# BAB III

# METODOLOGI PENELITIAN

## A. Tujuan Penelitian

Penelitian ini bertujuan untuk mendapatkan data dan fakta yang tepat (sahih, benar, dan valid) serta dapat dipercaya (dapat diandalkan dan reliabel) tentang kepuasan dengan kepercayaan konsumen. Besar kecilnya hubungan antara kepuasan dengan kepercayaan konsumen dapat mengukur apakah faktor kepuasan cukup kuat untuk berperan dalam menentukan hubungan dengan kepercayaan konsumen.

## B. Tempat dan Waktu Penelitian

### 1. Tempat Penelitian

Penelitian ini dilakukan pada siswa Bimbingan Belajar Salemba Grup yang berlokasi di kantor cabang Kalisari Bimbingan Belajar Salemba Grup di Jalan Kalisari Raya No. 21 Jakarta Timur. Tempat ini dipilih karena perusahaan tersebut merupakan salah satu lembaga bimbingan belajar yang cukup cepat perkembangannya yang tentunya harus dapat mempertahankan kepercayaan dari konsumennya.

### 2. Waktu Penelitian

Penelitian ini dilakukan selama tiga bulan, terhitung dari April sampai dengan Juni 2008. Waktu ini dipilih karena dianggap sebagai waktu yang efektif untuk melakukan penelitian, karena peneliti

mempunyai waktu yang cukup luang sehingga dapat lebih memfokuskan diri dalam melaksanakan penelitian.

## C. Metode Penelitian

Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode survei dengan pendekatan korelasional. 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 yang relatif, distribusi dan hubungan-hubungan antar variabel.[1]

Dengan pendekatan korelasional dapat dilihat hubungan antara variabel bebas (kepuasan) sebagai variabel yang mempengaruhi dan diberi simbol X, dengan variabel terikat (kepercayaan konsumen) sebagai variabel yang diperngaruhi dan diberi simbol Y.

## D. Populasi, Sampel dan Teknik Pengambilan Sampel

Populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri atas objek/subjek yang mempunyai kualitas dan karateristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya.[2]

Populasi dalam penelitian ini adalah seluruh siswa Bimbingan Belajar Salemba Grup Jakarta berdasarkan survei awal, populasi terjangkaunya adalah siswa SMA kelas XII yang mengikuti PROSSIS (Program Super Intensif

---

[1] Sugiono, *Metode Penelitian Bisnis*, (bandung: Alfabeta, 2003), p. 7
[2] *Ibid*., p. 72

Sukses SNMPTN (Seleksi Nasional Masuk Perguruan Tinggi Negeri)) Jurusan IPS sebanyak 81 siswa. Dari populasi terjangkau tersebut dijadikan sampel sebanyak 65 siswa. Pengambilan sampel tersebut didasarkan pada Tabel penentuan jumlah sampel dari populasi tertentu dengan taraf kesalahan 5%.

Teknik penganbilan sampel dalam penelitian ini adalah teknik acak sederhana (*Simple Random Sampling*). Penarikan sampel secara acak sederhana dipergunakan jika populasi penelitian bersifat homogen. William Gulo dalam bukunya mengatakan "Prinsip dasarnya adalah bahwa setiap anggota populasi mempunyai peluang yang sama untuk ditarik sebagai anggota sampel.[3]

## E. Instrumen Penelitian

### 1. Kepercayaan Konsumen

#### a. Definisi Konseptual

Kepercayaan adalah harapan, keyakinan dan pengetahuan yang dimiliki oleh konsumen mengenai objek, atribut dan manfaat dari suatu jasa. Harapan akan kredibilitas pada penyedia jasa serta keyakinan terhadap integritas (ketulusan hati) pemberi jasa, yakin terhadap janji-janji, yakin mendapatkan manfaat dan tidak dirugikan serta yakin terhadap kecilnya resiko yang akan dihadapi.

[3] William Gulo, *Metodologi Penelitian*, (Jakarta: PT. Gramedia, 2002), p. 84

**b. Definisi Operasional**

Kepercayaan adalah keyakinan, pengetahuan dan harapan yang dimiliki oleh konsumen mengenai objek, atribut dan manfaat dari suatu jasa. Kepercayaan mencerminkan indikator-indikator antara lain: keyakinan yang mencerminkan sub indikator yakin terhadap integritas, manfaat, kecilnya resiko, janji-janji dan dapat diandalkan. Pengetahuan yang mencerminkan sub indikator terhadap objek, atribut dan manfaat produk. Harapan yang mencerminkan sub indikator terhadap harapan penyedia jasa dapat diandalkan dan harapan akan kredibilitas.

**c. Kisi-kisi Instrumen Kepercayaan Konsumen**

Kisi-kisi instrumen untuk mengukur kepercayaan konsumen disajikan untuk memberikan informasi mengenai butir-butir yang diberikan setelah dilakukan uji validitas dan uji reliabilitas serta analisis butir soal untuk memberikan gambaran sejauh mana instrumen penelitian (kepercayaan konsumen) mencerminkan indikator-indikator. Kisi-kisi instrumen kepercayaan konsumen dapat dilihat pada tabel III.1

**Tabel III.1**
**Kisi-kisi Instrumen Kepercayaan Konsumen**

| Indikator | Sub Indikator | Item uji coba | | Butir drop | Item setelah uji coba | | Item kuesioner final | |
|---|---|---|---|---|---|---|---|---|
| | | + | - | | + | - | + | - |
| Keyakinan | Integritas pemberi jasa | 1,2,4 | 3 | 4 | 1,2 | 3 | 1,2 | 3 |
| | Mendapat manfaat | 10,12,14, 15,16 | 11,13, 17 | 13,16 | 10,12, 14,15 | 11, 17 | 8,10, 11,12 | 9,13 |
| | Kecilnya resiko | 18,19 | 20 | - | 18,19 | 20 | 14,15 | 16 |
| | Pemenuhan janji | 5,6,8 | 7,9 | 6 | 5,8 | 7,9 | 4,6 | 5,7 |
| | Dapat diandalkan | 21 | 22 | - | 21 | 22 | 17 | 18 |
| Pengetahuan | Pengetahuan tentang produk | 23,25 | 24 | - | 23,25 | 24 | 19,21 | 20 |
| | Pengetahuan tentang manfaat | 26,28 | 27 | - | 26,28 | 27 | 22,24 | 23 |
| Harapan | Harapan penyedia jasa dapat diandalakan | 29,30 | 31 | - | 29,30 | 31 | 25,26 | 27 |
| | Harapan akan kredibilitas | 32,33,34 | - | 32 | 33,34 | - | 28,29 | - |
| **Jumlah** | | **23** | **11** | **5** | **19** | **10** | **19** | **10** |

**Tabel III.2**
**Skala Penilaian Untuk Instrumen Kepercayaan Konsumen**

| No | Alternatif Jawaban | Bobot Skor (+) | Bobot Skor (-) |
|---|---|---|---|
| 1. | Sangat Setuju (SS) | 5 | 1 |
| 2. | Setuju (S) | 4 | 2 |
| 3. | Kurang Setuju (KS) | 3 | 3 |
| 4. | Tidak Setuju (TS) | 2 | 4 |
| 5. | Sangat Tidak Setuju (STS) | 1 | 5 |

**d. Validasi Instrumen Kepercayaan Konsumen**

Proses pengembangan instrumen kepercayaan konsumen dimulai dengan penyusunan instrumen berbentuk kuesioner berupa pertanyaan yang berpatokan pada indikator-indikator kepercayaan konsumen. Seperti terlihat pada tabel III.1 yang disebut sebagai konsep instrumen untuk mengukur variabel kepercayaan konsumen.

Tahap berikutnya, konsep instrumen ini dikonstruksikan kepada dosen pembimbing berkaitan dengan seberapa jauh butir-butir pertanyaan instrumen tersebut mengukur indikator dari variabel kepercayaan konsumen. Setelah konsep disetujui, langkah selanjutnya adalah instrumen ini diujicobakan kepada 30 responden.

Proses validasi dilakukan dengan menganalisis data hasil uji coba instrument, yaitu validitas butir dengan menggunakan koefisien kolerasi antara skor butir dengan skor total instrumen.

[4]

$$r_{it} = \frac{\sum y_i . y_t}{\sqrt{(\sum y_i^2)(\sum y_t^2)}}$$

Keterangan :

$r_{it}$ = koefisien kolerasi antara skor butir dengan skor total

$y_i$ = jumlah kuadrat deviasi skor dari $Y_i$

$y_t$ = jumlah kuadrat deviasi skor dari $Y_t$

Kriteria batas minimum peryataan yang diterima adalah $r_{tabel}$ = 0,361. Jika $r_{hitung} > r_{tabel,}$ maka butir pernyataan dianggap valid. Sebaliknya jika $r_{hitung} < r_{tabel}$ maka butir pernyataan dianggap tidak valid dan didrop atau tidak digunakan.

Berdasarkan perhitungan tersebut maka dari 34 butir pernyataan setelah dikalibrasikan validitasnya, ternyata pernyataan yang memenuhi kriteria atau valid adalah sebanyak 29 butir pernyataan dan sebanyak 5 butir pernyataan di drop atau tidak digunakan.

---

[4] Pudji Muljono, *Pengembangan Instrumen Penelitian*, (Jakarta: Lokakarya FIS-UNJ, 2002), p. 20

Selanjutnya, dihitung reliabilitasnya terhadap butir-butir pernyataan yang telah dinyatakan valid dengan menggunakan varian butir, yaitu dengan jalan mencari jumlah antara $Y_i$ dikurangi $\overline{Y}$ (rata-rata Y) dikuadratkan dan dibagi dengan jumlah responden, sehingga di dapat jumlah varian butir ($S_i^2$) adalah 19,32 dan jumlah varian total ($S_t^2$) adalah 88,98. Kemudian, dimasukkan dalam rumus *alpha cronbach.*

$$r_{ii} = \left\{\frac{k}{k-1}\right\}\left\{1-\frac{\sum S_i^{\,2}}{S_t^{\,2}}\right\}$$ [5]

Keterangan :

$r_{ii}$ = koefisien reliabilitas tes

k = cacah butir

$S_i^2$ = varian skor butir

$S_t^2$ = varian skor total

Hasilnya didapatkan $r_{ii}$ sebesar 0,804. Dengan demikian, dapat dikatakan bahwa instrumen yang berjumlah 29 butir pernyataan inilah yang digunakan sebagai instrumen final untuk mengukur kepercayaan konsumen. (proses perhitungan terdapat pada lampiran 13).

**2. Kepuasan Konsumen**

[5] *Ibid*., p. 22

**a. Definisi Konseptual**

Kepuasan merupakan respon emosional yang tercipta dari terpenuhi atau tidaknya harapan dari seorang konsumen, menyangkut komponen kepuasan konsumen (respon, fokus dan waktu). Umumnya respon emosional konsumen merupakan bentuk nyata dari apa yang telah dirasakan oleh konsumen setelah menggunakan jasa dari perusahaan. Secara lebih rinci, kepuasan diukur berdasarkan faktor: kualitas produk, kualitas pelayanan, faktor emosional, harga dan kemudahan.

**b. Definisi Operasional**

Kepuasan merupakan respon emosional yang tercipta dari terpenuhi atau tidaknya harapan dari seorang konsumen, menyangkut komponen kepuasan konsumen (respon, fokus dan waktu).

Kepuasan mencerminkan indikator-indikator antara lain: kualitas produk yang mencerminkan sub indikator karateristik produk dan fasilitas. Kualitas pelayanan yang mencerminkan sub indikator keberadaan, ketanggapan, menyenangkan dan tepat waktu. faktor emosional yang mencerminkan sub indikator image. Kemudian harga dan kemudahan.

Kepuasan diukur dengan menggunakan model skala likert yang terdiri dari lima alternatif jawaban dengan skala penilaian 1 sampai 5.

Pertanyaan yang diajukan kepada responden mengacu pada indikator-indikator tentang kepuasan.

**c. Kisi-kisi Instrumen Kepuasan**

Kisi-kisi instrumen untuk mengukur kepuasan disajikan untuk memberikan informasi mengenai butir-butir yang diberikan setelah dilakukan uji validitas dan uji reliabilitas serta analisis butir soal untuk memberikan gambaran sejauh mana instrumen penelitian (kepuasan) mencerminkan indikator-indikator. Kisi-kisi instrumen kepuasan dapat dilihat pada tabel III.3.

**Tabel III.3**
**Kisi-kisi Instrumen Kepuasan**

| Indikator | Sub Indikator | Item uji coba | | Butir drop | Item setelah uji coba | | Item kuesioner final | |
|---|---|---|---|---|---|---|---|---|
| | | + | - | | + | - | + | - |
| Kualitas pelayanan | Keberadaan | 10,12 | 11 | - | 10,12 | 11 | 8,10 | 9 |
| | Ketanggapan | 13,14 | 15 | 13 | 14 | 15 | 11 | 12 |
| | Menyenangkan | 31,35 | 32,36 | 31 | 35 | 32, 36 | 29 | 26,30 |
| | Tepat waktu | 16,17,19 | 18,20 | - | 16,17, 19 | 18, 20 | 13,14, 16 | 15,17 |
| Kualitas produk | Karateristik produk | 1,2,4 | 3,5 | 5 | 1,2,4 | 3 | 1,2,4 | 3 |
| | Fasilitas | 6,8,9 | 7 | 9 | 6,8 | 7 | 5,7 | 6 |
| Faktor emosional | Image | 21,23,24, 26 | 22,25 | 23,26 | 21,24 | 22, 25 | 18,20 | 19, 21 |
| Harga | | 27,28 | 29 | - | 27,28 | 29 | 22,23 | 24 |
| Kemudahan | | 30,33 | 34 | - | 30,33 | 34 | 25,27 | 28 |
| **Jumlah** | | **23** | **13** | **6** | **18** | **12** | **18** | **12** |

**Tabel III.4**
**Skala Penilaian Untuk Instrumen Kepuasan**

| No | Alternatif Jawaban | Bobot Skor (+) | Bobot Skor (-) |
|---|---|---|---|
| 1. | Sangat Setuju (SS) | 5 | 1 |
| 2. | Setuju (S) | 4 | 2 |
| 3. | Kurang Setuju (KS) | 3 | 3 |
| 4. | Tidak Setuju (TS) | 2 | 4 |
| 5. | Sangat Tidak Setuju (STS) | 1 | 5 |

**d. Validasi Instrumen Kepuasan**

Proses pengembangan instrumen kepuasan konsumen dimulai dengan penyusunan instrumen berbentuk kuesioner berupa pertanyaan yang berpatokan pada indikator-indikator kepuasan konsumen. Seperti terlihat pada tabel III.3 yang disebut sebagai konsep instrumen untuk mengukur variabel kepuasan konsumen.

Tahap berikutnya, konsep instrumen ini dikonstruksikan kepada dosen pembimbing berkaitan dengan seberapa jauh butir-butir pertanyaan instrumen tersebut mengukur indikator dari variabel kepuasan konsumen. Setelah konsep disetujui, langkah selanjutnya adalah instrumen ini diujicobakan kepada 30 responden.

Proses validasi dilakukan dengan menganalisis data hasil uji coba instrumen, yaitu validitas butir dengan menggunakan koefisien kolerasi antara skor butir dengan skor total instrumen.

[6]

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

[6] *Ibid*., p. 20

Keterangan :

$r_{it}$ = koefisien kolerasi antara skor butir dengan skor total

$x_i$ = jumlah kuadrat deviasi skor dari $X_i$

$x_t$ = jumlah kuadrat deviasi skor dari $X_t$

Kriteria batas minimum peryataan yang diterima adalah $r_{tabel}$ = 0,361. Jika $r_{hitung} > r_{tabel,}$ maka butir pernyataan dianggap valid. Sebaliknya jika $r_{hitung} < r_{tabel}$ maka butir pernyataan dianggap tidak valid dan didrop atau tidak digunakan.

Berdasarkan perhitungan tersebut maka dari 36 butir pernyataan setelah dikalibrasikan validitasnya, ternyata pernyataan yang memenuhi kriteria atau valid adalah sebanyak 30 butir pernyataan dan sebanyak 6 butir pernyataan di drop atau tidak digunakan.

Selanjutnya, dihitung reliabilitasnya terhadap butir-butir pernyataan yang telah dinyatakan valid dengan menggunakan varian butir, yaitu dengan jalan mencari jumlah antara $X_i$ dikurangi $\overline{X}$ (rata-rata X) dikuadratkan dan dibagi dengan jumlah responden, sehingga di dapat jumlah varian butir ($S_i^2$) adalah 15,62 dan jumlah varian total ($S_t^2$) adalah 76,26. Kemudian, dimasukkan dalam rumus *alpha cronbach.*

$$r_{ii} = \left\{\frac{k}{k-1}\right\}\left\{1-\frac{\sum S_i^{\,2}}{S_t^{\,2}}\right\}$$ [7]

Keterangan :

[7] *Ibid*., p. 22

$r_{ii}$ = koefisien reliabilitas tes

k = cacah butir

$S_i^2$ = varian skor butir

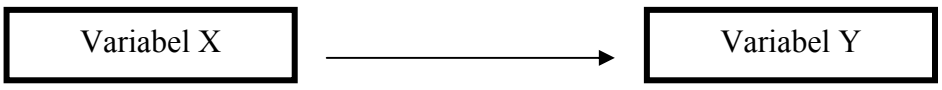
$S_t^2$ = varian skor total

Hasilnya didapatkan $r_{ii}$ sebesar 0,817. Dengan demikian, dapat dikatakan bahwa instrumen yang berjumlah 30 butir pernyataan inilah yang digunakan sebagai instrumen final untuk mengukur kepuasan konsumen. (proses perhitungan terdapat pada Lampiran 10).

## F. Konstelasi Hubungan Antar Variabel

Variabel penelitian terdiri dari dua variabel, yaitu variabel bebas (kepuasan konsumen) yang digambarkan dengan simbol X, dan variabel terikat (kepercayaan konsumen) yang digambarkan dengan simbol Y.

Sesuai dengan hipotesis yang diajukan bahwa terdapat hubungan positif antara variabel X (kepuasan konsumen) dan variabel Y (kepercayaan konsumen), maka konstelasi hubungan antara variabel X dan variabel Y dapat digambarkan sebagai berikut :




Keterangan :

Variabel X = Variabel Bebas (Kepuasan)

Variabel Y = Variabel Terikat (Kepercayaan Konsumen)

⟶ = Menunjukkan Arah Hubungan

## G. Teknik Analisis Data

Teknik analisis data dilakukan dengan uji regresi dan korelasi dengan langkah-langkah sebagai berikut :

**1. Mencari Persamaan Regresi :**

Didapat dengan menggunakan rumus sebagai berikut:

$\hat{Y} = a + b\,X$

Dimana nilai a dan b dapat dihitung dengan rumus :

$$b = \frac{\sum xy}{\sum x^2} \quad \text{dan} \quad a = \bar{Y} - b\,\bar{X}$$ [8]

**2. Uji Persyaratan Analisis**

Uji normalitas data dilakukan untuk mengetahui apakah galat taksiran regresi Y atas X berdistribusi normal atau tidak. Pengujian dilakukan terhadap galat taksiran regrasi Y dan X dengan menggunakan Liliefors pada taraf signifikan ($\alpha$) = 0,05.

Prosedur yang digunakan adalah :

1. Pengamatan $x_1, x_2, ..., x_n$ dijadikan bilangan baku $z_1, z_2, ....., z_n$ dengan menggunakan rumus:
$$Z_i = \frac{x_i - x}{S}$$
(x dan s masing-masing merupakan rata-rata dan simpangan baku sampel).
2. Untuk tiap bilangan baku ini dan menggunakan daftar distribusi normal baku, kemudian dihitung peluang $F(Z_i) = P(z \leq z_i)$.
3. Selanjutnya dihitung proporsi $z_1, z_2, ..., z_n$ yang lebih kecil atau sama dengan $z_i$. Jika proporsi ini dinyatakan oleh $S(z_i)$, maka
$$S(z_i) = \frac{\text{Banyaknya } z_1, z_2, ..., z_n \text{ yang} \leq z_i}{n}$$
4. Hitung selisih $F(z_i) - S(z_i)$ kemudian tentukan harga mutlaknya.

[8] Widodo, *Cerdik Menyusun Proposal Penelitian*, (Jakarta: Magna Script, 2004), p. 46

5. Ambil harga yang paling besar diantara harga-harga mutlak selisih tersebut. Sebutlah harga terbesar ini $L_o$.[9]

Dari prosedur di atas dapat disimpulkan bahwa untuk pengujian galat taksiran regresi Y dan X dengan menggunakan Liliefors pada taraf signifikan $(\alpha) = 0{,}05$.

Hipotesis statistik :

$H_o$: Galat Taksiran Regresi Y atas X berdistribusi normal

$H_i$: Galat Taksiran Regresi Y atas X tidak berdistribusi normal

Kriteria Pengujian:

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

Dalam penelitian ini variabel X yang dimaksud dalam prosedur diatas adalah $(Y - \hat{Y})$.

**3. Uji Hipotesis**

**a. Uji Keberartian Regresi**

Hipotesis Statistik:

$H_o : \beta \leq 0$ (regresi tidak berarti)

$H_i : \beta > 0$ (regresi berarti)

Kriteria Pengujian:

$H_o$ diterima jika $F_{tabel} > F_{hitung}$ dan ditolak jika $F_{tabel} < F_{hitung}$ berarti regresi dinyatakan berarti (signifikan) jika menolak $H_o$.

**b. Uji Linieritas Regresi**

[9] Sujana, *Metoda Statistika*, (Bandung: Tarsito 2002), p. 466

Hipotesis Statistik:

$H_o$ : $Y = \alpha + \beta X$

$H_i$ : $Y \neq \alpha + \beta X$

Kriteria Pengujian:

- Terima $H_o$ jika $F_{hitung} < F_{tabel}$
- Terima $H_i$ jika $F_{hitung} > F_{tabel}$

Persamaan regresi dinyatakan linear jika berhasil menerima $H_o$.

Langkah perhitungan keberartian regrasi terlihat pada tabel ANAVAdi bawah ini:

**Tabel III.5**
**TABEL ANAVA**[10]

| Sumber Varians | DK | Jumlah Kuadrat | Rata-rata Jumlah kuadrat (RJK) | F hitung | F tabel |
|---|---|---|---|---|---|
| Total (Y) | N | $\sum Y^2$ | - | - | - |
| Regresi (a) | 1 | $\frac{(\sum Y)^2}{N}$ | - | - | - |
| Regresi (b/a) | 1 | b. $\sum xy$ | $\frac{JK\ (b/a)}{db(b/a)}$ | $\frac{RJK(b/a)}{RJK(s)}$ | $\frac{F(1-\alpha)}{(1,n-2)}$ |
| Residu (S) | n-2 | JK(T)-JK(a)-Jk(b/a) | $\frac{JK(S)}{db(s)}$ | | |
| Tuna Cocok (TC) | k-2 | JK(S)-JK(G) | $\frac{JK(TC)}{db(TC)}$ | $\frac{RJK(TC)}{RJK(G)}$ | $\frac{F(1-\alpha)}{(k-2,n-k)}$ |
| Galat (G) | n-k | $\sum \left\{ \sum Y^2 - \frac{(\sum Y)^2}{N} \right\}$ | $\frac{JK(G)}{db(G)}$ | | |

## c. Perhitungan Koefisien Korelasi

[10] *Ibid*., p.332

Menghitung koefisien korelasi product moment ($r_{xy}$) dari Pearson dengan rumus sebagai berikut :

$$r_{xy} = \frac{\sum xy}{\sqrt{(\sum x^2)(\sum y^2)}}$$ [11]

Keterangan :

$r_{xy}$ = tingkat keterikatan hubungan

x = jumlah skor dalam sebaran X

y = jumlah skor dalam sebaran Y

Perhitungan koefisien korelasi juga dilakukan untuk mengetahui tingkat keterikatan hubungan antara variabel X dan variabel Y pada masing-masing kelompok data demografis.

**d. Uji Keberartian Koefisien Korelasi Dengan uji t**

Untuk mengetahui signifikansi koefisien korelasi digunakan uji t dengan rumus :

$$t_{hitung} = \frac{r\sqrt{n-2}}{\sqrt{1 - r^2}}$$ [12]

Keterangan :

$t_{hitung}$ = skor signifikansi koefisien korelasi

r = koefisien korelasi product moment

n = banyaknya data

Hipotesis statistik :

---

[11] Suharsimi Arikunto, *Prosedur Penelitian, Suatu Pendekatan Praktek*, (Jakarta: Rineka Cipta, 2002), p. 241

[12] Widodo, *Op.Cit*., p. 65

$H_o : \rho \leq 0$

$H_i : \rho > 0$

Kriteria pengujian :

Jika $t_{hitung} > t_{tabel}$ maka tolak $H_o$, jika $t_{hitung} < t_{tabel}$ terima $H_o$. Hal ini dilakukan pada taraf signifikan ($\alpha$) = 0,05 dengan derajat kebebasan (DK) = n - 2. Jika $H_i$ diterima maka koefisien korelasi signifikan, sehingga dapat disimpulkan diantara variabel X dan variabel Y terdapat hubugan positif.

**e. Perhitungan Koefisien Determinasi**

Selanjutnya diadakan perhitungan koefisien determinasi (penentu) yaitu untuk mengetahui besarnya variasi variabel Y yang ditentukan oleh variabel X. Rumus koefisien determinasi adalah sebagai berikut :

$KD = r_{xy}^2$ [13]

Keterangan :

KD = Koefisien Determinasi

$r_{xy}^2$ = Koefisien Korelasi Product Moment

[13] *Ibid*.