Nilai	Notasi	Predikat
5	SS	Sangat Setuju
4	S	Setuju
3	TAP	Tidak Ada Pendapat
2	TS	Tidak Setuju
1	STS	Sangat Tidak Setuju

(Sumber: Sugiyono, 2017: 169)

2. Untuk pertanyaan negatif skala nilai yang dipergunakan adalah 1-2-3-4-5

Tabel 3.4 Nilai, Notasi dan Predikat Pernyataan Negatif

Nilai	Notasi	Predikat
1	SS	Sangat Setuju
2	S	Setuju
3	TAP	Tidak Ada Pendapat
4	TS	Tidak Setuju
5	STS	Sangat Tidak Setuju

(Sumber: Sugiyono, 2017: 169)

Perhitungan hasil kuesioner dengan persentase dan skoring menggunakan rumus sebagai berikut:

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

Keterangan:

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:

$$NJI = \frac{\text{Nilai Tertinggi} - \text{Nilai terendah}}{\text{Jumlah Kriteria Pernyataan}}$$

3.4.2 Uji Instrumen

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

3.4.2.1 Uji Validitas

Menurut Sugiyono (2017: 125) Validitas menunjukkan derajat ketepatan antara data yang sesungguhnya terjadi pada objek dengan data yang dikumpulkan oleh peneliti. Uji validitas dilakukan dengan cara menghitung korelasi masing-masing pertanyaan melalui total skor. Adapun valid atau tidaknya suatu pertanyaan dapat ditentukan dengan cara sebagai berikut:

- a. Jika $r_{\text{hitung}} > r_{\text{table}}$, maka butir pertanyaan berkorelasi signifikan terhadap total skor dan dapat dinyatakan valid.

- b. Jika $r \text{ hitung} < r \text{ table}$, maka butir pertanyaan tidak berkorelasi signifikan terhadap total skor dan dapat dinyatakan tidak valid.

Untuk mempermudah perhitungan, uji validitas ini akan menggunakan program SPSS Versi 20.

3.4.2.2 Uji Reliabilitas

Menurut Sugiyono (2017: 130) Uji reliabilitas adalah sejauh mana hasil pengukuran dengan menggunakan objek yang sama, akan menghasilkan data yang sama. Uji reliabilitas bertujuan untuk mengukur gejala-gejala yang sama dan hasil pengukur itu reliable.

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

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

Untuk mempermudah perhitungan, uji reliabilitas ini akan menggunakan program SPSS Versi 20.

Tabel 3.5 Kriteria Indeks Koefisien Reliabilitas

No	Interval	Kriteria
1	0,00 - 0,199	Sangat Rendah
2	0,20 - 0,399	Rendah
3	0,40 - 0,599	Cukup
4	0,60 - 0,799	Tinggi
5	0,80 - 0,1000	Sangat Tinggi

3.4.3 Metode of Successive Interval

Analisis Method Of Successive Interval (MSI) digunakan untuk mengubah data yang berskala 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 Sugiyono (2018: 25) 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

$$SV = \frac{\text{kepadatan batas bawah} - \text{kepadatan batas atas}}{\text{daerah dibawah batas atas} - \text{daerah dibawah batas bawah}}$$

SV yang nilainya terkecil (harga negatif yang terbesar) diubah menjadi sama dengan satu *transformated. Scale Value*: $Y = SV + SV_{\min}$.

3.4.4 Analisis Jalur (*Path Analysis*)

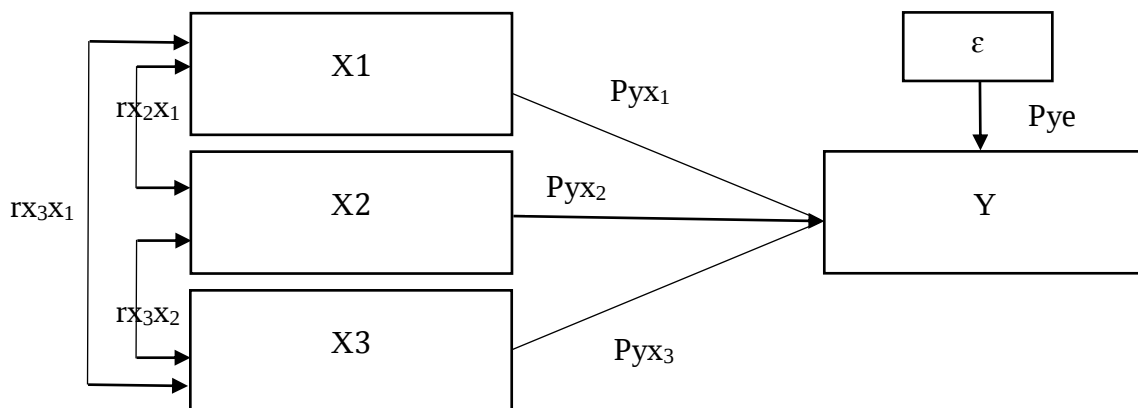
Teknik yang digunakan adalah analisis jalur (*Path Analysis*). Tujuan digunakannya analisis jalur dalam proses penelitian ini adalah untuk mengetahui pengaruh seperangkat variabel X terhadap Y, serta untuk mengetahui pengaruh antara variabel X. Dalam analisis jalur ini dapat dilihat pengaruh dari setiap variabel secara bersama-sama. Selain itu juga, tujuan dilakukannya analisis jalur adalah untuk menerangkan pengaruh langsung atau tidak langsung dari beberapa variabel penyebab terhadap variabel lainnya sebagai variabel terikat. Untuk menentukan besarnya pengaruh suatu variabel ataupun beberapa variabel terhadap variabel

lainnya baik pengaruh yang bersifat langsung ataupun tidak langsung maka dapat digunakan analisis jalur.

Menurut Suharsaputra (2018: 159) tahapan dari analisis jalur adalah sebagai berikut:

- Membuat diagram jalur dan dibaginya menjadi beberapa sub-struktur.
- Menentukan matriks korelasi.
- Menghitung matriks invers dari variabel independen .
- Menentukan koefisien jalur, tujuannya adalah untuk mengetahui besarnya pengaruh dari suatu variabel independen terhadap variabel dependen.
- Menghitung $R_y (x_1, \dots, x_k)$
- Menghitung koefisien jalur variabel residu.
- Uji keberartian model secara keseluruhan menggunakan uji F.
- Uji keberartian koefisien jalur secara individu menggunakan uji-t.

Adapun formula Path Analysis yang digunakan dalam penelitian ini adalah:



Gambar 3. 3 Formula Path Analisis

Tabel 3.6
Pengaruh Langsung dan Tidak Langsung X1, X2 dan X3 Terhadap Y

No	Nama Variabel	Formulasi
1	Komunikasi	
a.	Pengaruh Langsung X ₁ Terhadap Y	$(pYX_1)^2$
b.	Pengaruh Tidak Langsung X ₁ Terhadap Y melalui X ₂	$(pYX_1)(r_{X_1X_2})(pYX_2)$
c.	Pengaruh Tidak Langsung X ₁ Terhadap Y melalui X ₃	$(pYX_1)(r_{X_1X_3})(pYX_3)$
	Pengaruh X₁ Total Terhadap Y	a + b + c ... (1)
2	Disiplin	
d.	Pengaruh Langsung X ₂ Terhadap Y	$(pYX_2)^2$
e.	Pengaruh Tidak Langsung X ₂ Terhadap Y melalui X ₃	$(pYX_2)(r_{X_2X_3})(pYX_3)$
f.	Pengaruh Tidak Langsung X ₂ Terhadap Y melalui X ₁	$(pYX_2)(r_{X_2X_1})(pYX_1)$
	Pengaruh X₂ Total Terhadap Y	d + e + f ... (2)
3	Gaya Kepemimpinan	
g.	Pengaruh Langsung X ₃ Terhadap Y	$(pYX_3)^2$
h.	Pengaruh Tidak Langsung X ₃ Terhadap Y melalui X ₁	$(pYX_3)(r_{X_3X_1})(pYX_1)$
i.	Pengaruh Tidak Langsung X ₃ Terhadap Y melalui X ₂	$(pYX_3)(r_{X_3X_2})(pYX_2)$
	Pengaruh X₃ Total Terhadap Y	g + h + i ... (3)
	Pengaruh Total X1 X2 dan X3 Terhadap	(1)+(2)+(3)=kd
	Pengaruh lain yang tidak diteliti	1-kd=knd