

## **BAB III**

### **METODOLOGI PENELITIAN**

#### **A. Tujuan Penelitian**

Berdasarkan masalah-masalah yang telah peneliti rumuskan, maka tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui hubungan antara penanganan keluhan dengan loyalitas pelanggan Herbalife pada Nutrition Club Sehat Ceria Bintara Bekasi Barat, berdasarkan data atau fakta yang tepat (sahih, benar, valid), serta dapat dipercaya (reliable).

#### **B. Waktu dan Tempat Penelitian**

##### 1. Tempat penelitian

Penelitian ini dilaksanakan di *Nutrition Club* Sehat Ceria, yang beralamat di Jl. Bintara Jaya, Bekasi Barat. *Nutrition Club* ini dipilih dan dijadikan objek penelitian karena peneliti ingin meneliti, melihat penanganan keluhan yang kurang efektif pada pelanggan nutrition club tersebut.

##### 2. Waktu penelitian

Penelitian akan dilaksanakan pada bulan Februari hingga Juni 2012. Waktu tersebut dipilih peneliti karena merupakan waktu yang paling tepat dalam memfokuskan diri melaksanakan penelitian. Peneliti memiliki waktu luang karena perkuliahan yang telah selesai, sehingga peneliti dapat memfokuskan diri kepada penelitian.

### C. Metode Penelitian

Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode survei. Metode survei merupakan suatu penelitian kuantitatif dengan menggunakan pertanyaan terstruktur/sistematis yang sama kepada banyak orang, untuk kemudian seluruh jawaban yang diperoleh peneliti dicatat, diolah dan dianalisis<sup>41</sup>. Metode ini dilakukan dengan pendekatan korelasional, yaitu menilai dua kejadian yang berhubungan dan apabila ingin mengukur kuat tidaknya hubungan tersebut, maka kejadian tersebut dinyatakan dalam nilai variabel X yang mempengaruhi variabel Y sehingga apabila dua kejadian tersebut berkorelasi maka kejadian yang satu dapat mempengaruhi baik langsung maupun tidak langsung terhadap kejadian lainnya<sup>42</sup>. Adapun yang menjadi variabel bebas adalah penanganan keluhan sedangkan loyalitas pelanggan merupakan variabel terikatnya.

Metode ini dipilih karena sesuai dengan tujuan penelitian yang ingin dicapai, yaitu untuk melihat apakah terdapat hubungan antara variabel bebas (penanganan keluhan) dengan variabel terikat (loyalitas pelanggan).

### D. Populasi dan Teknik Pengambilan Sampel

Populasi dalam penelitian ini adalah konsumen yang mengkonsumsi Herbalife pada *Nutrition Club* Sehat Ceria dalam sebulan selama satu tahun terakhir secara rutin dan pernah merasakan penanganan keluhan, dengan jumlah 73 orang. Sedangkan populasi terjangkaunya terdiri dari 50 pelanggan yang

---

<sup>41</sup>Bambang Prasetyo dan Lina Miftahul, *Metode Penelitian Kuantitatif*, (Jakarta : PT Raja Grafindo Persada, 2011), p. 143

<sup>42</sup>Supranto, *Metode Ramalan Kuantitatif Untuk Perencanaan Ekonomi Dan Bisnis*, (Jakarta : PT. Rineka Cipta, 2000), p. 49

mengonsumsi produk program turun berat badan, yang dari segi persentasi keluhan terbanyak. Penentuan populasi penelitian ini, lebih jelasnya dapat dilihat pada tabel berikut:

**Tabel III.I**  
**Teknik pengambilan Sampel**

No.	Program	Jumlah Pelanggan yang pernah merasakan penanganan keluhan
1.	Naik Berat Badan	18
2.	Turun Berat Badan	50
3.	Menjaga Berat Badan Ideal	5
	Jumlah	73

Dari jumlah populasi terjangkau tersebut, kemudian diambil sampel sebanyak 44 orang didasarkan pada tabel dari Isaac and Michael<sup>43</sup>, dengan *sampling error* 5%. Sampel adalah sebagian atau wakil dari populasi yang diteliti. Menurut Sugiyono, sampel adalah “sebagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi tersebut”<sup>44</sup>.

Teknik pengambilan sampel yang digunakan dalam penelitian ini adalah teknik acak sederhana (*simple random sampling*). Menurut Sugiyono “dikatakan *simple* karena pengambilan sampel anggota populasi dilakukan secara acak tanpa memperhatikan strata yang ada dalam populasi itu”<sup>45</sup>. Teknik ini digunakan

---

<sup>43</sup>Sugiyono, *Metode Penelitian Pendidikan*, (Bandung : Alfabeta. 2006), p. 128

<sup>44</sup>*Ibid.*, p. 56

<sup>45</sup>*Ibid.*, p. 58

dengan pertimbangan bahwa setiap anggota populasi memiliki kesempatan yang sama untuk dipilih sebagai sampel.

## **E. Instrument Penelitian**

### **1. Loyalitas Pelanggan**

#### **a. Definisi Konseptual**

Loyalitas pelanggan merupakan suatu ikatan emosional yang terjalin antara pelanggan dengan perusahaan yang ditunjukkan dalam bentuk perilaku pembelian dan kesediaan untuk melakukan pembelian berulang.

#### **b. Definisi Operasional**

Indikator loyalitas pelanggan yaitu ikatan emosional (bersedia terus menjadi pelanggan perusahaan, dan bersedia membela perusahaan) dan perilaku pembelian (tidak membeli produk pesaing, menceritakan hal-hal positif tentang perusahaan, dan melakukan rekomendasi). Bentuk instrumen kuesioner dengan model skala *likert*.

#### **c. Kisi-kisi Instrumen Loyalitas Pelanggan**

Kisi-kisi instrumen loyalitas pelanggan yang disajikan pada bagian ini merupakan kisi-kisi instrumen yang digunakan untuk mengukur variabel loyalitas pelanggan yang di uji cobakan dan juga sebagai kisi-kisi instrumen final yang digunakan untuk mengukur variabel loyalitas pelanggan. Dan kisi-kisi ini disajikan dengan maksud untuk memberikan informasi mengenai butir-butir yang drop setelah uji coba dan uji reliabilitas. Kisi-kisi instrumen loyalitas pelanggan dapat dilihat pada tabel III.2.

**Tabel III.2**  
**Kisi-Kisi Variabel Y**  
**( Loyalitas Pelanggan )**

Indikator	Sub Indikator	Uji Coba		Drop	Valid	Final	
		Positif (+)	Negatif (-)			Positif (+)	Negatif (-)
Ikatan Emosional	Bersedia terus menjadi pelanggan perusahaan	1, 6, 11	15		1, 6, 11, 15	7, 8	4, 11
	Bersedia membela perusahaan	2, 7, 12			2, 7, 12	2, 14	13
Perilaku Pembelian	Tidak membeli produk pesaing	3, 8			3, 8	3, 9	
	Menceritakan hal-hal positif tentang perusahaan	4, 9	13	13	4, 9	5, 10	
	Melakukan rekomendasi	5, 10	14		5, 10, 14	6, 12	1

Untuk mengisi skala *likert* dalam instrumen penelitian telah disediakan alternatif jawaban dari setiap butir pernyataan dan responden dapat memilih satu jawaban dari setiap item jawaban bernilai 1 (satu) sampai dengan 5 (lima) sesuai dengan tingkat jawabannya. Untuk lebih jelasnya dapat dilihat dari tabel III.3.

Tabel III.3

## Skala Penilaian Untuk Instrumen Variabel Loyalitas Pelanggan

No.	Kategori Jawaban	Bobot Skor	
		Pernyataan Positif	Pernyataan Negatif
1.	SS : Sangat Setuju	5	1
2.	S : Setuju	4	2
3.	RR : Ragu-Ragu	3	3
4.	TS : Tidak Setuju	2	4
5.	STS : Sangat Tidak Setuju	1	5

## d. Validasi Instrumen Loyalitas Pelanggan

Proses penyusunan instrumen loyalitas pelanggan dimulai dengan penyusunan instrumen berbentuk kuesioner skala *likert* sebanyak 15 butir pertanyaan yang mengacu kepada indikator-indikator variabel loyalitas pelanggan.

Tahap berikutnya, konsep instrumen dikonsultasikan kepada dosen pembimbing berkaitan dengan validitas konstruk yaitu seberapa jauh butir-butir instrumen tersebut telah mengukur indikator dari variabel loyalitas pelanggan. Setelah disetujui instrumen diujicobakan, dimana uji coba responden pada penelitian ini adalah pelanggan Herbalife pada *Home Club* Gemilang sebanyak 30 orang yang tidak terpilih dari sampel dan sesuai dengan karakteristik populasi.

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

skor butir dengan skor total instrumen. Dengan rumus yang digunakan adalah sebagai berikut<sup>46</sup>:

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

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 di *drop*. Dari hasil uji coba tersebut terdapat 1 butir pernyataan yang di *drop* karena tidak valid atau belum memenuhi kriteria  $r_{tabel} = 0,361$  yaitu butir pernyataan nomor 13. Sehingga butir pernyataan final yang digunakan untuk mengukur variabel loyalitas pelanggan menjadi 14 butir pernyataan.

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

---

<sup>46</sup>Djaali dan Pudji Mulyono, *Pengukuran dalam bidang Pendidikan*, (Jakarta : Grasindo. 2008), p. 86

Uji reliabilitas dengan rumus *Alpha Cronbach*<sup>47</sup>:

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

Keterangan :

$r_{ii}$  = Reliabilitas instrumen

$k$  = Banyak butir pernyataan (yang valid)

$\sum S_i^2$  = Jumlah varians dari skor butir

$S_t^2$  = Jumlah varians dari skor total

Dari hasil perhitungan diperoleh hasil  $\sum si^2 = 3,652$ ,  $st^2 = 11,579$  , dan  $r_{ii}$  sebesar 0,738 (proses perhitungan terdapat pada lampiran 9). Hal ini menunjukkan bahwa “Koefisien reliabilitasnya termasuk dalam kategori tinggi”. Dengan demikian dapat dikatakan bahwa instrumen yang berjumlah 14 butir pernyataan inilah yang akan digunakan sebagai instrumen final untuk mengukur loyalitas pelanggan.

## 2. Penanganan Keluhan

### a. Definisi Konseptual

Penanganan keluhan merupakan upaya untuk menindaklanjuti keluhan pelanggan yang dilakukan oleh perusahaan.

### b. Definisi Operasional

Indikator penanganan keluhan yaitu respon (mengakui kesalahan, permohonan maaf, dan kecepatan dalam menangani keluhan), pemberian

---

<sup>47</sup>Riduwan, *Metode & Teknik Menyusun Tesis*, (Bandung : Alfabeta. 2004), p. 124

informasi (menjelaskan prosedur, memberikan pemecahan masalah atau solusi, dan menginformasikan kemajuan penanganan keluhan), dan pemberian tindakan (memberikan keadilan atau kewajaran, dan membuat kesepakatan untuk menyelesaikan keluhan). Bentuk instrumen kuesioner dengan model skala *likert*.

**c. Kisi-kisi Instrumen Penanganan Keluhan**

Kisi-kisi instrumen penanganan keluhan yang disajikan pada bagian ini merupakan kisi-kisi instrumen yang digunakan untuk mengukur variabel penanganan keluhan yang di uji cobakan dan juga sebagai kisi-kisi instrumen final yang digunakan untuk mengukur variabel penanganan keluhan. Dan kisi-kisi ini disajikan dengan maksud untuk memberikan informasi mengenai butir-butir yang drop setelah uji coba dan uji reliabilitas. Kisi-kisi instrumen penanganan keluhan dapat dilihat pada tabel III.4.

**Tabel III. 4**

**Kisi-Kisi Variabel X  
(Penanganan Keluhan)**

Indikator	Sub Indikator	Uji Coba		Drop	Valid	Final	
		Positif (+)	Positif (+)			Positif (+)	Negatif (-)
Respon	Mengakui kesalahan	1, 9			1, 9	3	1
	Permohonan maaf	2, 10		10	2	15	
	Kecepatan dalam menangani keluhan	3	11		3,11	9	14

Pemberian Informasi	Menjelaskan prosedur	4, 12			4,12	2, 4	
	Memberikan pemecahan masalah atau solusi	5, 13			5, 13	5, 11	
	Menginformasikan kemajuan	6, 14	17	17	6,14	6, 13	
Pemberian Tindakan	Memberikan Keadilan atau kewajaran	7, 15	18		7,5,18	10, 12	7
	Membuat kesepakatan untuk menyelesaikan keluhan	8	16	16	8	8	

Tabel III.5

#### Skala Penilaian Untuk Instrumen Variabel Penanganan Keluhan

No.	Kategori Jawaban	Bobot Skor	
		Pernyataan Positif	Pernyataan Negatif
1.	SS : Sangat Setuju	5	1
2.	S : Setuju	4	2
3.	RR : Ragu-Ragu	3	3
4.	TS : Tidak Setuju	2	4
5.	STS : Sangat Tidak Setuju	1	5

#### d. Validasi Instrumen Penanganan Keluhan

Proses pengembangan instrumen penanganan keluhan dimulai dengan penyusunan instrument berbentuk skala *likert* sebanyak 18 butir pernyataan yang mengacu kepada indikator-indikator variabel penanganan keluhan.

Tahap berikutnya, konsep instrumen dikonsultasikan kepada Dosen Pembimbing berkaitan dengan validitas konstruk yaitu seberapa jauh butir-

butir instrumen tersebut telah mengukur indikator dari variabel penanganan keluhan. Setelah disetujui instrumen diujicobakan, dimana uji coba responden pada penelitian ini adalah pelanggan Herbalife pada *Home Club* Gemilang sebanyak 30 orang yang tidak terpilih dari sampel dan sesuai dengan karakteristik populasi.

Proses validasi dilakukan dengan menganalisis data hasil uji coba instrumen yaitu validitas butir dengan menggunakan koefisien korelasi antar skor butir dengan skor total instrumen. Rumus yang digunakan adalah sebagai berikut<sup>48</sup>:

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

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 di *drop*. Dari hasil uji coba tersebut terdapat 3 butir pernyataan yang di *drop* karena tidak valid atau belum

---

<sup>48</sup>Djaali dan Pudji Mulyono, *loc.cit.*, p. 86

memenuhi kriteria  $r_{\text{tabel}} = 0,361$  yaitu butir pernyataan nomor 10, 16, dan 17. Sehingga butir pernyataan final yang digunakan untuk mengukur variabel penanganan keluhan menjadi 15 butir pernyataan.

Selanjutnya dihitung reliabilitasnya terhadap 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*<sup>49</sup>:

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

Keterangan :

$r_{ii}$  = Reliabilitas instrumen

$k$  = Banyak butir pernyataan (yang valid)

$\sum S_i^2$  = Jumlah varians dari skor soal

$S_t^2$  = Jumlah varians dari skor soal

Dari hasil perhitungan diperoleh hasil  $\sum s_i^2 = 3,773$ ,  $st^2 = 14,933$ , dan  $r_{ii}$  sebesar 0,801 (proses perhitungan terdapat pada lampiran 14). Hal ini menunjukkan bahwa “Koefisien reliabilitas termasuk dalam kategori sangat tinggi”. Dengan demikian dapat dikatakan bahwa instrumen yang berjumlah 15 butir pernyataan inilah yang akan digunakan sebagai instrumen final untuk mengukur penanganan keluhan.

---

<sup>49</sup>Riduwan, *loc.cit.*, p. 124

Tahap selanjutnya, yaitu nilai sikap responden terhadap indikator diperoleh dengan cara berikut : nilai sikap yang diberikan responden (Ns) dijumlahkan, kemudian dibagi dengan jumlah variabel yang membentuk indikator sebagai berikut<sup>50</sup>:

$$\text{Nilai Indikator} = \frac{\sum Ns}{a}$$

Dimana :

Nilai Indikator = nilai sikap responden terhadap indikator

a = Variabel yang membentuk suatu indikator

Kriteria Penilaian :

$1,00 \leq \text{Nilai Indikator} \leq 2,50$ , artinya pelanggan mempunyai sikap negative terhadap indikator yang bersangkutan.

$2,51 \leq \text{Nilai Indikator} \leq 3,50$ , artinya pelanggan mempunyai sikap netral terhadap indikator yang bersangkutan

$3,51 \leq \text{Nilai Indikator} \leq 5,00$ , artinya pelanggan mempunyai sikap positif terhadap indikator yang bersangkutan.

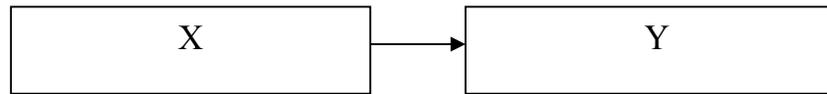
## **F. Konstelasi Hubungan Antar Variabel**

Sesuai dengan hipotesis yang diajukan bahwa terdapat hubungan positif antara variabel X (Penanganan Keluhan) dengan variabel Y (Loyalitas

---

<sup>50</sup>Freddy Rangkuti, Measuring Customer Satisfaction Teknik Mengukur dan Strategi Meningkatkan Kepuasan Pelanggan Plus Analisis Kasus PLN – JP, (Jakarta : PT Gramedia Pustaka Utama, 2008), p.95

Pelanggan), maka konstelasi hubungan antara variabel X dan Variabel Y dapat digambarkan sebagai berikut:



Keterangan :

X : Variabel Bebas (Penanganan Keluhan)

Y : Variabel Terikat (Loyalitas Pelanggan)

→ : Arah Hubungan

## G. Teknik Analisis Data

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

### 1. Mencari Persamaan Regresi

Untuk mencari persamaan regresi digunakan rumus<sup>51</sup>:

$$\hat{Y} = a + bX$$

Keterangan:

$\hat{Y}$  : variabel terikat

X : variabel bebas

a : nilai intercept (konstan)

b : koefisien arah regresi

---

<sup>51</sup>Sudjana, *Metoda Statistik*, (Bandung: Tarsito, 2002), p. 315

Dimana koefisien a dan b dapat dicari dengan rumus sebagai berikut<sup>52</sup>:

$$b = \frac{\sum xy}{\sum x^2}$$

$$a = \bar{Y} - b\bar{X}$$

## 2. Uji Persyaratan Analisis

### a. Uji Normalitas Galat Taksiran Regresi Y atas X

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

Hipotesis:

$H_0$  : Galat taksiran regresi Y atas X berdistribusi normal

$H_1$  : Galat taksiran regresi Y atas X tidak berdistribusi normal

Kriteria pengujian:

Terima  $H_0$  jika  $L_{hitung} < L_{tabel}$  berarti galat taksiran regresi Y atas X berdistribusi normal.

Tolak  $H_0$  jika  $L_{hitung} > L_{tabel}$  berarti galat taksiran regresi Y atas X tidak berdistribusi normal.

---

<sup>52</sup>*Ibid.*

### b. Uji Linearitas Regresi

Digunakan untuk mengetahui apakah persamaan regresi yang diperoleh berbentuk linear atau tidak linear.

Hipotesis statistik :

$$H_0 : Y = \alpha + \beta X$$

$$H_1 : Y \neq \alpha + \beta X$$

Kriteria Pengujian :

Tolak  $H_0$  Jika  $F_{hitung} > F_{tabel}$ , maka regresi non linear

Terima  $H_0$  jika  $F_{hitung} < F_{tabel}$ , maka regresi linear

Persamaan regresi dinyatakan linear jika menerima  $H_0$ .

## 3. Uji Hipotesis

### a. Uji Keberartian Regresi

Digunakan untuk mengetahui apakah persamaan yang diperoleh berarti atau tidak berarti dengan criteria  $F_{hitung} > F_{tabel}$ .

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 regresi di atas digunakan tabel ANAVA pada tabel III.6<sup>53</sup>.

**Tabel III.6**  
**ANALISIS VARIANS (ANAVA)**  
**UNTUK UJI KEBERARTIAN DAN LINEARITAS REGRESI**

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

Keterangan : \*) Persamaan regresi berarti karena  $F_{hitung} > F_{tabel}$

ns) Persamaan regresi linier karena  $F_{hitung} < F_{tabel}$

<sup>53</sup>Ibid.

### b. Perhitungan Koefisien Korelasi

Perhitungan produk koefisien korelasi ( $r_{xy}$ ) menggunakan rumus *Product Moment* dari Pearson sebagai berikut<sup>54</sup>:

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

Keterangan:

$r_{xy}$  : tingkat keterkaitan hubungan

x : skor dalam sebaran X

y : skor dalam sebaran Y

### c. Uji Keberartian Koefisien Korelasi (Uji-t)

Untuk mengetahui signifikansi koefisien korelasi digunakan uji t dengan rumus<sup>55</sup> :

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

Keterangan :

t hitung = skor signifikansi koefisien korelasi

r = koefisien korelasi product moment

n = banyaknya data

---

<sup>54</sup>Suharsimi Arikunto, *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktek*, (Jakarta: Rineka Cipta, 2002), p. 162

<sup>55</sup>Sudjana, *op. cit.*, p. 377

Hipotesis statistik :

$$H_0 : \rho \leq 0$$

$$H_1 : \rho > 0$$

Kriteria pengujian :

Regresi dinyatakan positif signifikan jika  $F_{Hitung} > F_{Tabel}$ . Penelitian ini dilakukan pada taraf signifikan ( $\alpha$ ) = 0,05 dengan derajat kebebasan (dk) =  $n - 2$ . Sehingga dapat disimpulkan antara variabel X dan Y terdapat hubungan yang positif.

#### d. 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<sup>56</sup>:

$$KD = r_{xy}^2$$

Dimana : KD = Koefisien Determinasi  
 $r_{xy}$  = Koefisien korelasi *Product Moment*

---

<sup>56</sup>Djali dan Pudji Muljono, *op.cit.*, p. 38