

## **BAB III**

### **METODOLOGI PENELITIAN**

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

Berdasarkan masalah yang telah dirumuskan, maka tujuan dari penelitian ini adalah untuk mendapatkan informasi dan pengetahuan yang tepat berdasarkan fakta atau data yang sah (*valid*), benar dan dapat dipercaya (*reliable*) mengenai adanya hubungan antara citra merek dengan keputusan pembelian kartu GSM Indosat IM3 pada mahasiswa S1 Program Studi Pendidikan Tata Niaga Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Jakarta.

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

##### **1. Tempat Penelitian**

Penelitian ini dilakukan di Program Studi Pendidikan Tata Niaga Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Jakarta. Tempat ini dipilih dengan alasan peneliti kuliah di kampus tersebut, dan berdasarkan survey awal yang dilakukan peneliti, bahwa di kampus ini terdapat populasi mahasiswa yang menggunakan kartu GSM Indosat IM3 dan mengeluhkan citra merek IM3 yang menurun dari waktu ke waktu.

##### **2. Waktu Penelitian**

Penelitian ini dilakukan selama 6 bulan, terhitung dari bulan Januari 2012 sampai bulan Juni 2012. Waktu ini dipilih dan dianggap

sebagai waktu yang tepat untuk melaksanakan penelitian, dikarenakan jadwal perkuliahan yang sudah tidak terlalu padat, sehingga akan mempermudah peneliti dalam melakukan penelitian dan peneliti dapat mencurahkan perhatian pada pelaksanaan penelitian.

### **C. Metode Penelitian**

Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode survey dengan pendekatan korelasional. Metode ini dipilih karena sesuai dengan tujuan dari penelitian yaitu untuk mengetahui hubungan antara variabel bebas (citra merek) dengan variabel terikat (keputusan pembelian). Seperti apa yang disampaikan oleh Kerlinger, bahwa:

Metode survey merupakan metode 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 antara variabel sosiologis maupun psikologis<sup>43</sup>.

Sedangkan pendekatan korelasional adalah “Untuk menemukan ada tidaknya hubungan dan apabila ada, berapa eratnya hubungan serta berarti atau tidaknya hubungan itu<sup>44</sup>”.

### **D. Teknik Pengambilan Sampel**

Populasi menurut Sugiyono:

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

---

<sup>43</sup> Sugiyono, *op.cit.*, p. 7

<sup>44</sup> Suharsimi Arikunto, *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktek* ( Jakarta : Rineka Cipta, 2002), p. 239

ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya<sup>45</sup>.

Populasi dalam penelitian ini adalah seluruh mahasiswa S1 Program Studi Pendidikan Tata Niaga Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Jakarta. Sedangkan, populasi terjangkaunya adalah mahasiswa S1 Program Studi Tata Niaga angkatan 2010, Universitas Negeri Jakarta. Hal ini didasarkan pada *survey* awal, bahwa mahasiswa S1 Program Studi Tata Niaga angkatan 2010, yang paling banyak memakai kartu GSM Indosat IM3 sebanyak 35 orang.

“Sampel adalah bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi tersebut”<sup>46</sup>. Sampel diambil sebanyak 32 orang berdasarkan tabel penentuan jumlah sampel dari populasi tertentu dengan taraf kesalahan 5%.

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. Teknik ini digunakan dengan harapan dapat terwakilinya data dari populasi tersebut.

---

<sup>45</sup> Sugiyono, *Op.Cit.*, p.117

<sup>46</sup> *Ibid*, p.118

## **E. Instrumen Penelitian**

Penelitian ini meneliti dua variabel, yaitu citra merek 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:

### **1. Keputusan Pembelian**

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

Keputusan pembelian adalah suatu rangkaian atau tahapan yang dilakukan atau digunakan oleh pembeli ketika membeli suatu barang atau jasa.

#### **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, koran 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 disebarkan ke responden berdasarkan pengukuran model 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 Keputusan Pembelian**

Indikator	Sub Indikator	Nomor Item Uji Coba		Drop	Valid	Nomor Item Final	
		(+)	(-)			(+)	(-)
Pengenalan Masalah	1. Stimuli Internal	1, 5	3, 9		1, 3, 5, 9	1, 5	3, 7
	2. Stimuli Eksternal	2, 4, 7	6, 8, 10	7,8	2, 4, 6, 7, 8, 10	2, 4	6, 8
Pencarian Informasi	1. Iklan di Televisi	11, 15, 21	17, 19, 24		11, 15, 17, 19, 21, 24	9, 13, 18	14, 16, 21
	2. Keluarga	13, 18	16, 20	16	13, 18, 20	11, 15	17
	3. Teman	12, 22	14, 23		12, 14, 22, 23	10, 19	12, 20
Evaluasi Alternatif	1. Sikap	25, 27, 29	26, 28, 30	25, 33	25, 26, 27, 28, 29, 30	23, 25	22, 24, 26
Keputusan Pembelian	1. Keyakinan	31, 32, 35	33, 34, 36	35	31, 32, 33, 34, 35, 36	27, 28	29, 30

Untuk mengisi setiap butir pernyataan dalam instrumen penelitian, telah disediakan alternatif jawaban dari setiap butir pernyataan dan responden dapat memilih salah satu jawaban yang paling sesuai dari lima jawaban alternatif yang telah disediakan.

Setiap jawaban bernilai 1 sampai 5 sesuai dengan tingkat jawabannya. Untuk lebih jelasnya dapat dilihat pada tabel III.2

**Tabel III. 2**  
**Skala Penilaian Instrumen 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 36 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

mahasiswa S1 Program Studi Tata Niaga 2009 Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Jakarta.

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:

$$r_{it} = \frac{\sum xi.xt}{\sqrt{\sum xi^2 \sum xt^2}} \quad 47$$

Dimana :

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

$x_i$  = deviasi skor butir dari  $X_i$

$x_t$  = deviasi skor dari  $X_t$

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.

Berdasarkan perhitungan dari 36 pernyataan tersebut, setelah di validasi terdapat 6 butir yang drop, sehingga pernyataan yang valid dapat digunakan sebanyak 30 butir pernyataan.

Selanjutnya dihitung realibilitasnya terhadap butir-butir pernyataan yang telah dianggap valid dengan menggunakan rumus

---

<sup>47</sup> Pudji Muljano, *op.cit.*, p. 8

*Alpha Cronbach* yang sebelumnya dihitung terlebih dahulu varian butir dan varian total.

Uji reliabilitas dengan rumus *Alpha Cronbach* yaitu :

$$r_{ii} = \frac{k}{k-1} \left[ 1 - \frac{\sum si^2}{st^2} \right]^{48}$$

Dimana :  $r_{ii}$  = Reliabilitas instrumen  
 $K$  = Banyak butir pernyataan ( yang valid)  
 $\sum si^2$  = Jumlah varians skor butir  
 $st^2$  = Varian skor total

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

$$Si^2 = \frac{\sum Xi^2 - \frac{(\sum Xi)^2}{n}}{n}$$

Dari hasil perhitungan diperoleh hasil  $Si = 0,67$ ,  $St^2 = 105,07$ , dan  $r_{ii}$  sebesar 0,900 (proses perhitungan terdapat pada lampiran 8). Hal ini menunjukkan bahwa koefisien reliabilitas termasuk dalam kategori sangat tinggi. Dengan demikian dapat dikatakan bahwa instrumen yang berjumlah 30 butir pernyataan inilah yang akan digunakan sebagai instrumen final untuk mengukur keputusan pembelian.

---

<sup>48</sup> *Ibid.*, p.11



## 2. Citra Merek (*Brand Image*)

### a. Definisi Konseptual

Citra merek (*brand image*) adalah serangkaian penanaman kesan yang baik atas sebuah merek atau barang tertentu, yang dapat dilakukan dengan menyampaikan pesan kepada konsumen melalui berbagai program pemasaran yang dapat dilakukan oleh perusahaan. Sehingga mampu untuk mencapai sasaran dan tujuan perusahaan.

### b. Definisi Operasional

Citra merek dapat diukur dengan 3 indikator. Indikator pertama adalah atribut (sub indikator: harga, warna, pemakai). Indikator kedua adalah manfaat (sub indikator: fungsional, simbolis, pengalaman). Indikator ketiga adalah evaluasi sikap konsumen (sub indikator: keinginan dan kepercayaan).

### c. Kisi-kisi Instrumen Citra Merek

Kisi-kisi instrumen citra merek yang disajikan pada bagian ini merupakan kisi-kisi instrumen yang digunakan untuk mengukur variabel citra merek yang diujicobakan dan juga sebagai kisi-kisi instrumen final yang digunakan untuk mengukur variabel citra merek. Dan kisi-kisi ini disajikan dengan maksud untuk memberikan informasi mengenai butir-butir yang dimasukkan setelah uji coba dan reliabilitas. Kisi-kisi instrumen citra merek dapat dilihat pada tabel III.3.

**Tabel III.3**  
**Kisi-kisi Instrumen Citra Merek**

Indikator	Sub Indikator	Nomor Item Uji Coba		Drop	Valid	Nomor Item Final	
		(+)	(-)			(+)	(-)
Atribut	1. Harga	1, 2, 9, 12	4, 6, 8, 10	4	1, 2, 6, 8, 9, 10, 12	1, 2, 8, 11	5, 7, 9
	2. Warna	3, 5	7, 11		3, 5, 7, 11	3,4	6, 10
Keuntungan	1. Fungsional	13, 15, 18	22, 24, 26	15	13, 18, 22, 24, 26	12, 15	18, 20, 21
	2. Simbolis	16, 20	14, 21	20	14, 16, 21	14	13, 17
	2. Pengalaman	23, 25, 27	17, 19, 28	17, 25	19, 23, 27, 28	19, 22	16, 23
Evaluasi Sikap Konsumen	1. Keinginan	29, 30, 36	31, 33, 34		29, 30, 31, 33, 34, 36	24, 25, 30	26, 28, 29
	2. Kepercayaan	32, 38	35, 37	35	32, 37, 38	27, 32	31

Untuk mengisi setiap butir pernyataan dalam instrumen penelitian, telah disediakan alternatif jawaban dari setiap butir pernyataan dan responden dapat memilih salah satu jawaban yang paling sesuai dari lima jawaban alternatif yang telah disediakan.

Setiap jawaban bernilai 1 sampai 5 sesuai dengan tingkat jawabannya. Untuk lebih jelasnya dapat dilihat pada tabel III.4

**Tabel III. 4**  
**Skala Penilaian Istrumen Citra Merek**

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 Citra Merek**

Proses pengembangan instrumen citra merek dimulai dengan menyusun instrumen berbentuk skala likert sebanyak 38 butir pernyataan yang mengacu pada indikator-indikator variabel citra merek seperti terlihat pada tabel III.3 yang disebut sebagai konsep instrumen untuk mengukur variabel citra merek.

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 citra merek sebagaimana telah tercantum pada tabel III.1. Setelah disetujui, langkah selanjutnya adalah instrumen tersebut diujicobakan kepada mahasiswa S1 Program Studi Tata Niaga 2009 Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Jakarta.

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

$$r_{it} = \frac{\sum xi.xt}{\sqrt{\sum xi^2 \sum xt^2}} \quad 49$$

Dimana :

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

$x_i$  = deviasi skor butir dari  $X_i$

$x_t$  = deviasi skor dari  $X_t$

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*.

Berdasarkan perhitungan dari 38 pernyataan tersebut, setelah di validasi terdapat 6 butir yang drop, sehingga pernyataan yang valid dapat digunakan sebanyak 32 butir pernyataan.

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

---

<sup>49</sup> Pudji Muljano, *op.cit.*, p. 8

Uji reliabilitas dengan rumus *Alpha Cronbach* yaitu :

$$r_{ii} = \frac{k}{k-1} \left[ 1 - \frac{\sum si^2}{st^2} \right] \quad 50$$

Dimana :  
 $r_{ii}$  = Reliabilitas instrumen  
 $k$  = Banyak butir pernyataan ( yang valid)  
 $\sum si^2$  = Jumlah varians skor butir  
 $st^2$  = Varian skor total

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

$$Si^2 = \frac{\sum Xi^2 - \frac{(\sum Xi)^2}{n}}{n} \quad 51$$

Dari hasil perhitungan diperoleh hasil  $Si = 0,20$ ,  $St^2 = 289,63$  dan  $r_{ii}$  sebesar 0,948 (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 32 butir pernyataan inilah yang akan digunakan sebagai instrumen final untuk mengukur citra merek.

## F. Konstelasi Hubungan Antar Variabel

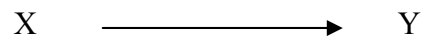
Sesuai dengan hipotesis yang diajukan bahwa terdapat hubungan positif antara variabel X (citra merek) dengan variabel Y (keputusan

---

<sup>50</sup> *Ibid.*, p.11

<sup>51</sup> Burhan Nurgiyanto, *op.cit.*

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



Keterangan :

X : Citra Merek  
 Y : Keputusan Pembelian  
 $\longrightarrow$  : Arah Hubungan

## G. Teknik Analisis Data

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

### 1. Mencari Persamaan Regresi

Dengan rumus sebagai berikut:

$$\hat{Y} = a + b X \quad ^{52}$$

Di mana koefisien a dan b dapat dicari dengan rumus:

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

Keterangan :

a : bilangan konstanta  
 b : koefisien regresi

### 2. Uji Persyaratan Analisis

#### a. Menguji Normalitas Galat Taksiran Regresi Y atas X ( $Y - \hat{Y}$ )

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

---

<sup>52</sup> Sugiyono, *op. cit.*, p. 204

- Hipotesis Statistik:

$H_0$  : Galat Taksiran Regresi Y atas X berdistribusi normal

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

#### b. Uji Linieritas Regresi

Uji linieritas ini digunakan untuk mengetahui apakah persamaan regresi tersebut mempunyai bentuk linier atau non linier.

- Hipotesis Statistik:

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

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

- Kriteria Pengujian:

Terima  $H_0$  jika  $F_{hitung} < F_{tabel}$  dan ditolak jika  $F_{hitung} > F_{tabel}$ , maka regresi dinyatakan linier jika  $H_0$  diterima

Langkah perhitungan keberartian dan linearitas regresi dapat dilihat pada tabel Anava berikut ini:<sup>53</sup>

**Tabel III. 5**  
**TABEL ANAVA**

Sumber Varians	Derajat Bebas (db)	Jumlah Kuadrat (JK)	Rata-Rata Jumlah Kuadrat	F hitung (Fo)	Ket
Total	N	$\sum Y^2$			

<sup>53</sup> Pudji Muljono, *op.cit.*, p. 36

Regresi (a)	1	$\frac{(\sum Y)^2}{n}$			
Regresi (b/a)	1	$b \cdot \sum xy$	$\frac{JK(b/a)}{db(b/a)}$	*) $\frac{RJK(b/a)}{RJK(s)}$	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 berbentuk linier
Galat (G)	n - k	$\sum Y^2 - \frac{(\sum Y)^2}{nk}$	$\frac{JK(G)}{db(G)}$		

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

### 3. Uji Hipotesis

#### a. Uji Keberartian Regresi

Uji keberartian regresi digunakan untuk mengetahui apakah persamaan regresi yang diperoleh berarti atau tidak .

- Hipotesis Statistik:

$$H_0 : \beta = 0$$

$$H_i : \beta \neq 0$$

- Kriteria Pengujian:

- $H_0$  ditolak jika  $F_{hitung} > F_{tabel}$ , maka regresi dinyatakan berarti (siginifikan).
- $H_0$  diterima jika  $F_{hitung} < F_{tabel}$ , maka regresi tidak berarti, maka regresi dinyatakan berarti jika berhasil menolak  $H_0$  .



### b. Perhitungan Koefisien Korelasi

Perhitungan koefisien korelasi ( $r_{xy}$ ) ini dilakukan untuk mengetahui seberapa jauh hubungan antara variabel X dan variabel Y. Menghitung  $r_{xy}$  menggunakan rumus Product Moment dari Pearson sebagai berikut:

$$r_{xy} = \frac{\sum xy}{\sqrt{(\sum x^2) - (\sum y^2)}} \quad 54$$

Dimana :

$$\sum xy = \sum XY - \frac{(\sum X)(\sum Y)}{n}$$

$$\sum x = \sum X^2 - \frac{(\sum X)^2}{n}$$

$$\sum y = \sum Y^2 - \frac{(\sum Y)^2}{n}$$

Keterangan :

$r_{xy}$  : Koefisien korelasi antara variabel x dan variabel y  
 x : skor dalam sebaran X  
 y : skor dalam sebaran Y  
 n : jumlah responden

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

Uji ini untuk mengetahui signifikan koefisien korelasi menggunakan uji t dengan rumus:

$$t_{hitung} = \frac{r\sqrt{n-2}}{\sqrt{1-r^2}} \quad 55$$

Keterangan :

---

<sup>54</sup> Sugiyono, *Statistika untuk Penelitian* ( Bandung: Alfabeta, 2007), p.228

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

$t_{hitung}$  = Skor signifikansi koefisien korelasi  
 $r$  = Koefisien korelasi *Product Moment*  
 $n$  = Banyaknya sampel atau data

- Hipotesis Statistik

$$H_0 : \rho = 0$$

$$H_i : \rho \neq 0$$

- Kriteria Pengujian:

- Tolak  $H_0$  jika  $t_{hitung} > t_{tabel}$ , maka koefisien korelasi berarti (signifikan)
- Terima  $H_0$  jika  $t_{hitung} < t_{tabel}$ , maka koefisien korelasi tidak berarti (tidak signifikan)

Dilakukan pada taraf signifikansi (  $\alpha = 0,05$  ) dengan derajat kebebasan (dk) = n-2.

#### d. Perhitungan Koefisien Determinasi

Untuk mengetahui berapa variasi Y ditentukan oleh variasi X, maka dilakukan perhitungan determinasi.

Rumus Koefisien Determinasi adalah sebagai berikut :

$$KD = r_{xy}^2 \quad ^{56}$$

Keterangan :

KD = Koefisien determinasi

$r_{xy}$  = Koefisien korelasi product moment

---

<sup>56</sup> Widodo, *Cerdik Menyusun Proposal Penelitian*, ( Jakarta: Magna Script, 2004), p. 65