

BAB III

METODOLOGI PENELITIAN

A. Tujuan Penelitian

Berdasarkan masalah yang telah dirumuskan, maka tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui hubungan antara nilai pelanggan dengan keputusan pembelian kartu Indosat IM3 pada warga RW 008 kelurahan Utan Kayu Selatan Jakarta Timur berdasarkan data atau fakta yang tepat (sahih, benar, valid), serta dapat dipercaya (*reliable*).

B. Tempat dan Waktu Penelitian

1. Tempat Penelitian

Penelitian dilaksanakan di warga RW 008 Kelurahan Utan Kayu Selatan Jakarta Timur. Tempat ini dipilih karena berdasarkan survei awal yang peneliti lakukan, warga RW 008 banyak yang menggunakan kartu Indosat IM3. Selain itu, berdasarkan pendapat sebagian warga, jaringan Indosat IM3 bermasalah, juga karena kesediaan ketua RW 008 untuk membantu peneliti dalam proses pengumpulan data, sehingga memudahkan proses pengambilan data untuk penelitian ini.

2. Waktu Penelitian

Penelitian dilaksanakan selama 4 bulan, terhitung dari bulan september 2012 sampai bulan Desember 2012. Waktu ini dipilih

karena dianggap sebagai waktu yang paling efektif untuk melaksanakan penelitian.

C. Metode Penelitian

Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah survei dengan pendekatan korelasional.

Kerlinger mengemukakan bahwa :

Metode survei adalah penelitian yang dilakukan pada populasi besar maupun kecil, tetapi data yang dipelajari adalah data dari sampel yang diambil dari populasi tersebut, sehingga ditemukan kejadian-kejadian relatif, distribusi dan hubungan-hubungan antar variabel³⁷.

Metode ini dipilih karena sesuai dengan tujuan dari penelitian yaitu untuk mengetahui hubungan antara variabel bebas (nilai pelanggan) dengan variabel terikat (keputusan pembelian).

“Korelasi berarti hubungan timbal balik”³⁸. Adapun alasan menggunakan pendekatan korelasional adalah untuk menemukan ada tidaknya hubungan dan apabila ada, berapa erat hubungan, serta berarti atau tidaknya hubungan tersebut.

D. Populasi dan Teknik Sampel

Populasi menurut Sugiyono:

Populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri atas: obyek atau subyek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang

³⁷ Sugiyono, *Metode Penelitian Pendidikan* (Bandung: Alfabeta, 2002) hal 7

³⁸ Sutrisno, *Metodologi Research* (Yogyakarta: Andi, 2004) hal 299

ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya³⁹

Populasi dalam penelitian ini adalah seluruh warga RW 008 Utan Kayu Selatan Jakarta Timur, yang memakai kartu Indosat IM3. Sedangkan, populasi terjangkaunya adalah warga RT 005 karena berdasarkan survei awal warga RT 005 yang paling banyak memakai kartu Indosat IM3, yaitu sebanyak 50 orang, sesuai dengan karakteristik populasi. Kemudian berdasarkan tabel penentuan jumlah sampel dari Issac and Michael⁴⁰, diambil sampel sebanyak 44 orang dengan sampling error 5%. Sedangkan sampel adalah sebagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi tersebut.⁴¹

Teknik pengambilan sampel dalam penelitian ini dengan menggunakan teknik acak sederhana (*Simple Random Sampling*). Teknik ini dipakai berdasarkan pertimbangan bahwa setiap unsur atau anggota populasi memiliki kesempatan yang sama untuk dipilih sebagai sampel.

E. Instrumen Penelitian

Penelitian ini meneliti dua variabel, yaitu nilai pelanggan sebagai variabel independen (dengan simbol X) dan keputusan pembelian sebagai variabel dependen (dengan simbol Y). Instrumen penelitian untuk mengukur kedua variabel tersebut akan dijelaskan sebagai berikut:

³⁹ Sugiyono, *Op.Cit.*, hal 117

⁴⁰ *Ibid*, hal 57

⁴¹ *Ibid*, hal.118

1. Keputusan Pembelian

a. Definisi Konseptual

Keputusan pembelian adalah proses pemilihan dari berbagai alternatif yang ada sehingga konsumen mengambil keputusan untuk benar-benar membeli produk tersebut.

b. Definisi Operasional

Keputusan pembelian dapat diukur dengan 4 indikator. Indikator pertama adalah pengenalan masalah (sub indikator: stimuli internal dan stimuli eksternal). Indikator kedua adalah pencarian (sub indikator: iklan di televisi, keluarga dan teman). Indikator ketiga adalah evaluasi alternatif (sub indikator: sikap). Indikator keempat adalah keputusan pembelian (sub indikator: keyakinan).

Penyusunan butir instrumen diukur dengan menggunakan kuesioner yang disebar ke responden berdasarkan pengukuran skala likert.

c. Kisi-kisi Instrumen Keputusan Pembelian

Kisi-kisi instrumen keputusan pembelian yang disajikan pada bagian ini merupakan kisi-kisi instrumen yang digunakan untuk mengukur variabel keputusan pembelian yang diujicobakan dan juga sebagai kisi-kisi instrumen final yang digunakan untuk mengukur variabel keputusan pembelian. Dan kisi-kisi ini disajikan dengan maksud untuk memberikan informasi mengenai butir-butir yang

dimasukkan setelah uji coba dan reliabilitas. Kisi-kisi instrumen keputusan pembelian dapat dilihat pada tabel III.1.

Tabel III.1
Kisi-kisi Instrumen Variabel Y
(Keputusan Pembelian)

Indikator	Sub Indikator	Nomor item Uji Coba		Drop	Valid	Nomor item Final	
		(+)	(-)			(+)	(-)
Pengenalannya Kebutuhan	Stimuli Internal	5, 7	12, 3	3	5, 7, 12	5, 7	12
	Stimuli Eksternal	1, 23	8, 9		1, 8, 9, 23,	1, 23	8, 9
Pencarian Informasi	Iklan ditelevisi	2, 25	16, 21		2, 16, 21, 25	2, 25	16, 21
	keluarga	6, 20	11, 24	11	6, 20, 24	6, 20	24
	Teman	13, 17	15, 29		13, 15, 17 29	13, 17	15, 29
Evaluasi Alternatif	sikap	10, 14	22, 27	22, 27	10, 14	10, 14	
Keputusan Membeli	keyakinan	18, 19, 28	4, 26, 30	18	4, 19, 26, 28, 30	19, 28	4, 26, 30

Untuk mengisi setiap butir pernyataan dengan menggunakan model skala likert, terdapat 5 alternatif jawaban yang telah disediakan dan setiap jawaban bernilai 1 sampai 5 sesuai dengan tingkat jawabannya. Untuk lebih jelasnya dapat dilihat dalam tabel berikut:

Tabel III.2
Skala Penilaian untuk Instrumen Penelitian Keputusan Pembelian

No.	Alternatif Jawaban	Item Positif	Item Negatif
1.	Sangat Setuju (SS)	5	1
2.	Setuju (S)	4	2
3.	Ragu – Ragu (RR)	3	3
4.	Tidak Setuju (TS)	2	4
5.	Sangat Tidak Setuju (STS)	1	5

d. Validasi Instrumen Keputusan Pembelian

Proses pengembangan instrumen keputusan pembelian dimulai dengan menyusun instrumen berbentuk skala likert sebanyak 30 butir pernyataan yang mengacu pada indikator-indikator variabel keputusan pembelian seperti terlihat pada tabel III.1 yang disebut sebagai konsep instrumen untuk mengukur variabel keputusan pembelian.

Tahap berikutnya konsep instrumen dikonsultasikan kepada Dosen Pembimbing berkaitan dengan validitas konstruk, yaitu seberapa jauh butir-butir instrumen tersebut telah mengukur indikator dan sub indikator dari variabel keputusan pembelian sebagaimana telah tercantum pada tabel III.1. Setelah disetujui, langkah selanjutnya adalah instrumen tersebut diujicobakan kepada 30 warga RT 003 RW 008 Kelurahan Utan Kayu Selatan Jakarta Timur.

Proses validasi dilakukan dengan menganalisis data hasil uji coba instrumen yaitu validasi butir dengan menggunakan koefisien korelasi

antar skor butir dengan skor total instrumen. Rumus yang digunakan adalah sebagai berikut:

$$r_{it} = \frac{\sum x_i x_t}{\sqrt{(\sum x_i^2)(\sum x_t^2)}} \quad 42$$

Dimana :

r_{it} = Koefisien skor butir dengan skor total instrumen

X_i = Deviasi skor butir dari X_i

X_t = Deviasi skor dari X_t

Dengan menggunakan rumus korelasi *product moment*. Kriteria batas minimum pernyataan yang diterima adalah $r_{tabel} = 0,361$ jika $r_{hitung} > r_{tabel}$, maka butir pernyataan dianggap valid. Sedangkan jika $r_{hitung} < r_{tabel}$, maka butir pernyataan dianggap tidak valid, yang kemudian butir pernyataan tersebut tidak digunakan atau harus *didrop*. Dari hasil uji coba tersebut terdapat 5 butir pernyataan yang di drop karena tidak valid atau belum memenuhi kriteria $r_{tabel} = 0,361$ yaitu butir pernyataan nomor 3,11,18, 22, dan 27. Sehingga butir pernyataan final yang digunakan untuk mengukur variabel keputusan pembelian menjadi 25 butir pernyataan

⁴² Suharsimi Arikunto. 2002. *Dasar-dasar evaluasi pendidikan*. Jakarta: Bumi Aksara, hal 109

Selanjutnya dihitung reliabilitasnya terhadap butir-butir pernyataan yang telah dianggap valid dengan menggunakan rumus Alpha Cronbach yang sebelumnya dihitung terlebih dahulu varian butir dan varian total.

Uji reliabilitas dengan rumus Alpha Cronbach yaitu :

$$r_{ii} = \frac{k}{k-1} \left[1 - \frac{\sum s_i^2}{s_t^2} \right] \quad 43$$

Dimana :

- r_{ii} = Reliabilitas instrumen
- k = Banyak butir pernyataan (yang valid)
- $\sum s_i^2$ = Jumlah varians skor butir
- s_t^2 = Varian skor total

Varians butir itu sendiri dapat diperoleh dengan menggunakan rumus sebagai berikut :

$$S_i^2 = \frac{\sum xi^2 - \frac{(\sum xi)^2}{n}}{n} \quad 44$$

Dari hasil perhitungan diperoleh hasil $\sum s_i^2 = 20,96$ $s_t^2 = 214,78$ dan r_{ii} sebesar 0,940 (perhitungan terlampir) . Hal ini menunjukkan bahwa “koefisien reliabilitasnya termasuk dalam kategori sangat tinggi” . Dengan demikian dapat dikatakan bahwa instrumen yang berjumlah 25 butir pernyataan inilah yang akan digunakan sebagai instrumen final untuk mengukur keputusan membeli.

⁴³ Burhan Nurgiyanto, Gunawan dan Marzuki, *Statistik Terapan Untuk Penelitian Ilmu-Ilmu Sosial* (Yogyakarta : Gajah Mada University Pers, 2004) hal 350

⁴⁴ *Ibid*, hal 350

2. Nilai Pelanggan

a. Definisi Konseptual

Nilai pelanggan adalah persepsi pelanggan terhadap selisih antara kumpulan manfaat yang diharapkan diperoleh pelanggan (nilai pelanggan total) dengan kumpulan pengorbanan yang diperkirakan pelanggan akan terjadi dalam mengevaluasi, memperoleh dan menggunakan produk atau jasa tersebut (biaya pelanggan total).

b. Definisi Operasional

Nilai pelanggan dapat diukur berdasarkan nilai pelanggan total dengan dimensi nilai produk dengan indikator kemudahan penggunaan, kenyamanan penggunaan, kekuatan sinyal, dan keluasan jangkauan, dimensi nilai layanan dengan indikator kecepatan layanan, kemudahan konsultasi, dan kecepatan perbaikan, dimensi nilai personel dengan indikator pengetahuan tentang produk, ketanggapan penanganan masalah, kesopanan, dan pengertian.

Penyusunan butir instrumen diukur dengan menggunakan kuesioner yang disebar ke responden berdasarkan pengukuran skala likert.

c. Kisi-kisi Instrumen Nilai Pelanggan

Kisi-kisi instrumen untuk mengukur nilai pelanggan terdiri atas dua konsep instrumen yaitu yang diuji cobakan dan kisi-kisi instrumen final yang nantinya digunakan untuk mengukur variabel nilai pelanggan. Kisi-kisi ini disajikan dengan maksud untuk memberikan informasi mengenai butir-butir yang dimasukkan setelah dilakukan uji validitas

dan uji reliabilitas serta analisis butir soal, serta memberikan gambaran seberapa jauh instrumen final masih mencerminkan indikator variabel nilai pelanggan. Kisi-kisi instrumen nilai pelanggan dapat dilihat pada table III.3

Tabel III.3
Kisi-kisi Instrumen variabel X
(Nilai Pelanggan)

Dimensi	Indikator	Uji Coba		Drop	Valid	Final	
		(+)	(-)			(+)	(-)
Nilai produk	Kemudahan penggunaan	5, 7	9, 29	7	5, 9, 29	5	9, 29
	Kenyamanan penggunaan	3, 16	10, 19	19	3, 10, 16	3, 16	10
	Kekuatan sinyal	11, 1	4, 17	17	11, 1, 4	1, 11	4
	Keluasan jangkauan	2	15		2, 15	2	15
Nilai layanan	Kecepatan Layanan	8, 22	13		22, 8, 13	8, 22	13
	Kemudahan Konsultasi	18, 24	21		24, 18, 21	18, 24	21
	Kecepatan Perbaikan	14, 32	28, 35	32	14, 28, 35	14	28, 35
Nilai personel	Pengetahuan terhadap produk	23, 26	30, 36	36	26, 23, 30	23, 26	30, 36
	Ketanggapan penanganan masalah	27, 34			27, 34	27, 34	
	Kesopanan	20, 33	25	20	33, 25	33	25
	Pengertian	12, 31	6	12	31, 6	31	6

Untuk mengisi setiap butir pertanyaan dengan menggunakan model skala likert, telah disediakan 5 Alternatif jawaban yang telah disediakan dan setiap jawaban bernilai 1 sampai 5 sesuai dengan tingkat jawabannya. Untuk lebih jelasnya dapat dilihat pada tabel III.4

Tabel III.4
Skala Penilaian Instrumen Nilai Pelanggan

No.	Alternatif Jawaban	Item Positif	Item Negatif
1.	Sangat Setuju (SS)	5	1
2.	Setuju (S)	4	2
3.	Ragu-ragu (RR)	3	3
4.	Tidak Setuju (TS)	2	4
5.	Sangat Tidak Setuju (STS)	1	5

d. Validasi Instrumen Nilai Pelanggan

Proses pengembangan instrument nilai pelanggan dimulai dengan penyusunan instrumen berbentuk skala Likert sebanyak 36 butir pernyataan yang mengacu kepada indikator-indikator variabel nilai pelanggan seperti terlihat pada tabel III.3 yang disebut sebagai konsep instrumen untuk mengukur variabel nilai pelanggan.

Tahap berikutnya, konsep instrumen dikonsultasikan kepada dosen pembimbing berkaitan dengan validitas konstruk, yaitu seberapa jauh butir-butir instrumen tersebut telah mengukur variabel X (nilai pelanggan). Setelah disetujui, langkah selanjutnya adalah instrumen

tersebut diujicobakan kepada 30 Warga RT 003 RW 008 Kelurahan Utan Kayu Selatan Jakarta Timur.

Proses validasi dilakukan dengan menganalisis data hasil uji coba instrument, yaitu validitas butir dengan menggunakan koefisien korelasi antar skor butir dengan skor total instrumen. Rumus yang digunakan adalah sebagai berikut:

$$r_{it} = \frac{\sum X_i X_t}{\sqrt{(\sum X_i^2)(\sum X_t^2)}} \quad 45$$

Keterangan :

r_{it} = Koefisien antara skor butir soal dengan skor total

x_i = Jumlah kuadrat deviasi skor dari X_i

x_t = Jumlah kuadrat deviasi skor dari X_t

Dengan menggunakan rumus korelasi *product moment*. Kriteria batas minimum pernyataan yang diterima adalah $r_{tabel} = 0,361$ jika $r_{hitung} > r_{tabel}$, maka butir pernyataan dianggap valid. Sedangkan jika $r_{hitung} < r_{tabel}$, maka butir pernyataan dianggap tidak valid, yang kemudian butir pernyataan tersebut tidak digunakan atau harus *didrop*.

Dari hasil uji coba tersebut terdapat 7 butir pernyataan yang di drop karena tidak valid atau belum memenuhi kriteria $r_{tabel} = 0,361$ yaitu butir pernyataan nomor 7,12,17,19,20,32 dan 36. Sehingga butir pernyataan final yang digunakan untuk mengukur variabel nilai pelanggan menjadi 29 butir pernyataan.

⁴⁵ Suharsimi Arikunto. 2002. Dasar-dasar Evaluasi Pendidikan. Jakarta: Bumi Aksara, hal 109

Selanjutnya dihitung reliabilitasnya terdapat butir-butir pernyataan yang dianggap valid dengan rumus *Alpha Cronbach*, yang sebelumnya dihitung terlebih dahulu varian butir dan varian total.

Uji reliabilitas dengan rumus *Alpha Cronbach*:⁴⁶

$$r_{ii} = \frac{k}{k-1} \left[1 - \frac{\sum S_i^2}{S_t^2} \right]$$

Keterangan :

- r_{ii} = Reliabilitas instrumen
- k = Banyak butir pernyataan (yang valid)
- $\sum S_i^2$ = Jumlah varians butir
- S_t^2 = Varians total

Varians butir itu sendiri dapat diperoleh dengan menggunakan rumus sebagai berikut:

$$S_i^2 = \frac{\sum xi^2 - \frac{(\sum xi)^2}{n}}{n} \quad 47$$

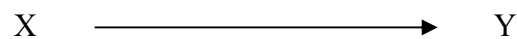
Dari hasil perhitungan diperoleh hasil $\sum si^2 = 32,60$ $st^2 = 429,58$, dan r_{ii} sebesar 0,957 (perhitungan terlampir). Hal ini menunjukkan bahwa “koefisien reliabilitas termasuk dalam kategori sangat tinggi” . Dengan demikian dapat dikatakan bahwa instrumen yang berjumlah 29 butir pernyataan inilah yang akan digunakan sebagai instrumen final untuk mengukur nilai pelanggan.

⁴⁶ Burhan Nurgiyanto, *Op,Cit*, hal 350

⁴⁷ *Ibid*, hal 350

F. Konstelasi Hubungan antara Variabel

Sesuai dengan hipotesis yang diajukan bahwa terdapat hubungan positif antara variabel X (nilai pelanggan) dan Variabel Y (Keputusan Pembelian), maka konstelasi hubungan antara variabel X dan Variabel Y dapat digambarkan sebagai berikut:



Keterangan :

X : Variabel Bebas yaitu Nilai Pelanggan

Y : Variabel Terikat yaitu Keputusan Pembelian

→ : Arah Hubungan

G. Teknik Analisis Data

Teknik analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah dengan teknik regresi dan korelasi, dengan langkah-langkah sebagai berikut :

1. Mencari Persamaan Regresi

Mencari persamaan regresi dengan rumus:

$$\hat{Y} = a + bX \quad ^{48}$$

Dimana Koefisien a dan b dapat dicari dengan rumus sebagai berikut:⁴⁹

$$a = \frac{(\sum Y)(\sum X^2) - (\sum X)(\sum XY)}{n \sum X^2 - (\sum X)^2}$$

⁴⁸ Sudjana, *Metoda Statistik* (Bandung :PT Tarsito, 2001) hal 312

⁴⁹ *Ibid*, hal 315

$$b = \frac{n \sum XY - (\sum X)(\sum Y)}{n \sum X^2 - (\sum X)^2}$$

Keterangan:

\hat{Y} = Persamaan regresi

a = Konstanta

b = Koefisien arah regresi

2. Uji Persyaratan Analisis

a. Uji Normalitas Galat Taksiran Regresi Y atas X

Sebelum data yang diperoleh dipakai dalam perhitungan, data tersebut diuji terlebih dahulu untuk mengetahui apakah data tersebut berdistribusi normal atau tidak, uji yang dimaksud adalah uji Liliefors, pada taraf signifikan (α) = 0,05.

Dengan hipotesis statistik:

H_0 : Galat Taksiran Regresi Y atas X berdistribusi normal

H_1 : Galat Taksiran Regresi Y atas X tidak berdistribusi normal

Kriteria pengujian:

Jika $L_{tabel} > L_{hitung}$, maka terima H_0 , berarti galat taksiran regresi Y atas X berdistribusi normal.

b. Uji Linearitas Regresi

Uji linieritas regresi ini dilakukan untuk mengetahui apakah persamaan regresi yang diperoleh merupakan bentuk linear atau tidak linier.

Dengan hipotesis statistika:

$$H_0 : Y = \alpha + \beta X \text{ (regresi linier)}$$

$$H_1 : Y \neq \alpha + \beta X \text{ (regresi tidak linier)}$$

Kriteria pengujian:

Terima H_0 jika $F_{hitung} < F_{tabel}$, maka persamaan regresi dinyatakan linier.

3. Uji Hipotesis

a. Uji Keberartian Regresi

Uji keberartian regresi ini digunakan untuk mengetahui apakah persamaan regresi yang diperoleh berarti atau tidak berarti, dengan kriteria pengujian bahwa regresi sangat berarti apabila $F_{hitung} > F_{tabel}$.

Dengan hipotesis statistik :

$$H_0 : \beta \leq 0$$

$$H_1 : \beta > 0$$

Kriteria Pengujian :

Regresi dinyatakan positif signifikan jika $F_{hitung} > F_{tabel}$

Untuk mengetahui keberartian dan linearitas persamaan regresi di atas digunakan tabel ANAVA pada tabel III.5 berikut ini.⁵⁰

Tabel III.5
ANALISIS VARIANS UNTUK UJI KEBERARTIAN DAN LINEARITAS
REGRESI

Sumber Varians	Derajat Bebas (db)	Jumlah Kuadrat (JK)	Rata-Rata Jumlah Kuadrat (RJK)	Fhitung (Fo)	Ftabel (Ft)
Total (T)	N	ΣY^2	-	-	-
Regresi (a)	L	$\frac{(\Sigma Y)^2}{n}$	-	-	-
Regresi (b/a)	L	$b(\Sigma xy)$	$\frac{JK(b)}{db(b)}$	*) $\frac{RJK(b)}{RJK(s)}$	Fo > Ft Maka regresi berarti
Sisa (s)	n - 2	JK(T) - JK(a) - JK(b/a)	$\frac{JK(s)}{db(s)}$	-	-
Tuna Cocok (TC)	k - 2	JK(s) - JK(G)	$\frac{JK(TC)}{db(TC)}$	ns) $\frac{RJK(TC)}{RJK(G)}$	Fo < Ft Maka regresi linier
Galat (G)	n - k	$JK(G) = \Sigma Y^2 - \frac{(\Sigma Y)^2}{n}$	$\frac{JK(G)}{db(G)}$	-	-

Keterangan : *) Persamaan regresi berarti
ns) persamaan regresi linier/*not significant*

b. Perhitungan Koefisien Korelasi

Untuk mengetahui seberapa jauh pengaruh variabel X terhadap variabel Y (besar kecilnya pengaruh antara kedua variabel), maka menghitung r_{xy} dapat menggunakan rumus r_{xy}

⁵⁰ *Ibid*, hal 332

Product Moment dan Karl Pearson, dengan rumus sebagai berikut:

$$r_{XY} = \frac{n \Sigma XY - (\Sigma X)(\Sigma Y)}{\sqrt{\{n \Sigma X^2 - (\Sigma X)^2\} \{n \cdot \Sigma Y^2 - (\Sigma Y)^2\}}} \quad 51$$

Dimana:

r_{xy} = Tingkat keterkaitan hubungan

n = Sampel

ΣXY = Jumlah Perkalian X dan Y

Σx = Jumlah skor dalam sebaran X

c. Uji Keberartian Koefisien Korelasi (Uji-t)

Untuk mengetahui keberartian pengaruh antara kedua variabel digunakan uji-t, dengan rumus sebagai berikut:⁵²

$$t_{hitung} = \frac{r_{xy} \sqrt{n-2}}{\sqrt{(1-r^2)}}$$

Dimana:

t_{hitung} = skor signifikan koefisien korelasi

r_{xy} = Koefisien korelasi product moment

n = Banyaknya sampel/data

Hipotesis statistik:

$H_o : \rho \leq 0$

$H_i : \rho > 0$

⁵¹ Sugiyono, *Op.cit*, hal 212

⁵² *Ibid*, hal 377

Dengan kriteria pengujian:

Koefisien korelasi dinyatakan signifikan jika $t_{hitung} > t_{tabel}$.

Koefisien korelasi dilakukan pada taraf signifikan ($\alpha=0,05$) dengan derajat kebebasan $(dk) = n - 2$.

d. Perhitungan Koefisien Determinasi

Selanjutnya dilakukan perhitungan koefisien determinasi (penentu) yaitu untuk mengetahui besarnya persentase variasi variabel Y ditentukan oleh variabel X dengan menggunakan rumus koefisien determinasi sebagai berikut:

$$KD = r_{xy}^2 \text{ }^{53}$$

Dimana :

KD = Koefisien determinasi

r_{xy} = Koefisien korelasi *product moment*

⁵³ M.Pabundu Tika, *Metodologi Riset Bisnis*, (Jakarta: Bumi Aksara, 2006) hal 99