

BAB III

METODE PENELITIAN

3.1 Tipe Penelitian

Pada dasarnya penelitian dikategorikan dalam berbagai macam cara dan sudut pandang. Dilihat dari pendekatan pengukuran dan analisis data, penelitian dapat dibagi menjadi dua macam, yaitu : penelitian kuantitatif dan penelitian kualitatif.

Penelitian ini menggunakan pendekatan metode kuantitatif, yang dapat diartikan sebagai metode penelitian yang berlandaskan pada filsafat positifisme, digunakan untuk meneliti pada populasi atau sampel tertentu, pengumpulan data menggunakan instrumen penelitian, analisis data bersifat kuantitatif atau statistik, dengan tujuan untuk menguji hipotesis yang ditetapkan.

Penelitian kuantitatif menekankan analisis datanya pada angka yang diolah dengan metoda statistika. Menurut E.G. Carmines, dan R.A. Zeller (dalam Sangadji dan Sopiah, 2010) penelitian kuantitatif adalah penelitian yang datanya dinyatakan dalam angka dan dianalisis dengan teknik statistik. Tipe penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah metoda statistika.

Penelitian ini juga merupakan penelitian sampel (inferensial), yaitu penelitian yang datanya berasal dari sampel dan kesimpulannya diberlakukan bagi seluruh populasi yang diwakili oleh sampel peneliti. (Sangadji dan Sopiah, 2010). Penelitian ini menggunakan metode statistika inferensial untuk menguji hipotesis awal peneliti dan menarik kesimpulan untuk melihat apakah hipotesis awal peneliti dapat diterima atau ditolak berdasarkan data yang diperoleh. Dalam penelitian ini, peneliti ingin mengetahui apakah ada atau tidaknya pengaruh harga diri terhadap intensi membeli *jersey* sepak bola tiruan pada remaja. Dalam penelitian ini yang perlu diperhatikan adalah populasi, sampel, teknik sampling, data dan variabel penelitian. Dengan penelitian ini akan diperoleh signifikansi korelasi antar variabel yang diteliti.

3.2 Identifikasi dan Operasional Variabel Penelitian

Metode penelitian kuantitatif adalah metode penelitian yang berlandaskan pada filsafat positifisme, digunakan untuk meneliti pada populasi atau sampel tertentu, pengumpulan data menggunakan instrumen penelitian, analisis data bersifat kuantitatif/statistik dengan tujuan untuk menguji hipotesis yang telah ditetapkan (Sugiyono, 2011).

3.2.1 Identifikasi Variabel

Identifikasi variabel adalah pernyataan eksplisit mengenai apa dan bagaimana fungsi masing – masing variabel yang hendak di teliti. Variabel penelitian sendiri merupakan suatu atribut atau sifat atau nilai dari individu, obyek atau kegiatan yang mempunyai variasi tertentu yang ditetapkan peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya (Sugiyono, 2011). Di dalam suatu penelitian terdapat beberapa macam variabel yaitu variabel bebas dan variabel terikat. Dalam penelitian ini, variabel - variabelnya terdiri dari :

Variabel bebas (X) = Harga Diri

Variabel terikat (Y) = Intensi Membeli

3.2.1.1 Variabel Independen

Variabel independen adalah variabel yang mempengaruhi atau menjadi sebab atau yang menjadi sebab perubahannya atau timbulnya variabel dependen (Sugiyono, 2011). Variabel independen dalam penelitian ini adalah harga diri.

3.2.1.2 Variabel Dependen

Variabel dependen adalah variabel yang dipengaruhi atau yang menjadi akibat karena adanya variabel bebas (Sugiyono, 2011). Variabel dependen dalam penelitian ini adalah intensi membeli.

3.2.2 Operasionalisasi Variabel Penelitian

Variabel – variabel penelitian pada dasarnya merupakan kumpulan konsep mengenai fenomena yang akan diteliti. Pada umumnya, karena rumusan variabel itu masih bersifat konseptual, maka maknanya masih sangat abstrak walaupun mungkin secara intuitif sudah dapat dipahami maksudnya.

Pada saat itu kita memerlukan suatu definisi yang memiliki arti tunggal dan dapat dimengerti secara objektif apabila indikator variabel yang bersangkutan tersebut tampak yang dinamakan definisi operasional. Menurut Azwar (2010) definisi operasional merupakan suatu definisi mengenai variabel yang dirumuskan berdasarkan karakteristik – karakteristik variabel tersebut yang dapat diamat

3.2.2.1 Harga Diri

a. Definisi Konseptual

Harga diri adalah evaluasi yang dibuat individu dan kebiasaan individu dalam memandangi dirinya yang mengekspresikan sikap menerima atau menolak, juga mengindikasikan besarnya kepercayaan individu terhadap kemampuannya, keberartiannya, kesuksesan dan keberhargaan. (Coopersmith, 1967).

b. Definisi Operasional

Harga diri adalah jumlah skor dari Skala Harga Diri oleh Coopersmith (*The Coopersmith Self-Esteem Inventory-School Form*) dengan melakukan modifikasi menyesuaikan dengan kondisi subjek penelitian yang merupakan remaja. Instrumen pada penelitian ini terdiri dari 60 item. Terdapat empat dimensi yang diukur dalam skala ini, yaitu harga diri umum, harga diri sosial dan harga diri keluarga dan harga diri akademis. Jika individu memiliki skor yang tinggi pada *The Coopersmith Self-Esteem Inventory-School Form* maka individu tersebut memiliki tingkat harga diri yang tinggi. Begitu juga sebaliknya, jika individu memiliki skor yang rendah pada *The Coopersmit Self-Esteem Inventory-School Form*, maka individu tersebut memiliki tingkat harga diri yang rendah.

3.2.2.2 Intensi Membeli

a. Definisi Konseptual

Menurut Shukla (2010) dalam penelitian Jalilvand dan Samiei (2012) menyatakan bahwa ada 3 indikator untuk mengukur intensi pembelian yaitu :

- 1). Pilihan produk, artinya konsumen cenderung memilih untuk membeli produk tersebut dibandingkan produk lainnya.
- 2). Merekomendasikan, artinya konsumen merekomendasikan orang lain untuk membeli produk tersebut.
- 3). Membeli pada masa yang akan datang, artinya konsumen berniat akan membeli produk tersebut pada waktu yang akan datang.

b. Definisi Operasional

Dalam penelitian ini, peneliti mengadaptasi instrumen intensi membeli Shukla berjumlah 3 item kemudian memodifikasi dengan menambahkan 3 item intensi membeli lainnya.

3.3 Populasi dan Sampel

3.3.1 Populasi

Menurut Rangkuti (2012), populasi adalah keseluruhan individu yang merupakan subyek penelitian yang dilakukan. Sugiyono (2011) berpendapat populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri atas obyek/subyek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya. Sedangkan, menurut Azwar (2010) menyatakan populasi merupakan suatu kelompok subyek yang hendak dikenai generalisasi hasil penelitian. Adapun populasi dalam penelitian ini adalah individu yang dalam tahap perkembangan remaja.

3.3.2 Sampel

Menurut Sugiyono (2011), sampel adalah bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi tersebut. Apabila populasi berjumlah besar dan adanya keterbatasan pada peneliti sehingga tidak memungkinkan mengambil data dari jumlah populasi yang ada, maka peneliti dapat menggunakan sampel yang diambil dari suatu populasi. Sampel yang diambil harus *representative* atau mewakili populasi, karena apa yang akan dipelajari pada sampel, nantinya akan diberlakukan pula pada populasi.

Teknik sampling yang digunakan dalam penelitian ini adalah *non-probability sampling* yang pengambilan sampel tidak memberi peluang/kesempatan sama bagi setiap unsur atau anggota populasi untuk dipilih menjadi sampel (Sugiyono, 2011). Dalam teknik ini, pengambilan sampelnya sebanyak 70 responden dengan tidak memberi peluang kesempatan yang sama bagi setiap unsur atau anggota populasi untuk dipilih menjadi sampel. Oleh sebab itu, sampel dalam penelitian ini diambil secara acak dari populasi penelitian dengan beberapa karakteristik sebagai berikut:

1. Usia 14 – 18 tahun
2. Penggemar sepak bola
3. Berjenis kelamin laki-laki atau perempuan

3.3.3 Teknik Pengambilan Sampel

Teknik pengambilan sampel yang digunakan dalam penelitian ini adalah *non probability sampling*. *Non probability sampling* adalah teknik pengambilan sampel yang tidak memberikan peluang yang sama bagi setiap unsur (anggota) populasi untuk dipilih menjadi anggota sampel (Sugiyono, 2010). Teknik *non-probability sampling* yang peneliti gunakan dalam penelitian ini adalah *Purposive sampling*, yaitu teknik pengambilan data sampel sumber data dengan pertimbangan tertentu.

3.4 Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data yang digunakan untuk memperoleh data yang diperlukan adalah dengan skala psikologi. Skala psikologi selalu mengacu kepada

alat ukur aspek atau atribut afektif. Menurut Azwar (2003:24) beberapa karakteristik skala sebagai alat ukur psikologi, yaitu:

1. Stimulusnya berupa pertanyaan atau pernyataan yang tidak langsung mengungkap atribut yang hendak diukur melainkan mengungkap perilaku dari atribut yang bersangkutan.
2. Jawaban subjek terhadap satu aitem baru merupakan sebagian dari banyak indikasi mengenai atribut yang diukur, sedangkan kesimpulan akhir sebagai suatu diagnosis baru dapat dicapai bila semua aitem telah direspons.
3. Respons subjek tidak diklasifikasikan sebagai jawaban “benar” atau “salah”. Semua jawaban dapat diterima sepanjang diberikan secara jujur dan sungguh-sungguh. Hanya saja, jawaban yang berbeda akan diinterpretasikan berbeda pula.

Peneliti memilih menggunakan skala psikologi dengan alasan sebagai berikut:

- a. Data yang diungkap oleh skala psikologi berupa konstruk atau konsep psikologis yang menggambarkan aspek kepribadian individu.
- b. Pertanyaan atau pernyataan sebagai stimulus tertuju pada indikator perilaku guna memancing jawaban yang merupakan refleksi keadaan diri subjek yang biasanya tidak disadari oleh responden yang bersangkutan.

Sekalipun responden memahami isi pertanyaan atau pernyataan biasanya tidak menyadari arah jawaban yang dikehendaki dan kesimpulan apa yang sesungguhnya diungkap oleh pertanyaan atau pernyataan tersebut (Azwar 2010:5). Pada penelitian ini peneliti menggunakan teknik kuesioner. Menurut Sugiyono (2010) angket (kuesioner) merupakan teknik pengumpulan data yang digunakan dengan cara memberi seperangkat pertanyaan atau pernyataan tertulis kepada responden untuk dijawabnya. Kuesioner pada penelitian ini berjumlah dua instrumen yaitu instrumen intensi membeli dan instrumen harga diri.

3.4.1 Alat Ukur Harga Diri

Instrumen yang digunakan untuk mengukur harga diri adalah *The Coppersmith Self-Esteem Inventory-School Form* yang telah dimodifikasi penulis sesuai dengan sampel dimana dimensi harga diri akademis diganti dengan dimensi harga diri akademis. Skala ini terdiri dari empat dimensi, yaitu harga diri umum, harga diri sosial, harga diri keluarga dan harga diri akademis.

Skala ini disusun dengan menggunakan skala Likert dengan 5 alternatif jawaban yaitu Sangat Setuju (SS), Setuju (S), Ragu-ragu (R), Tidak Setuju (TS) dan Sangat Tidak Setuju (STS).

Tabel 3.1 Skala Likert

Skala	Favorable	Unfavorable
Sangat Setuju	5	1
Setuju	4	2
Ragu-ragu	3	3
Tidak Setuju	2	4
Sangat Tidak Setuju	1	5

Tabel 3.2 Blueprint Harga Diri

No	Aspek	Favorable	Unfavorable	Total
1.	Harga diri umum	1, 3, 5, 7, 9, 11, 13, 15, 17, 19, 21	2, 4, 6, 8, 10, 12, 14, 16, 18, 20, 22	22
2.	Harga diri social	23, 25, 27, 29, 31, 33, 35, 37	24, 26, 28, 30, 32, 34, 36, 38	16
3.	Harga diri keluarga	39, 41, 43, 45, 47, 49	40, 42, 44, 46, 48, 50	12
4.	Harga akademis	51, 53, 55, 57, 59	52, 54, 56, 58, 60	10
	Total	30	30	60

3.4.2 Alat Ukur Intensi Membeli

Penelitian ini menggunakan variabel penelitian intensi membeli atau menggunakan barang atau jasa. Ada beberapa alat ukur yang dapat mengukur variabel tersebut. Pada penelitian ini menggunakan alat ukur yang dikembangkan oleh Shukla, Sharma dan Swami, (2010) dan dengan Cronbach alpha sebesar 0,72, menggunakan lima skala Likert yaitu skor satu menunjukkan sangat tidak setuju sampai skor lima menunjukkan sangat setuju. Alat ukur ini berjumlah tiga pernyataan yang menggambarkan intensi seseorang untuk membeli atau menggunakan barang atau jasa.

Tabel 3.3 Skala Likert

Skala	Favorable
Sangat Setuju	5
Setuju	4
Ragu-ragu	3
Tidak Setuju	2
Sangat Tidak Setuju	1

Tabel 3.4 Blueprint Intensi Membeli

Komponen	Item
Intensi Membeli	1,2,3,4,5,6

3.5 Uji coba Instrumen

Uji coba bertujuan untuk mengetahui validitas dan reliabilitas dari instrumen yang digunakan dengan menggunakan SPSS versi 22.0 for windows.

3.5.1 Uji Validitas

Uji validitas dilakukan dengan menyesuaikan aitem-aitem yang menunjukkan indikator perilaku dengan batasan domain yang akan diukur (Azwar, 2005). Uji validitas dilakukan dengan menghitung korelasi antara masing-masing aitem dengan skor total menggunakan rumus *product moments* dari Pearson. Perhitungan dilakukan secara komputasi dengan menggunakan analisis statistik SPSS for windows versi 22.0.

Penulis melakukan uji validitas internal untuk pengujian validitas instrumen Harga diri dengan Intensi Membeli pada remaja di Kabupaten Bogor. Proses pengujian validitas pada instrumen penelitian ini menggunakan program SPSS versi 22, salah satu persyaratan umum mengenai validitas item (pernyataan) dapat dikatakan mempunyai validitas yang tinggi jika korelasi item-total positif dan nilainya lebih besar daripada r kriteria yang ditetapkan. Sebagian ahli berpendapat

bahwa r kriteria adalah 0,3 sehingga jika nilai koefisien korelasi positif dan lebih besar dari 0,3 maka item dikatakan memiliki daya diskriminasi tinggi dan layak dipertahankan sebagai bagian dari instrument (Rangkuti,2012).

**Tabel 3.5 Uji Validitas Instrumen
Dimensi Harga Diri Umum**

Dimensi	Item	Nilai	Keterangan
Harga Diri Umum	1	0,443	Valid
	2	0,383	Valid
	3	0,420	Valid
	4	-0,178	Tidak Valid
	5	0,311	Valid
	6	0,306	Valid
	7	0,490	Valid
	8	0,519	Valid
	9	0,683	Valid
	10	0,219	Tidak Valid
	11	0,492	Valid
	12	0,327	Valid
	13	0,461	Valid
	14	0,556	Valid
	15	0,547	Valid
	16	0,163	Tidak Valid
	17	0,560	Valid
	18	0,605	Valid
	19	0,428	Valid
	20	-0,040	Tidak Valid
	21	0,130	Tidak Valid
	22	0,724	Valid

*Nilai *cronbach's alpha* = 0,819 ; *r-criteria* = 0,3; N = 22

Berdasarkan Tabel 3.5 pada dimensi harga diri umum terdapat 5 item yang tidak valid yaitu item 4, 10, 16, 20, dan 21. Dan item yang valid sebanyak 17 item, yaitu item 1, 2, 3, 5, 6, 7, 8, 9, 11, 12, 13, 14, 15, 17, 18, 19, dan 22.

Tabel 3.6 Uji Validitas Instrumen
Dimensi Harga Diri Sosial

Dimensi	Item	Nilai	Keterangan
Harga Diri Sosial	23	0,375	Valid
	24	0,004	Tidak Valid
	25	0,417	Valid
	26	0,042	Tidak Valid
	27	0,433	Valid
	28	0,316	Valid
	29	0,069	Tidak Valid
	30	0,150	Tidak Valid
	31	0,008	Tidak Valid
	32	0,103	Tidak Valid
	33	0,256	Tidak Valid
	34	0,259	Tidak Valid
	35	0,419	Valid
	36	0,356	Valid
	37	0,152	Tidak Valid
	38	0,213	Tidak Valid

*Nilai *cronbach's alpha* = 0,496 ; *r-criteria* = 0,3 ; N = 16

Berdasarkan Tabel 3.6 pada dimensi harga diri sosial terdapat 10 item yang tidak valid yaitu item 24, 26, 29, 30, 31, 32, 33, 34, 37, dan 38. Dan item yang valid sebanyak 6 item, yaitu item 23, 25, 27, 28, 35, dan 36.

Tabel 3.7 Uji Validitas Instrumen
Dimensi Harga Diri Keluarga

Dimensi	Item	Nilai	Keterangan
Harga Diri Keluarga	39	0,655	Valid
	40	0,423	Valid
	41	0,602	Valid
	42	0,346	Valid
	43	0,653	Valid
	44	0,609	Valid
	45	0,609	Valid
	46	0,508	Valid
	47	0,604	Valid
	48	0,567	Valid
	49	0,612	Valid
	50	0,700	Valid

*Nilai *cronbach's alpha* = 0,877 ; *r-criteria* = 0,3 ; N = 12

Berdasarkan Tabel 3.7 pada dimensi harga diri keluarga dapat dikatakan semua item valid (tidak terdapat item yang tidak valid).

**Tabel 3.8 Uji Validitas Instrumen
Harga Diri Akademis**

Dimensi	Item	Nilai	Keterangan
Harga Diri Akademis	51	0,572	Valid
	52	0,582	Valid
	53	0,594	Valid
	54	0,442	Valid
	55	0,296	Tidak Valid
	56	0,249	Tidak Valid
	57	0,603	Valid
	58	0,263	Tidak Valid
	59	0,468	Valid
	60	0,179	Tidak Valid

*Nilai *cronbach's alpha* = 0,763 ; *r-criteria* = 0,3 ; N = 10

Berdasarkan Tabel 3.8 pada dimensi harga diri akademis terdapat 4 item yang tidak valid yaitu item 55, 56, 58, dan 60. Dan item yang valid sebanyak 6 item, yaitu item 51, 52, 53, 54, 57 dan 59.

Tabel 3.9 Blueprint Final Harga Diri

No	Dimensi	Favorable	Unfavorable	Total
1.	Harga diri umum	1, 3, 5, 7, 9, 11, 13, 15, 17, 19	2, 6, 8, 12, 14, 18, 22	17
2.	Harga diri social	23, 25, 27, 35	28, 36	6
3.	Harga diri keluarga	39, 41, 43, 45, 47, 49	40, 42, 44, 46, 48, 50	12

4.	Harga diri akademis	51, 53, 57, 59	52, 54	6
	Total	24	17	41

Tabel 3.10 Uji Validitas Instrumen Intensi Membeli

Komponen	Item	Nilai	Keterangan
Intensi Membeli	1	0,811	Valid
	2	0,630	Valid
	3	0,794	Valid
	4	0,828	Valid
	5	0,892	Valid
	6	0,904	Valid

*Nilai *cronbach's alpha* = 0,935 ; *r-criteria* = 0,3 ; N = 6

Berdasarkan Tabel 3.10 pada instrumen intensi membeli dapat dikatakan semua item valid (tidak terdapat item yang tidak valid).

Tabel 3.11 Blueprint Final Intensi Membeli

Komponen	Item
Intensi Membeli	1, 2, 3, 4 ,5, 6

3.5.2 Uji Reliabilitas

Reliabilitas instrument mengacu kepada konsistensi atau keterpercayaan hasil ukur instrument tersebut dan mengandung makna kecermatan pengukuran . Dalam aplikasinya, reliabilitas ($r_{xx'}$) yang besarnya berkisar antara 0-1. Semakin mendekati angka 1, maka reliabilitas tersebut tergolong tinggi (Rangkuti, 2012).

Berikut ini adalah interpretasi koefisien reliabilitas yang dikemukakan oleh Guilford:

Tabel 3.12 Kaidah Reliabilitas oleh Guilford

Koefisien Reliabilitas	Kriteria
>0,9	Sangat Reliabel
0,7 – 0,9	Reliabel
0,4 – 0,69	Cukup Reliabel
0.2 – 0,39	Kurang Reliabel
<0,2	Tidak Reliabel

Dari hasil perhitungan tersebut, diperoleh nilai reliabilitas harga diri sebesar 0,902 dan nilai reliabilitas skala intensi membeli sebesar 0,935. Instrumen yang digunakan akan diuji reliabilitas dengan menggunakan teknik Alpha dari Cronbach. Proses perhitungan reliabilitasnya menggunakan program SPSS for windows 22.0.

Tabel 3.13 Hasil Perhitungan Reliabilitas Harga Diri

Cronbach's Alpha	N of Items
0,902	41

Berdasarkan tabel 3.13, nilai Alpha Cronbach yang diperoleh adalah 0,902. Menurut Kaidah Guilford, dapat disimpulkan bahwa instrumen ini dikategorikan sangat reliabel.

Tabel 3.14 Hasil Perhitungan Reliabilitas Intensi Membeli

Cronbach's Alpha	N of Items
0,935	6

Berdasarkan tabel 3.14, nilai Alpha Cronbach yang diperoleh adalah 0,935. Menurut Kaidah Guilford, dapat disimpulkan bahwa instrumen ini dikategorikan sangat reliabel.

3.6 Analisis Data

Pengolahan data dalam penelitian ini diolah secara kuantitatif dengan menggunakan software SPSS for windows 22.0 . Analisis statistik yang digunakan dalam mengolah data antara lain:

3.6.1 Statistik Deskriptif

Perhitungan frekuensi, mean, median, modus, standar deviasi, varians, skewness (kemencengan), kurtosis, nilai maksimum, nilai minimum dan persentil yang dilakukan untuk mendapatkan gambaran data yang terkumpul.

3.6.2 Uji Asumsi Normalitas

Pengujian normalitas bertujuan untuk mengetahui apakah distribusi sampel yang terpilih berasal dari sebuah distribusi populasi normal (Kadir, 2010). Dalam hal ini peneliti menggunakan uji dengan menggunakan SPSS for windows 22.0 untuk mengetahui normalitas distribusi data. Pengujian normalitas dengan Shapiro-Wilk digunakan karena jumlah responden penelitian kurang dari 100 (Kuncoro, 2004). Sehingga untuk responden sebanyak kurang dari 100 orang, dapat digunakan pengujian Shapiro-Wilk. Kriteria pengujian berdistribusi normal apabila signifikansi Shapiro-Wilk (p) > taraf signifikansi ($\alpha = 0,05$).

3.6.3 Uji Linearitas

Uji linearitas dalam penelitian ini bertujuan untuk mengetahui apakah dua variable mempunyai hubungan yang linear atau tidak secara signifikan. Uji linearitas biasa digunakan sebagai prasyarat dalam analisis korelasi atau regresi linear. Pengujian linearitas dalam penelitian ini menggunakan SPSS versi 22 dengan taraf signifikansi 0,05.

3.6.4 Perumusan Hipotesis

Rumusan Hipotesis dua pihak yaitu :

$H_0 : r = 0$

H_0 : tidak terdapat pengaruh yang signifikan harga diri terhadap intensi membeli jersey sepak bola tiruan pada remaja.

$H_0 : r \neq 0$

H_a : terdapat pengaruh yang signifikan harga diri terhadap intensi membeli jersey sepak bola tiruan pada remaja.

Keterangan :

H_0 : Hipotesis Nol

H_a : Hipotesis Alternatif

R : koefisien pengaruh harga diri terhadap intensi membeli jersey sepak bola tiruan pada remaja.

3.7 Penentuan Uji Statistik

Setelah data penelitian terkumpul, maka data tersebut diolah menggunakan uji statistik untuk menguji hipotesis yang diajukan. Uji statistik yang digunakan adalah analisis regresi linier dengan menggunakan program komputer *Statistical Package of Social Science for Windows versi 22*.

Jenis analisis agresi yang digunakan adalah analisis regresi linier sederhana. Analisis ini digunakan karena pada penelitian ini hanya terdapat satu variabel predictor untuk memprediksi variabel kriterium. Analisis regresi linier digunakan untuk menguji hipotesis pengaruh satu variabel independen terhadap satu variabel dependen. Analisis regresi linier merupakan salah satu analisis yang menjelaskan tentang sebab-akibat dan besarnya akibat yang ditimbulkan oleh salah satu atau lebih variabel terikat. Analisis regresi linier digunakan untuk mengetahui seberapa besar pengaruh variabel bebas terhadap variabel terikat.

Selain itu, dengan analisis regresi linier juga dapat dilakukan prediksi tentang bagaimana variasi skor variabel kriterium (Y) berdasarkan variasi skor variabel predictor (X).

Uji statistik dengan analisis regresi hanya dapat dilakukan jika telah terbukti ada hubungan yang signifikan antar variabel yang bersangkutan (Rangkuti, 2012).

Perhitungan analisis regresi sederhana menggunakan rumus sebagai berikut :

$$Y = a + b X$$

Keterangan :

Y = Variabel yang diprediksi (variabel dependen)

X = Variabel predictor (variabel independen)

a = bilangan konstan

b = koefisien prediktor