

## **BAB III**

### **METODOLOGI PENELITIAN**

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

Berdasarkan masalah-masalah yang telah peneliti rumuskan, maka tujuan penelitian ini adalah untuk mendapatkan pengetahuan yang tepat (sahih, benar, valid) dan dapat dipercaya (dapat diandalkan, *reliable*) tentang hubungan antara tanggung jawab sosial perusahaan (*corporate social responsibility*) dengan citra perusahaan (*corporate image*) Carrefour pada warga RW 001, Kelurahan Penggilingan, Kecamatan Cakung, Jakarta Timur.

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

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

Penelitian dilaksanakan di RW 001, Kelurahan Penggilingan, Kecamatan Cakung, Jakarta Timur. Alasan peneliti melakukan penelitian di RW 001 dikarenakan berdasarkan survei awal cukup banyak yang berbelanja di Carrefour tiap bulannya dan terdapat masalah mengenai tanggung jawab sosial perusahaan Carrefour dan faktor keterjangkauan, yaitu karena peneliti bertempat tinggal di lokasi tersebut yang berdekatan dengan Carrefour, sehingga memudahkan proses pengambilan data untuk penelitian. Selain itu, kesediaan ketua RW 001 untuk membantu peneliti dalam proses pengumpulan data, sehingga memudahkan proses pengambilan data untuk penelitian ini.

## 2. Waktu Penelitian

Penelitian ini dilakukan selama empat bulan, yaitu dari bulan Maret sampai dengan bulan Juni 2013. Waktu ini dipilih dan dianggap sebagai waktu yang tepat untuk melaksanakan penelitian, dikarenakan jadwal perkuliahan tidak terlalu padat. Sehingga akan mempermudah peneliti dalam melakukan penelitian dan peneliti dapat mencurahkan perhatian pada pelaksanaan penelitian.

### C. Metode Penelitian

Metode penelitian merupakan “Cara ilmiah yang digunakan untuk mendapatkan data dengan tujuan tertentu”<sup>54</sup>. Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah survei dengan pendekatan korelasional. Metode ini dipilih karena sesuai dengan tujuan dari penelitian, yaitu untuk mengetahui hubungan antara variabel bebas (Tanggung Jawab Sosial Perusahaan/*Corporate Social Responsibility*) dengan variabel terikat (Citra Perusahaan/*Corporate Image*).

Metode survey adalah “Metode yang digunakan untuk mendapatkan data dari tempat tertentu yang alamiah (bukan buatan), peneliti melakukan pengumpulan data, misalnya dengan mengedarkan kuesioner, test dan wawancara terstruktur”<sup>55</sup>.

Korelasi berarti “Hubungan timbal balik”<sup>56</sup>. Adapun alasan menggunakan pendekatan korelasional adalah untuk menemukan ada tidaknya hubungan dan apabila ada, berapa erat hubungan, serta berarti atau tidaknya hubungan tersebut.

---

<sup>54</sup> Sugiyono. *Metode Penelitian Pendidikan* (Bandung: Alfabeta, 2010), h.3.

<sup>55</sup> *Ibid*, h. 12.

<sup>56</sup> Sutrisno. *Metodologi Research* (Yogyakarta: Andi.2004). h.299.

Dengan pendekatan korelasional dapat dilihat hubungan antara dua variabel yaitu variabel bebas. (Tanggung Jawab Sosial Perusahaan) yang diberi simbol X sebagai variabel yang mempengaruhi dengan variabel terikat (Citra Perusahaan) diberi simbol Y sebagai variabel yang dipengaruhi.

#### **D. Populasi dan Teknik Pengambilan Sampel**

“Populasi adalah Wilayah generalisasi yang terdiri atas; obyek atau subyek yang mempunyai kuantitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya”<sup>57</sup>.

Populasi yang diambil dalam penelitian ini adalah warga RW 001, Kelurahan Penggilingan, Kecamatan Cakung, Jakarta Timur yang berbelanja di Carrefour dan mengenal produk Tanggung Jawab Sosial (*Corporate Social Responsibility / CSR*) Carrefour. Sedangkan, populasi terjangkaunya adalah warga RT 001 yang sangat mengenal produk CSR tersebut dengan jumlah 55 orang. Populasi terjangkau tersebut dipilih dengan alasan setelah melakukan survei awal, warga RT 001 lebih banyak berbelanja dan mengenal produk CSR dari Carrefour.

“Sampel adalah bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi tersebut”<sup>58</sup>. Sampel yang diambil sebanyak 48 orang berdasarkan tabel penentuan jumlah sampel dari *Issac and Michael* dengan taraf kesalahan (*sampling error*) 5%.

Teknik pengambilan sampel yang digunakan adalah dengan menggunakan teknik acak sederhana (*Simple Random Sampling Technique*). Teknik ini dipilih

---

<sup>57</sup> Sugiyono, *Metode Penelitian Pendidikan, op.cit.*, h. 117.

<sup>58</sup> *Ibid.*, h. 118.

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 yaitu Tanggung Jawab Sosial Perusahaan (variabel X) dan Citra Perusahaan (variabel Y). Adapun instrumen untuk mengukur kedua variabel tersebut akan dijelaskan sebagai berikut:

### **1. Citra Perusahaan**

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

Citra perusahaan adalah sebuah kesan terhadap perusahaan yang didapat berdasarkan identitas perusahaan dan pengalaman yang diterima melalui informasi, baik berupa fakta-fakta, maupun kenyataan yang terjadi di masyarakat.

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

Citra perusahaan dapat diukur dengan indikator yaitu; identitas perusahaan dengan sub indikator profil perusahaan. Kemudian, indikator pengalaman dengan sub indikator, yaitu pengalaman terhadap produk dan pengalaman terhadap layanan.

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

### c. Kisi-kisi Instrumen Citra perusahaan

Kisi-kisi instrumen yang disajikan pada bagian ini merupakan kisi-kisi instrumen yang digunakan untuk mengukur variabel citra perusahaan yang diujicobakan dan juga sebagai kisi-kisi instrumen final yang digunakan untuk mengukur variabel citra perusahaan. Dan kisi-kisi ini disajikan dengan maksud untuk memberikan informasi mengenai butir-butir yang dimasukkan setelah uji validitas dan uji reliabilitas. Kisi-kisi instrumen dapat dilihat pada Tabel III.1

**Tabel III.1**  
**Kisi-kisi Instrumen Citra Perusahaan**

Indikator	Sub Indikator	Butir Uji Coba		Drop	No. Butir Valid		No. Butir Final	
		(+)	(-)		(+)	(-)	(+)	(-)
Identitas Perusahaan	1. Profil Perusahaan	1, 5, 11, 13, 15	22, 23, 25, 28, 31	11, 15, 31	1, 5, 13	22, 23, 25, 28	1,5,11	18, 19, 21, 24
Pengalaman	1. Pengalaman terhadap produk	2, 6, 8,	18, 27, 29		2, 6, 8	18, 27, 29	2, 6, 8	15, 23, 25
	2. Pengalaman terhadap layanan	3, 4, 7, 9, 10, 12, 14, 17	16, 19, 20, 21, 24, 26, 30, 32	12, 21	3, 4, 7, 9, 10, 14, 17	16, 19, 20, 24, 26, 30, 32	3, 4, 7, 9, 10, 12, 14	13, 16, 17, 20, 22, 26, 27

Untuk mengisi setiap butir pernyataan 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 Citra perusahaan**

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 perusahaan**

Proses pengembangan instrumen citra perusahaan dimulai dengan menyusun kuesioner Model skala likert dan mengacu pada indikator-indikator variabel citra perusahaan seperti yang terlihat pada tabel III.1

Selanjutnya, instrumen dikonsultasikan kepada dosen pembimbing berkaitan dengan variabel konstruk, yaitu seberapa jauh butir-butir instrumen penelitian telah mengukur indikator dan sub indikator dari variabel citra perusahaan. Setelah konsep disetujui, langkah berikutnya adalah instrument tersebut dilakukan uji coba kepada 30 responden. Uji coba dilakukan kepada warga RT 007 RW 001 Kelurahan Penggilingan, Kecamatan Cakung, Jakarta Timur.

Proses validasi dilakukan dengan menganalisis data hasil uji coba instrumen, yaitu uji validitas butir dengan menggunakan koefisien korelasi antar skor butir dengan skor total instrumen. Rumus yang digunakan untuk uji validitas, yaitu:

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

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  $x_t$

Kriteria batas minimum pernyataan yang diterima dengan responden sebanyak 30 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. Butir yang tidak valid tidak dapat digunakan atau harus di *drop*.

Berdasarkan perhitungan dari 32 pernyataan tersebut, setelah di validasi terdapat 5 butir yang drop, sehingga pernyataan yang valid dapat digunakan sebanyak 27 butir pernyataan.

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

Uji reliabilitas dengan rumus *Alpha Cronbach* yaitu :

$$r_{ii} = \frac{k}{k-1} \left[ 1 - \frac{\sum Si^2}{St^2} \right] \quad ^{59}$$

Dimana :

$r_{ii}$  = Reliabilitas instrumen

$k$  = Banyak butir pernyataan (yang valid)

$\sum Si^2$  = Jumlah varians skor butir

$St^2$  = Varians skor total

---

<sup>59</sup> *Ibid.*, h.89.

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

$$S_i^2 = \frac{\sum Xi^2 - \frac{(\sum Xi)^2}{n}}{n} \quad ^{60}$$

Dari hasil perhitungan diperoleh hasil  $S_i^2 = 0,30$ ,  $S_t^2 = 116,58$  dan  $r_{ii}$  sebesar 0,898 (proses perhitungan terdapat pada lampiran 13). Hal ini menunjukkan bahwa koefisien reliabilitas termasuk dalam kategori sangat tinggi. Dengan demikian dapat dikatakan bahwa instrumen yang berjumlah 27 butir pernyataan inilah yang akan digunakan sebagai instrumen final untuk mengukur citra perusahaan.

## 2. Tanggung Jawab Sosial Perusahaan

### a. Definisi Konseptual

Tanggung jawab sosial perusahaan adalah serangkaian kegiatan yang dilakukan oleh perusahaan sebagai sebuah komitmen dalam bidang hukum dan ekonomi yang berlandaskan etika, sehingga keberadaannya memberi manfaat bagi masyarakat.

### b. Definisi Operasional

Tanggung jawab sosial perusahaan dapat diukur dengan beberapa indikator yaitu; tanggung jawab ekonomi dengan sub indikator menghasilkan barang atau jasa bagi masyarakat dan menyediakan lapangan

---

<sup>60</sup> Burhan Nurgiyanto, Gunawan dan Marzuki, *Statistik Terapan Untuk Penelitian Ilmu-Ilmu Sosial* (Yogyakarta: Gajah Mada University Pers, 2004), h. 330.

pekerjaan. Kemudian, indikator tanggung jawab hukum dengan sub indikator mematuhi kewajiban sebagai pelaku bisnis sesuai undang-undang. Indikator lainnya adalah tanggung jawab etika dengan sub indikator praktik bisnis yang transparan dan jujur. Kemudian, indikator terakhir adalah tanggung jawab diskresioner dengan sub indikator kegiatan perusahaan yang bersifat filantropis (kegiatan sosial).

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

### c. Kisi-kisi Instrumen Tanggung Jawab Sosial Perusahaan

Kisi-kisi instrumen tanggung jawab sosial perusahaan yang disajikan pada bagian ini merupakan kisi-kisi instrumen yang digunakan untuk mengukur variabel tanggung jawab sosial perusahaan yang diujicobakan dan juga sebagai kisi-kisi instrumen final yang digunakan untuk mengukur variabel tanggung jawab sosial perusahaan. Dan kisi-kisi ini disajikan dengan maksud untuk memberikan informasi mengenai butir-butir yang dimasukkan setelah uji validitas dan reliabilitas. Kisi-kisi instrumen tanggung jawab sosial perusahaan dapat dilihat pada Tabel III.3

**Tabel III.3**  
**Kisi-kisi Instrumen Tanggung Jawab Sosial Perusahaan**

Indikator	Sub Indikator	Butir Uji Coba		Drop	No. Butir Valid		No. Butir Final	
		(+)	(-)		(+)	(-)	(+)	(-)
Tanggung jawab ekonomi	1. Menghasilkan barang atau jasa bagi masyarakat	1, 3, 6	20, 22, 28	1, 3	6	20, 22, 28	4	14, 16, 22

	2. Menyediakan pekerjaan	4, 7, 8, 10	18, 19, 21, 24,	7, 10	4, 8	18, 19, 21, 24	2, 5	12, 13, 15, 18
Tanggung jawab hukum	1. Mematuhi undang-undang dan peraturan	2, 5, 9, 11	30, 36, 37, 38		2, 5, 9, 11	30, 36, 37, 38	1, 3, 6, 7	23, 29, 30, 31
Tanggung jawab etika	1. Praktik bisnis yang transparan dan jujur	12, 14, 15, 16	23, 26, 32, 34	12, 16	14, 15	23, 26, 32, 34	9, 10	17, 20, 25, 27
Tanggung jawab diskresioner	1. Kegiatan perusahaan yang bersifat filantropis (kegiatan sosial)	13, 17, 33, 35	25, 27, 29, 31	29	13, 17, 33, 35	25, 27, 31	8, 11, 26, 28	19, 21, 24

Untuk mengisi setiap butir pernyataan 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 Tanggung Jawab Sosial Perusahaan**

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 Tanggung Jawab Sosial Perusahaan

Proses pengembangan instrumen tanggung jawab sosial perusahaan dimulai dengan menyusun kuesioner Model skala likert dan mengacu pada indikator-indikator variabel tanggung jawab sosial perusahaan seperti yang terlihat pada tabel III.3

Selanjutnya, instrumen dikonsultasikan kepada dosen pembimbing berkaitan dengan variabel konstruk, yaitu seberapa jauh butir-butir instrumen penelitian telah mengukur indikator dan sub indikator dari variabel tanggung jawab sosial perusahaan. Setelah konsep disetujui, langkah berikutnya adalah instrumen tersebut dilakukan uji coba kepada 30 responden. Uji coba dilakukan kepada warga RT 007 RW 001 Kelurahan Penggilingan, Kecamatan Cakung, Jakarta Timur.

Proses validasi dilakukan dengan menganalisis data hasil uji coba instrumen, yaitu uji validitas butir dengan menggunakan koefisien korelasi antar skor butir dengan skor total instrumen. Rumus yang digunakan untuk uji validitas, yaitu:

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

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  $x_t$

Kriteria batas minimum pernyataan yang diterima dengan responden sebanyak 30 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. Butir yang tidak valid tidak dapat digunakan atau harus di *drop*.

Berdasarkan perhitungan dari 38 pernyataan tersebut, setelah di validasi terdapat 7 butir yang drop, sehingga pernyataan yang valid dapat digunakan sebanyak 31 butir pernyataan.

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

Uji reliabilitas dengan rumus *Alpha Cronbach* yaitu :

$$r_{ii} = \frac{k}{k-1} \left[ 1 - \frac{\sum Si^2}{St^2} \right] \quad 61$$

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

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

$$Si^2 = \frac{\sum Xi^2 - \frac{(\sum Xi)^2}{n}}{n} \quad 62$$

Dari hasil perhitungan diperoleh hasil  $Si^2 = 0,72$ ,  $St^2 = 164,25$  dan  $r_{ii}$  sebesar 0,924 (proses perhitungan terdapat pada lampiran 12). Hal ini menunjukkan bahwa koefisien reliabilitas termasuk dalam kategori sangat

<sup>61</sup> *Ibid.*, h.89.

<sup>62</sup> Burhan Nurgiyanto, Gunawan dan Marzuki, *loc.cit.*

tinggi. Dengan demikian dapat dikatakan bahwa instrumen yang berjumlah 31 butir pernyataan inilah yang akan digunakan sebagai instrumen final untuk mengukur tanggung jawab sosial perusahaan.

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

Sesuai dengan hipotesis yang diajukan bahwa terdapat hubungan positif antara variabel X (Tanggung jawab sosial perusahaan/*Corporate Social Responsibility*) dan Variabel Y (Citra perusahaan/*Corporate Image*), maka konstelasi hubungan antara variabel X dan Variabel Y dapat digambarkan sebagai berikut:



Keterangan :

X : Variabel Bebas yaitu Tanggung Jawab Sosial Perusahaan

Y : Variabel Terikat yaitu Citra Perusahaan

—→ : 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 :**

Dengan rumus sebagai berikut :

$$\hat{Y} = a + b X \quad ^{63}$$

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

---

<sup>63</sup> Sugiyono, op.cit., h. 188.

$$b = \frac{\sum x_i y_i}{\sum x_i^2} \qquad a = \bar{Y} - b\bar{X}$$

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 :

- a = bilangan konstanta
- b = koefisien regresi
- n = jumlah responden

## 2. Uji Persyaratan Analisis Data

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

Pengujian ini dimaksudkan untuk mengetahui data yang diperoleh dan yang akan diolah memiliki distribusi normal atau tidak. Pengujian dilakukan terhadap galat taksiran regresi Y dan X dengan menggunakan Uji Liliefors pada taraf signifikan ( $\alpha$ ) = 0,05

Hipotesis statistik :

$H_0$ : Regresi Y atas X berdistribusi normal

$H_1$ : Regresi Y atas X berdistribusi tidak normal

Kriteria Pengujian :

Jika  $L_{hitung} < L_{tabel}$ , maka  $H_0$  diterima, berarti galat taksiran regresi Y atas X berdistribusi normal.

### b. Uji Linearitas Regresi

Pengujian ini dimaksudkan untuk mengetahui apakah persamaan regresi yang diperoleh berbentuk linear atau tidak linear.

Dengan hipotesis statistik :

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

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

Kriteria pengujian linearitas regresi adalah :

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

Tolak  $H_0$  jika  $F_{hitung} > F_{tabel}$ , maka regresi tidak linear

Persamaan regresi dinyatakan linear jika menerima  $H_0$

## 3. Uji Hipotesis

### a. Uji Keberartian Regresi

Pengujian ini dimaksudkan 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 keberartian regresi adalah :

Regresi dinyatakan positif signifikan jika  $F_{hitung} > F_{tabel}$

Langkah perhitungan keberartian dan linearitas regresi terlihat pada Tabel ANAVA untuk keberartian dan linearitas regresi seperti yang digambarkan pada tabel III.5 di bawah ini<sup>64</sup>:

**Tabel III.5**  
**Tabel ANAVA**  
**Tabel Analisa Varians Regresi Linier Sederhana**

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

### b. Perhitungan Koefisien Korelasi

Perhitungan koefisien korelasi ( $r_{xy}$ ) ini dilakukan untuk mengetahui seberapa jauh hubungan antara variabel X dan variabel Y.

<sup>64</sup> *Ibid.*, h. 332.

Menghitung  $r_{xy}$  menggunakan rumus Product Moment dari Pearson sebagai berikut:

$$r_{xy} = \frac{\sum xy}{\sqrt{(\sum x^2)(\sum y^2)}} \quad ^{65}$$

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

Perhitungan koefisien korelasi juga dilakukan untuk mengetahui tingkat keterikatan hubungan antara variabel X dan variabel Y

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

Untuk mengetahui signifikansi koefisien korelasi digunakan uji t dengan rumus :

$$t_{hitung} = \frac{r\sqrt{(n-2)}}{\sqrt{(1-r^2)}} \quad ^{66}$$

---

<sup>65</sup> *Ibid.*, h. 212.

<sup>66</sup> *Ibid.*, h. 214.

Keterangan :

$t_{hitung}$  = skor signifikan koefisien korelasi  
 $r$  = koefisien korelasi Product Moment  
 $n$  = banyaknya sampel/data

Hipotesis Statistik :

$H_0 : \rho \leq 0$

$H_1 : \rho > 0$

Kriteria pengujian sebagai berikut :

Tolak  $H_0$  jika  $t_{hitung} > t_{tabel}$ , maka koefisien korelasi berarti (signifikan).

Terima  $H_0$  jika  $t_{hitung} < t_{tabel}$ , maka koefisien tidak berarti (tidak signifikan). Hal 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 determinan (penentu) yaitu untuk mengetahui besarnya variasi Y yang ditentukan oleh variabel X.

Rumus koefisien determinasi adalah sebagai berikut :

$$KD = r_{xy}^2 \text{ }^{67}$$

Dimana :

KD= Koefisien Determinasi

$r_{xy}$  = Koefisien korelasi *Product Moment*

---

<sup>67</sup> Sugiyono, *Statistika untuk Penelitian* (Bandung : Alfabeta, 2007), h.231.