

BAB III

METODOLOGI PENELITIAN

A. Tempat dan Waktu Penelitian

1. Tempat Penelitian

Penelitian ini dilaksanakan di Jabodetabek. Alasan peneliti memilih Jabodetabek sebagai tempat penelitian adalah karena survei awal yang dilakukan oleh peneliti di tempat tersebut, terdapat masalah mengenai keputusan pembelian produk kosmetik lokal pada Mahasiswa di Jabodetabek yaitu gaya hidup dan promosi yang belum sesuai dengan apa yang mereka harapkan.

2. Waktu Penelitian

Penelitian ini dilaksanakan dalam kurun waktu selama 6 (enam) bulan yang dimulai dari bulan November sampai dengan Mei 2021. Waktu tersebut merupakan waktu yang tepat untuk melaksanakan penelitian karena dalam kurun waktu tersebut jadwal perkuliahan peneliti tidak terlalu padat sehingga hal tersebut dapat memudahkan peneliti melakukan penelitian.

B. Metode Penelitian

1. Metode

Menurut Syahrudin, (2012) Metode penelitian adalah kegiatan dalam ilmu pengetahuan atau kemasyarakatan yang dilakukan untuk mengembangkan dan menguji kebenarannya melalui metode yang ilmiah. Pada penelitian kali ini peneliti menggunakan metode survei dengan pendekatan korelasional dengan alasan dikarenakan metode survei dengan pendekatan korelasional ini sesuai dengan tujuan yang ingin dicapai oleh peneliti, yaitu untuk mengetahui hubungan antara variabel bebas dengan variabel terikat. Dalam metode survei, peneliti memberikan sejumlah pertanyaan kepada

responden tentang perilaku diri sendiri. Alasan peneliti menggunakan metode ini adalah karena ingin mengetahui pengaruh gaya hidup dan promosi terhadap keputusan pembelian produk kosmetik lokal.

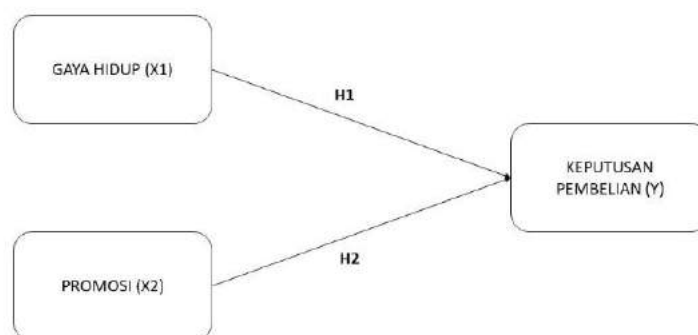
2. Konteksi Pengaruh Antar Variabel

Kontelasi pengaruh antar variabel sesuai dengan hipotesis yang sudah dirumuskan sebelumnya, yaitu:

H1 : Terdapat pengaruh yang positif dan signifikan antara gaya hidup terhadap keputusan pembelian produk kosmetik lokal.

H2 : Terdapat pengaruh yang positif dan signifikan antara promosi terhadap keputusan pembelian produk kosmetik lokal.

Kontelasi pengaruh antar variabel penelitian tersebut dapat digambarkan sebagai berikut :



Gambar 3. 1 Konstelasi Pengaruh Antara Variabel

Sumber: Diolah Oleh Peneliti

Keterangan :

Variabel Bebas (X1) : Gaya Hidup

Variabel Bebas (X2) : Promosi

Variabel Terikat (Y) : Keputusan Pembelian

→ : Arah Pengaruh

C. Populasi dan Teknik Pengambilan Sampel

1. Populasi

Menurut Sugiyono, (2009) populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri dari objek dengan kualitas karakteristik tertentu yang peneliti gunakan untuk mempelajari temuannya. Oleh karena itu dapat disimpulkan bahwa populasi adalah segala sesuatu yang mempunyai karakteristik yang sesuai dengan tujuan peneliti sebagai objek penelitian untuk mempelajari penelitiannya. Dengan demikian, populasi yang diambil oleh peneliti dalam penelitian ini adalah Mahasiswa di Jabodetabek.

2. Sampel

Menurut Suryani & Hendriyadi, (2016) sampel adalah sebagian dari populasi yang dipilih peneliti untuk penelitian dan dijadikan representasi dari populasi secara keseluruhan dalam hasil penelitian. Oleh karena itu sampel adalah populasi yang digunakan untuk mewakili populasi secara keseluruhan dalam penelitian.

Peneliti menggunakan teknik pengambilan sampel dengan metode *purposive sampling* yang termasuk dalam *probability*

sampling. *Purposive Sampling* adalah teknik pengambilan sampel dengan kriteria yang peneliti butuhkan untuk mencapai tujuan penelitian (Sugiyono, 2009). Adapun kriteria dari sampel yang peneliti gunakan diantaranya, yaitu:

1. Mahasiswa di Jabodetabek
2. Yang pernah membeli produk kosmetik lokal *Dear Me Beauty*.

Jumlah populasi dalam penelitian ini tidak diketahui, maka untuk menentukan besarnya jumlah sampel yang digunakan 200-500 sampel (Sugiyono, 2009).

D. Teknik Pengumpulan Data

Penelitian ini memiliki 3 variabel yang akan diteliti, yaitu Gaya Hidup (X1), Promosi (X2), dan Keputusan Pembelian (Y). Adapun instrumen yang mengukur ketiga variabel tersebut adalah sebagai berikut:

Keputusan Pembelian

a. Definisi Konseptual

Keputusan Pembelian adalah kegiatan yang dilakukan oleh konsumen untuk memperoleh produk yang mereka sukai.

b. Definisi Operasional

Terdapat lima (5) indikator yang dapat mengukur keputusan pembelian, yaitu:

- 1) Pengidentifikasian masalah, kecenderungan konsumen untuk mengetahui produk yang dibutuhkan.

- 2) Pencarian informasi, kecenderungan konsumen untuk mencari tahu mengenai produk yang dipilih sesuai dengan kebutuhan.
- 3) Evaluasi alternatif, kecenderungan konsumen untuk memilih produk yang sesuai dengan kebutuhan.
- 4) Keputusan pembelian, kecenderungan konsumen untuk memutuskan membeli produk.
- 5) Perilaku setelah pembelian dengan indikator menyimpan produk.

c. Kisi-kisi Instrumen Keputusan Pembelian

Pada bagian ini peneliti menyajikan kisi-kisi instrumen yang digunakan untuk mengukur variabel keputusan pembelian yang diujicobakan dan juga digunakan sebagai kisi-kisi instrumen untuk mengukur variabel keputusan pembelian. Kisi-kisi dalam penelitian ini dibuat dengan tujuan untuk memberikan informasi mengenai butir-butir yang dimasukkan setelah uji validasi dan uji reliabilitas. Kisi-kisi instrumen disajikan sebagai berikut:

Tabel 3. 1Kisi-kisi Instrumen Keputusan Pembelian

Indikator

Adopsi

Butir

Pengindentifikasian Masalah	- Saya membeli produk kosmetik <i>Dear Me Beauty</i> karena adanya kebutuhan.	1
Pencarian Informasi	<p>- Saya membeli produk ini karena sesuai dengan gaya hidup saya.</p> <p>- Kualitas produk sangat baik dibandingkan dengan produk kosemtik sejenis.</p> <p>- Informasi yang diberikan tentang produk ini sehingga saya berminat untuk membeli produk ini.</p>	2
Evaluasi Alternatif	- Saya yakin atas keputusan saya dalam memilih produk <i>Dear Me</i>	4
		5

Beauty karena sesuai dengan kebutuhan saya.

- Menurut saya *Dear Me Beauty* memiliki nilai prestise yang baik.

6

Keputusan
Pembelian

- Saya membeli produk kosmetik *Dear Me Beauty* karena melihat ulasan baik dari konsumen lain.

7

- Saya membeli produk ini karena keinginan sendiri.

- Saya selalu menggunakan *Dear Me Beauty* sebagai produk kosmetik saya.

8



		9
Perilaku Setelah Pembelian	- Produk Kosmetik <i>Dear Me Beauty</i> memiliki kualitas yang baik.	10
	- Saya merekomendasikan produk ini ke pihak lain.	11

Sumber : Kurniawan & Susanti (2019)

Pengukuran data yang peneliti gunakan adalah skala likert. Menurut Sugiyono,(2009) skala likert digunakan untuk mengukur intensitas pendapat masyarakat. Dalam penelitian ini responden dapat mengisi dengan cara memilih salah satu dari lima jawaban alternatif yang telah disediakan dalam butir pertanyaan dan diberi nilai satu (1) sampai lima (5) sesuai dengan tingkat jawaban. Pengukuran data menggunakan skala likert adalah sebagai berikut:

Tabel 3. 2 Skala Penilaian Keputusan Pembelian

No.	Alternatif Jawaban	Item positif	Item Negative
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

Sumber : Sugiyono (2017)

d. Validasi Instrumen Keputusan Pembelian

Rangkaian pembuatan instrumen keputusan pembelian dimulai dengan menyusun instrumen penelitian yang berbentuk kuesioner dengan menggunakan model pengukuran skala *likert* yang mengacu pada tabel 3.2. pada tabel 3.2 terdapat instrumen untuk mengukur variabel keputusan pembelian.

Selanjutnya, untuk mengukur indikator variabel keputusan pembelian pada tabel 3.1 maka peneliti mengkonsultasikan konsep instrumen ini kepada dosen yang berkaitan dengan validitas konstruk untuk mengetahui seberapa tepat butir-butir instrumen yang sudah tercantum pada tabel 3.1. Jika rancangan instrumen telah disetujui, langkah selanjutnya adalah instrumen tersebut diuji cobakan kepada 30 mahasiswa di Jabodetabek yang sesuai dengan karakteristik populasi di luar sampel.

Proses validasi ini dilakukan dengan menganalisis data dan hasil saat menguji instrumen, elemen validasi menggunakan koefisien korelasi antara skor item dan total skor instrumen. Rumus yang dapat digunakan menurut Riduwan, (2011) adalah sebagai berikut:

$$\frac{\sum x_{it}t}{\sqrt{\sum x_i^2 \sum x_t^2}}$$

Keterangan:

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

x_i = Devisi Skor butir dari X_i

x_t = Devisi skor dari X_t

Kriteria batas minimum pertanyaan yang diterima ialah $r_{tabel} = 0,361$ jika $r_{hitung} > r_{tabel}$ maka butir pernyataan dapat dikatakan valid. Namun jika $r_{hitung} < r_{tabel}$ maka butir pernyataan dapat dikatakan tidak valid. Hal tersebut mengakibatkan butir pertanyaan tersebut tidak dapat digunakan atau harus di-drop.

Rumus *Alpha Cronbach* dapat digunakan untuk menghitung reabilitas terhadap butir-butir kuesioner yang telah dibuat. Rumus tersebut sebagai berikut:

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

Keterangan:

r_{ii} = Reabilitas Intrumen

k = Banyak butir pernyataan valid

$\sum s_i^2$ = Jumlah Varian skor butir

st^2 = Varian skor total

Varian butir itu dapat diperoleh dengan menggunakan rumus sebagai berikut:

$$S_i^2 = \frac{\sum x_i^2 - \frac{(\sum x_i)^2}{n}}{n}$$

Keterangan:

si^2 = Simpangan Baku

n = Jumlah Populasi

$\sum xi^2$ = Jumlah kuadrat data X

$\sum xi$ = Jumlah data

Gaya Hidup (X1)

a. Definisi Konseptual

Gaya hidup merupakan salah satu cara untuk mencerminkan karakteristik seseorang yang tercermin dalam kegiatan dan pola kehidupan yang ia jalani.

b. Definisi Operasional

Variabel Gaya hidup dapat diukur dengan tiga indikator, yaitu:

1. Aktivitas, pekerjaan dan hobi
2. Minat, produk yang ditawarkan sesuai dengan kebutuhan dan minat karena produk berkualitas.

3. Pendapat, produk bermerek merupakan bagian dari gaya hidup dan harga produk yang bersaing.

c. Kisi-kisi instrumen Gaya Hidup

Kisi-kisi instrumen ini digunakan untuk mengukur variabel Gaya Hidup dan menjadi informasi mengenai elemen yang digunakan setelah uji validitas dan uji reabilitas. Kisi-kisi instrumen Gaya hidup dapat dilihat sebagai berikut:

Tabel 3. 3 Kisi-kisi Instrumen Gaya Hidup

Indikator	Adopsi	Butir
Kegiatan (pekerjaan, hobi)	- Saya menggunakan produk kosmetik <i>Dear Me Beauty</i> dalam kegiatan sehari-hari.	1
	- Saya menggunakan produk <i>Dear Me Beauty</i> untuk	

menunjang
penampilan.

2

Minat

- Saya

3

menggunakan
produk ini
karena cocok
dengan saya.

- Saya suka
dengan tekstur
produk kosmetik
ini.

4

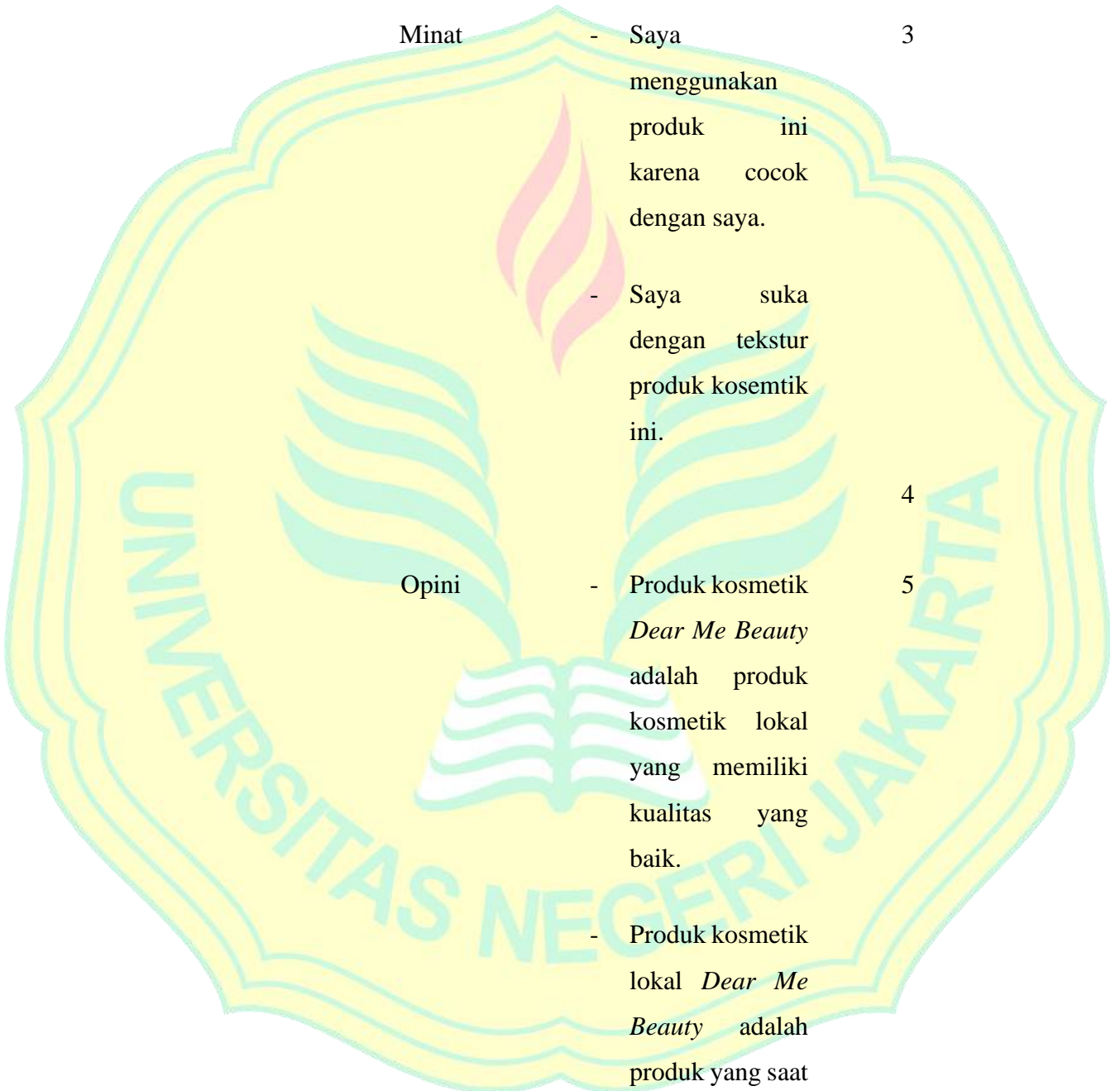
Opini

- Produk kosmetik
Dear Me Beauty
adalah produk
kosmetik lokal
yang memiliki
kualitas yang
baik.

5

- Produk kosmetik
lokal *Dear Me
Beauty* adalah
produk yang saat
ini banyak

6



diminati oleh
kaum hawa.

Sumber : Habibi (2014)

Pengukuran data yang peneliti gunakan adalah skala likert. Menurut Sugiyono,(2009) skala likert digunakan untuk mengukur intensitas pendapat masyarakat. Dalam penelitian ini responden dapat mengisi dengan cara memilih salah satu dari lima jawaban alternatif yang telah disediakan dalam butir pertanyaan dan diberi nilai satu (1) sampai lima (5) sesuai dengan tingkat jawaban. Pengukuran data menggunakan skala likert adalah sebagai berikut:

Tabel 3. 4 Skala Penilaian Gaya Hidup

No.	Alternatif Jawaban	Item positif	Item Negative
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

Sumber : Sugiyono (2017)

d. Validasi Instrumen Gaya Hidup

Rangkaian pembuatan instrumen keputusan pembelian dimulai dengan menyusun instrumen penelitian yang berbentuk kuesioner dengan menggunakan model pengukuran skala *likert*

yang mengacu pada tabel 3.4. pada tabel 3.4 terdapat instrumen untuk mengukur variabel keputusan pembelian.

Selanjutnya, untuk mengukur indikator variabel keputusan pembelian pada tabel 3.3 maka peneliti mengkonsultasikan konsep instrumen ini kepada dosen yang berkaitan dengan validitas konstruk untuk mengetahui seberapa tepat butir-butir instrumen yang sudah tercantum pada tabel 3.3. Jika rancangan instrumen telah disetujui, langkah selanjutnya adalah instrumen tersebut diuji cobakan kepada 30 mahasiswa di Jabodetabek yang sesuai dengan karakteristik populasi di luar sampel.

Proses validasi ini dilakukan dengan menganalisis data dan hasil saat menguji instrumen, elemen validasi menggunakan koefisien korelasi antara skor item dan total skor instrumen. Rumus yang dapat digunakan menurut Riduwan, (2011) adalah sebagai berikut:

$$\frac{\sum x_i x_t}{\sqrt{\sum x_i^2 \sum x_t^2}}$$

Keterangan:

$r_{i t}$ = koefisien skor butir dengan skor total instrumen

x_i = Deviasi Skor butir dari X_i

x_t = Deviasi skor dari X_t

Kriteria batas minimum pertanyaan yang diterima ialah $r_{tabel} = 0,361$ jika $r_{hitung} > r_{tabel}$ maka butir pernyataan dapat dikatakan vali. Namun jika $r_{hitung} < r_{tabel}$ maka butir pernyataan dapat dikatakan tidak valid. Hal tersebut mengakibatkan butir pertanyaan tersebut tidak dapat digunakan atau harus di-drop.

Rumus *Alpha Cronbach* dapat digunakan untuk menghitung reabilitas terhadap butir-butir kuestioner yang telah dibuat. Rumus tersebut sebagai berikut:

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

Keterangan:

r_{ii} = Reabilitas Intrumen

k = Banyak butir pernyataan valid

$\sum s_i^2$ = Jumlah Varian skor butir

st^2 = Varian skor total

Varian butir itu dapat diperoleh dengan menggunakan rumus sebagai berikut:

$$S_i^2 = \frac{\sum x_i^2 - \frac{(\sum x_i)^2}{n}}{n}$$

Keterangan:

s_i^2 = Simpangan Baku

n = Jumlah Populasi

$\sum xi^2$ = Jumlah kuadrat data X

$\sum xi$ = Jumlah data

Promosi (X2)

a. Definisi konseptual

Promosi adalah suatu kegiatan yang dilakukan oleh pemasar yang bertujuan untuk mengenalkan produk ke konsumen sehingga dapat digunakan untuk menentukan produk yang akan dibeli.

b. Definisi operasional

Terdapat empat (4) indikator yang dapat mengukur variabel promosi, yaitu:

1. Periklanan, mengenai informasi tentang produk.
2. Promosi penjualan, mengenai pengenalan produk.
3. Hubungan masyarakat, mengenai masyarakat ikut memasarkan tentang produk.
4. Pemasaran langsung, mengenai penjualan secara langsung di retail.

c. Kisi-kisi instrumen promosi

Pada bagian ini peneliti menyajikan kisi-kisi instrumen yang digunakan untuk mengukur variabel keputusan pembelian yang diujicobakan dan juga digunakan sebagai kisi-kisi instrumen untuk mengukur variabel keputusan pembelian. Kisi-kisi dalam penelitian ini dibuat dengan tujuan untuk memberikan informasi mengenai butir-butir yang dimasukkan setelah uji validasi dan uji reliabilitas. Kisi-kisi instrumen disajikan sebagai berikut:

Tabel 3. 5 Kisi-kisi Instrumen Promosi

Indikator	Adaptasi	Butir
Periklanan	- Produk kosmetik <i>Dear Me Beauty</i> membuat iklan di berbagai sosial media untuk memberikan informasi tentang produk.	1
Promosi Penjualan	- Promosi yang dilakukan oleh <i>Dear Me Beauty</i> sudah sesuai dengan apa yang diharapkan.	2

	<ul style="list-style-type: none"> - Promosi yang dilakukan oleh <i>Dear Me Beauty</i> sangat informatif, aktual, dan jelas. 	3
Hubungan Masyarakat	<ul style="list-style-type: none"> - Saya mendapat informasi mengenai produk kosmetik <i>Dear Me Beauty</i> melalui informasi dari mulut ke mulut - Saya membeli produk kosmetik <i>Dear Me Beauty</i> berdasarkan rekomendasi dari orang sekitar. 	4
Pemasaran Langsung	<ul style="list-style-type: none"> - <i>Dear Me Beauty</i> sering 	5
		6

	melakukan promosi.	
--	-----------------------	--

Sumber: Dewi & Prabowo, (2018)

Pengukuran data yang peneliti gunakan adalah skala likert. Menurut Sugiyono,(2009) skala likert digunakan untuk mengukur intensitas pendapat masyarakat. Dalam penelitian ini responden dapat mengisi dengan cara memilih salah satu dari lima jawaban alternatif yang telah disediakan dalam butir pertanyaan dan diberi nilai satu (1) sampai lima (5) sesuai dengan tingkat jawaban. Pengukuran data menggunakan skala likert adalah sebagai berikut:

Tabel 3. 6 Skala Penilaian Keputusan Pembelian

No.	Alternatif Jawaban	Item positif	Item Negative
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

Sumber : Sugiyono (2017)

d. Validasi Instrumen Promosi

Rangkaian pembuatan instrumen keputusan pembelian dimulai dengan menyusun instrumen penelitian yang berbentuk kuesioner dengan menggunakan model pengukuran skala *likert*

yang mengacu pada tabel 3.2. pada tabel 3.2 terdapat instrumen untuk mengukur variabel keputusan pembelian.

Selanjutnya, untuk mengukur indikator variabel keputusan pembelian pada tabel 3.1 maka peneliti mengkonsultasikan konsep instrumen ini kepada dosen yang berkaitan dengan validitas konstruk untuk mengetahui seberapa tepat butir-butir instrumen yang sudah tercantum pada tabel 3.1. Jika rancangan instrumen telah disetujui, langkah selanjutnya adalah instrumen tersebut diuji cobakan kepada 30 mahasiswa di Jabodetabek yang sesuai dengan karakteristik populasi di luar sampel.

Proses validasi ini dilakukan dengan menganalisis data dan hasil saat menguji instrumen, elemen validasi menggunakan koefisien korelasi antara skor item dan total skor instrumen. Rumus yang dapat digunakan menurut Riduwan, (2011) adalah sebagai berikut:

$$\frac{\sum x_{it}x_t}{\sqrt{\sum x_i^2 \sum x_t^2}}$$

Keterangan:

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

x_i = Deviasi Skor butir dari X_i

x_t = Deviasi skor dari X_t

Kriteria batas minimum pertanyaan yang diterima ialah $r_{tabel} = 0,361$ jika $r_{hitung} > r_{tabel}$ maka butir pernyataan

dapat dikatakan vali. Namun jika $r_{hitung} < r_{tabel}$ maka butir pernyataan dapat dikatakan tidak valid. Hal tersebut mengakibatkan butir pertanyaan tersebut tidak dapat digunakan atau harus di-drop.

Rumus *Alpha Cronbach* dapat digunakan untuk menghitung reabilitas terhadap butir-butir kuestioner yang telah dibuat. Rumus tersebut sebagai berikut:

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

Keterangan:

r_{ii} = Reabilitas Intrumen

k = Banyak butir pernyataan valid

$\sum s_i^2$ = Jumlah Varian skor butir

st^2 = Varian skor total

Varian butir itu dapat diperoleh dengan menggunakan rumus sebagai berikut:

$$s_i^2 = \frac{\sum x_i^2 - \frac{(\sum x_i)^2}{n}}{n}$$

Keterangan:

s_i^2 = Simpangan Baku

n = Jumlah Populasi

$\sum xi^2$ = Jumlah kuadrat data X

$\sum xi$ = Jumlah data

E. Teknik Analisis Data

Dalam teknik analisis data terdapat beberapa langkah, yaitu:

1. Uji Persyaratan Analisis

a. Uji Normalitas

Uji normalitas adalah uji untuk mengetahui apakah data yang kita miliki berdistribusi normal atau tidak sehingga dapat dipakai dalam statistik parametrik. Peneliti dapat menggunakan *kolmogrov-smirnov* untuk dapat mengetahui model yang digunakan memiliki distribusi normal atau tidak (Widhiarso, 2017).

Hipotesis statistik:

1. Jika Signifikansi $\geq 0,05$ maka data berdistribusi normal sehingga H_0 diterima dan artinya data tidak linear.
2. Jika Signifikansi $\leq 0,05$ maka data tidak berdistribusi normal sehingga H_0 ditolak dan artinya data linear.

Sedangkan kriteria pengambilan keputusan dengan menganalisis grafik (probabilitas normal), yaitu:

1. Model regresi dapat memenuhi asumsi normalitas jika data tersebut didistribusikan di sekitar garis diagonal dan mengikuti arah diagonal.

\hat{Y} = variabel terikat.

X = variabel bebas pertama.

A = konstanta (nilai Y apabila X = 0).

B = koefisien regresi variabel bebas.

3. Uji Signifikansi Parsial (Uji t)

Menurut Eriyanto, (2011) menyatakan bahwa sebuah uji statistik t pada dasarnya menunjukkan seberapa kuat pengaruh variabel independen (X) bila dijelaskan secara individual dalam menjelaskan variasi variabel dependen (Y).

Hipotesis nol (H_0) yang akan diuji adalah apakah parameter (bi) pada model bernilai nol yang berarti semua variabel penjelas bukan merupakan yang signifikan terhadap variabel dependen.

H_0 : $b_1 = b_2 = 0$ (tidak ada pengaruh yang signifikan dari variabel independen (X) terhadap variabel dependen (Y)).

H_a : $b_1 \neq b_2 = 0$ (terdapat pengaruh yang signifikan dari variabel independen (X) terhadap pengaruh dependen (Y)).

Kriteria yang digunakan menurut (Kuncoro, 2009) yang digunakan sebagai berikut :

- 1) H_0 ditolak dan H_a diterima jika $F_{hitung} > F_{tabel}$ atau nilai $F_{sig} < 0,05$, maka hipotesis variabel independen (X) diterima .
- 2) H_0 diterima dan H_a ditolak jika $F_{hitung} > F_{tabel}$ atau nilai $F_{sig} > 0,05$, maka hipotesis variabel independen (X) ditolak.

Menurut karl *pearson* dalam artikel yang dijelaskan dengan Ridwan dan Sunarto, (2007) korelasi *pearson* digunakan untuk mengukur kekuatan hubungan linier antara variabel independen (X) dan variabel dependen (Y). Analisis korelasi *pearson* ini digunakan dengan menggunakan IBM SPSS *Statistic*.

Dasar pengambilan keputusan korelasi *pearson* adalah sebagai berikut:

- 1) Jika nilai signifikansi $< 0,05$, maka hal tersebut menunjukkan korelasi.
- 2) Jika nilai signifikansi $> 0,05$, maka hal tersebut menunjukkan tidak korelasi.

Untuk menafsirkan hasil penelitian korelasi adalah sebagai berikut (S. Sugiyono, 2010) :

tabel 3. 7 Koefisiensi Korelasi dan Tingkat Hubungan

Koefisiensi Korelasi	Tingkat Hubungan
0,00 – 0,25	Sangat rendah
0,26 – 0,50	Cukup
0,51 – 0,75	Kuat
0,76 – 0,99	Sangat kuat
1.00	Sempurna

Sumber : Sugiyono, (2010)

Koefisien Determinasi

Koefisien determinasi (R^2) merupakan ukuran yang menjelaskan besarnya kontribusi variabel penjelas terhadap variabel respon. Oleh karena itu, koefisien determinasi menunjukkan perubahan Y yang dijelaskan oleh pengaruh linier X. Koefisien determinasi digunakan untuk menentukan sejauh mana semua variabel penjelas (X) mampu menjelaskan varians dari variabel dependen (Y) (Sugiarto, 2006).

