

BAB III

METODE PENELITIAN

A. Tujuan Penelitian

Berdasarkan masalah-masalah yang telah peneliti rumuskan, maka tujuan penelitian ini adalah untuk mendapatkan pengetahuan yang tepat dan dapat dipercaya tentang hubungan antara nilai pelanggan dengan loyalitas pelanggan kartu GSM Indosat IM3 pada Mahasiswa Program Studi Pendidikan Tata Niaga Universitas Negeri Jakarta.

B. Tempat dan Waktu Penelitian

1. Tempat Penelitian

Penelitian dilaksanakan di Program Studi Pendidikan Tata Niaga Fakultas Ekonomi Universitas Negeri. Tempat ini dipilih karena peneliti menjalankan kuliah di kampus tersebut, dan banyak mahasiswa yang menggunakan kartu Indosat IM3.

2. Waktu Penelitian

Penelitian ini dilakukan selama enam bulan, yaitu dari bulan Januari sampai dengan bulan Juni 2012. Hal ini didasarkan pada pertimbangan bahwa selama waktu tersebut merupakan waktu yang efektif untuk melaksanakan penelitian, karena peneliti tidak lagi disibukkan oleh jadwal perkuliahan.

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 (loyalitas pelanggan).

“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 Pengambilan Sampel

Populasi menurut Sugiyono:

Populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri atas: obyek atau subyek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya³⁹.

Populasi yang diambil dalam penelitian ini adalah seluruh mahasiswa Program Studi Pendidikan Tata Niaga, Universitas Negeri Jakarta yang menggunakan kartu Indosat IM3. Sedangkan populasi terjangkaunya

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

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

³⁹Sugiyono, *Op.Cit.*, hal.117

adalah Mahasiswa Pendidikan Tata Niaga angkatan 2010 Universitas Negeri Jakarta. Hal ini dikarenakan berdasarkan survey awal Mahasiswa Pendidikan Tata Niaga angkatan 2010 yang paling banyak menggunakan kartu Indosat IM3 dan mereka loyal menggunakan kartu Indosat IM3 yaitu sebanyak 35 orang, sesuai dengan karakteristik populasi.

“Sampel adalah bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi tersebut”⁴⁰. Sample yang diambil sebanyak 32 orang berdasarkan tabel penentuan jumlah sampel dari populasi tertentu dengan taraf kesalahan 5%.

Teknik pengambilan sampel yang digunakan adalah dengan menggunakan teknik acak sederhana (*Simple Random Sampling Technique*). Teknik ini dipilih dengan pertimbangan bahwa seluruh populasi terjangkau memiliki kesempatan dan peluang yang sama untuk dipilih dan dijadikan sampel.

E. Instrumen Penelitian

Penelitian ini meneliti dua variabel nilai pelanggan (variabel X) dan loyalitas pelanggan (variabel Y). Adapun instrumen untuk mengukur kedua variabel tersebut akan dijelaskan sebagai berikut:

⁴⁰*Ibid*, hal.118

1. Loyalitas Pelanggan

a. Definisi Konseptual

Loyalitas pelanggan merupakan pembelian yang dilakukan secara terus-menerus atau berkelanjutan dan mempunyai antusiasme untuk memperkenalkannya kepada siapapun yang mereka kenal.

b. Definisi Operasional

Loyalitas pelanggan dapat diukur dengan Indikator pembelian berulang, memiliki sub indikator seringnya membeli produk dibanding produk lain dan mengkonsumsi atau menggunakan produk secara berulang-ulang, mereferensikan produk memiliki sub indikator merekomendasikan produk dan mendahulukan produk dibanding produk lain, indikator ikatan emosional memiliki indikator bangga terhadap produk, memiliki kedekatan atau kecintaan terhadap produk, mempercayai perusahaan.

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

c. Kisi-kisi Instrumen Loyalitas Pelanggan

Kisi-kisi instrumen yang disajikan pada bagian ini merupakan kisi-kisi instrument yang digunakan untuk mengukur variabel loyalitas pelanggan yang diujicobakan dan juga sebagai kisi-kisi instrument final yang digunakan untuk mengukur variabel loyalitas pelanggan.

Dan kisi-kisi ini disajikan dengan maksud untuk memberikan informasi mengenai butir-butir yang dimasukkan setelah uji coba dan uji reliabilitas. Kisi-kisi instrument dapat dilihat pada table III.1

Tabel III.1
Kisi-kisi Instrumen Loyalitas Pelanggan

Indikator	Sub Indikator	Uji Coba		Drop	Valid	Final	
		(+)	(-)				
Pembelian berulang	1. Membeli produk dibanding produk lain	1, 21, 10	26		1, 21, 10, 26	1, 20, 10	25
	2. Mengonsumsi atau menggunakan produk secara berulang	16,2, 19	17	17	6,2,19	16, 2, 18	
Mereferensikan produk	1. Merekomendasikan produk	31,4, 20,11	26, 32		31,4,20, 11,26,32	29, 4, 19,11	26, 30
	2. Mendahulukan produk	3,5, 18	14, 22		3,5,18, 14,22	3, 5, 17	14, 21
Ikatan Emosional	1. Bangga terhadap produk	12,13, 8,	27		12, 13, 8, 27	12, 13, 8	27
	2. Memiliki kecintaan terhadap produk	15, 6, 28, 9	23, 24		15,6, 28, 9, 23, 24	15, 6, 28, 9	22, 23
	3. Mempercayai perusahaan	7, 33, 29	25	29	7, 33, 25	7, 31	24

Untuk mengisi setiap butir pertanyaan dalam instrumen penelitian dengan Model Skala Likert, responden dapat memilih salah satu jawaban dari 5 alternatif yang telah disediakan. Dan lima alternatif jawaban tersebut diberi nilai 1 (satu) sampai 5 (lima) sesuai dengan tingkat jawaban. Alternatif jawaban yang digunakan sebagai berikut :

Tabel III.2
Skala Penilaian Instrumen Loyalitas 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 Loyalitas Pelanggan

Proses pengembangan instrumen loyalitas pelanggan dimulai dengan penyusunan instrumen berbentuk skala Likert sebanyak 33 pernyataan yang mengacu kepada indikator-indikator variabel loyalitas pelanggan seperti yang terlihat pada tabel III.1

Tahap berikutnya, konsep instrument dikonsultasikan kepada dosen pembimbing berkaitan dengan validitas konstruk yaitu seberapa jauh butir-butir instrumen tersebut telah mengukur indikator dari variabel loyalitas pelanggan (variabel Y) sebagaimana telah tercantum pada tabel III.1. Setelah disetujui selanjutnya instrumen diujicobakan kepada Mahasiswa Pendidikan Tata Niaga 2009 Universitas Negeri Jakarta sebanyak 30 orang yang sesuai dengan karakteristik populasi yaitu menggunakan kartu Indosat IM3 dan loyal.

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:

$$r_{it} = \frac{\sum x_i x_t}{\sqrt{(\sum x_i^2)(\sum x_t^2)}} \quad 41$$

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.

Berdasarkan perhitungan tersebut dari nomor pernyataan setelah di validitaskan terdapat 2 butir yang drop, sehingga pernyataan yang valid dapat digunakan sebanyak 31 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.

⁴¹ Suharsimi Arikunto. 2002. *Dasar-dasar evaluasi pendidikan*. Jakarta: Bumi Aksara, hal.109

Uji reliabilitas dengan rumus *Alpha Cronbach*:

$$r_{ii} = \frac{k}{k-1} \left[1 - \frac{\sum S_i^2}{S_t^2} \right] \quad 42$$

Keterangan :

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

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

$$S_i^2 = \frac{\sum xi^2 - \frac{(\sum xi)^2}{n}}{n} \quad 43$$

Dari hasil perhitungan diperoleh hasil reliabilitas sebesar 0,937 (perhitungan terlampir). Dengan demikian instrumen yang berjumlah 31 butir pernyataan akan digunakan sebagai instrumen final untuk mengukur variabel loyalitas pelanggan.

2. Nilai Pelanggan

a. Definisi Konseptual

Nilai pelanggan adalah pandangan pelanggan mengenai perbandingan antara manfaat yang di dapat dalam menggunakan suatu

⁴² Burhan Nurgiyanto, Gunawan dan Marzuki, *Statistik Terapan Untuk Penelitian Ilmu-Ilmu Sosial* (Yogyakarta : Gajah Mada University Pers, 2004), hal. 350

⁴³ Ibid, hal. 350

produk dengan pengorbanan yang dikeluarkan untuk memperoleh produk tersebut.

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, keramahan, 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, serta memberikan gambaran seberapa jauh instrumen final masih mencerminkan indikator nilai pelanggan. Kisi-kisi instrumen dapat dilihat pada table III.3

Tabel III.3
Kisi-kisi Instrumen Nilai Pelanggan

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

Untuk mengisi setiap butir pertanyaan dalam instrumen penelitian, responden dapat memilih salah satu jawaban dari 5 alternatif yang telah disediakan. Dan lima alternatif jawaban tersebut diberi nilai 1 (satu) sampai 5 (lima) sesuai dengan tingkat jawaban. Alternatif jawaban yang digunakan sebagai berikut :

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 instrumen 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 kemudian instrumen tersebut akan diujicobakan, dimana uji coba responden pada penelitian ini adalah mahasiswa Pendidikan Tata Niaga 2009 Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Jakarta sebanyak 30 orang yang sesuai dengan karakteristik populasi yaitu menggunakan kartu Indosat IM3 dan loyal.

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:

$$r_{it} = \frac{\sum X_i X_t}{\sqrt{(\sum X_i^2)(\sum X_t^2)}} \quad 44$$

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.

Berdasarkan perhitungan tersebut dari nomor pernyataan setelah di validitaskan terdapat 7 butir yang drop, sehingga pernyataan yang valid dapat digunakan sebanyak 29 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.

⁴⁴ Suharsimi Arikunto. 2002. *Dasar-dasar evaluasi pendidikan*. Jakarta: Bumi Aksara. hal.109

Uji reliabilitas dengan rumus *Alpha Cronbach*:

$$r_{ii} = \frac{k}{k-1} \left[1 - \frac{\sum S_i^2}{S_t^2} \right] \quad 45$$

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:

$$S_i^2 = \frac{\sum xi^2 - \frac{(\sum xi)^2}{n}}{n} \quad 46$$

Dari hasil perhitungan diperoleh hasil reliabilitas sebesar 0,914 (perhitungan terlampir). Dengan demikian instrumen yang berjumlah 29 butir pernyataan akan digunakan sebagai instrumen final untuk mengukur nilai pelanggan.

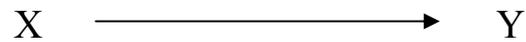
F. Konstelasi Hubungan Antar Variabel

Sesuai dengan hipotesis yang diajukan bahwa terdapat hubungan positif antara variabel X (nilai pelanggan) dan Variabel Y (loyalitas

⁴⁵ Burhan Nurgiyanto, *OpCit*, hal 350

⁴⁶ Ibid, hal 350

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



Keterangan :

X : Variabel Bebas yaitu Nilai Pelanggan

Y : Variabel Terikat yaitu Loyalitas Pelanggan

→ : 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:

$$\hat{Y} = a + bX \quad 47$$

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

$$b = \frac{\sum xy}{\sum x^2} \quad 48$$

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

Dimana:

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

⁴⁷ Sudjana, *Metoda Statistik* (Bandung :PT Tarsito, 2001), hal. 312

⁴⁸ *Ibid*, hal. 315

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

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

Keterangan:

\hat{Y} = Persamaan regresi

a = Konstanta

b = Koefisien arah regresi

2. Uji Persyaratan Analisis

a. Uji Normalitas

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 : $Y = \alpha + \beta X$ (regresi linier)

H_1 : $Y \neq \alpha + \beta X$ (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:⁴⁹

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*

⁴⁹ *Ibid*, hal. 332

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} *Product Moment* dan Karl Pearson, dengan rumus sebagai berikut:

$$r_{xy} = \frac{\sum xy}{\sqrt{\sum x^2 \sum y^2}} \quad 52$$

Dimana:

r_{xy} = Tingkat keterkaitan hubungan

$\sum x$ = Jumlah skor dalam sebaran X

$\sum y$ = Jumlah skor dalam sebaran Y

c. Uji Keberartian Koefisien Korelasi (Uji-t)

Untuk mengetahui keberartian pengaruh antara kedua variabel digunakan uji-t, dengan rumus sebagai berikut:⁵¹

$$t_{hitung} = \frac{r_{xy}\sqrt{n-2}}{\sqrt{(1-r^2)}} \quad 51$$

Dimana:

T_{hitung} = Skor signifikan koefisien korelasi

r_{xy} = Koefisien korelasi product moment

n = Banyaknya sampel/data

⁵⁰ Sugiyono, *Op.cit*, hal.212

⁵¹ *Ibid*, hal. 216

Hipotesis statistik:

$H_0 : \rho \leq 0$

$H_1 : \rho > 0$

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 persentase besarnya variasi variabel Y ditentukan oleh variabel X dengan menggunakan rumus koefisien determinasi sebagai berikut:

$$KD = r_{xy}^2 \text{ }^{52}$$

Dimana :

KD = Koefisien determinasi

r_{xy} = Koefisien korelasi *product moment*

BAB IV

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

⁵² M.Pabundu Tika, *Metodologi Riset Bisnis*, (Jakarta: Bumi Aksara, 2006), hal.99