

BAB III

METODOLOGI PENELITIAN

A. Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah yang ada, maka tujuan penelitian ini ialah untuk mendapatkan pengetahuan yang tepat untuk memperoleh data empiris dan fakta-fakta yang tepat (sahih, benar, valid), serta dapat dipercaya dan diandalkan tentang hubungan antara fitur produk dengan keputusan pembelian *Blackberry* pada warga RW 02 di Jatibening Baru.

B. Tempat dan Waktu Penelitian

1. Tempat Penelitian

Penelitian ini dilaksanakan di RW 02, Jatibening Baru, Pondok Gede, Bekasi. Peneliti mengadakan penelitian pada warga RW 02 di Jatibening Baru karena banyak warga RW 02 yang menggunakan *Blackberry* dan mengalami masalah pada fiturnya.

2. Waktu Penelitian

Waktu penelitian dilakukan selama empat bulan, yaitu dari bulan Oktober 2013 sampai dengan Desember 2013. Waktu ini dipilih karena dianggap sebagai waktu yang efektif untuk melaksanakan penelitian, 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 tertentu⁵¹. Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode 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 variabel⁵².

Alasan peneliti menggunakan pendekatan korelasional adalah untuk menemukan ada tidaknya hubungan antara variabel bebas (fitur produk) yang diberi simbol X sebagai variabel yang mempengaruhi dengan variabel terikat (keputusan pembelian) diberi simbol Y sebagai variabel yang dipengaruhi. Apabila terdapat sebuah hubungan diantara kedua variable tersebut, maka seberapa erat hubungannya, dan apakah hubungan tersebut berarti atau tidak.

D. Populasi dan Teknik Pengambilan Sampel

“Populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri atas: objek atau subjek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya”⁵³.

Populasi dalam penelitian ini adalah seluruh warga RW 02 Jatibening Baru, Pondok Gede, Bekasi yang menggunakan *Blackberry*. Dengan populasi terjangkau adalah warga RT 05/02. Peneliti mengambil populasi terjangkau

⁵¹ Sugiyono, *Metode Penelitian Pendidikan*, (Bandung:Alfabeta.2010), Hal. 3

⁵² Sugiyono, *Metode Penelitian Administrasi*, (Bandung:Alfabeta.2002), Hal. 7

⁵³ Sugiyono, *Metode Penelitian Pendidikan, Op.cit*, p. 117

warga RT 05/02 dikarenakan berdasarkan hasil *survei* awal dengan menyebar kuesioner, bila dibandingkan dengan warga pada RT lainnya, warga RT 05/02 merupakan pengguna *Blackberry* terbanyak yang mengeluhkan masalah pada fitur produk tersebut. Selain itu, adanya kesediaan pihak yang berwenang untuk menerima peneliti melakukan penelitian. Adapun jumlah populasi terjangkau adalah sebesar 55 orang warga.

“Sampel adalah bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi tersebut”⁵⁴.

Kemudian, berdasarkan tabel penentuan sampel dari Isaac dan Michael jumlah sampel dari populasi dengan *sampling error* 5% adalah 48 orang warga.

Teknik pengambilan sampel dalam penelitian ini menggunakan teknik acak sederhana (*Simple Random Sampling*). Teknik ini digunakan dengan pertimbangan bahwa seluruh populasi yang akan peneliti teliti memiliki karakteristik yang dapat dianggap homogen. Selain itu, dengan teknik tersebut, maka seluruh populasi terjangkau yang peneliti teliti memiliki kesempatan yang sama untuk dipilih.

E. Instrumen Penelitian

Penelitian ini meneliti dua variabel yaitu fitur produk (variabel X) dan keputusan pembelian (variabel Y). Adapun instrumen untuk mengukur kedua variabel tersebut akan dijelaskan sebagai berikut:

⁵⁴ *Ibid*, p.118

1. Keputusan Pembelian (Variabel Y)

a. Definisi Konseptual

Keputusan pembelian adalah suatu rangkaian proses pengambilan keputusan yang dilakukan oleh pembeli pada saat ingin membeli suatu barang atau jasa.

b. Definisi Operasional

Dengan demikian, variabel keputusan pembelian dapat diukur dengan menggunakan empat dimensi. Dimensi pertama adalah pengenalan masalah dengan indikator yang pertama, yaitu rangsangan internal dengan sub indikator kebutuhan komunikasi dan indikator yang kedua, yaitu rangsangan eksternal dengan sub indikator *celebrity endorsement*. Dimensi kedua adalah pencarian informasi dengan indikator personal, lalu indikator komersial dengan sub indikator iklan, dan terakhir indikator pengalaman dengan sub indikator pemakaian produk sebelumnya. Dimensi ketiga adalah evaluasi alternatif dengan indikator keberagaman merek yang diminati konsumen. Dan dimensi yang keempat adalah sikap pembelian. 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 validasi dan reliabilitas. Kisi-kisi instrumen keputusan pembelian dapat dilihat pada tabel III.1.

Tabel III.1
Kisi-Kisi Instrumen Variabel Y
(Keputusan Pembelian)

Dimensi	Indikator	Sub Indikator	Butir Uji Coba		Drop	No. Butir Valid		No. Butir Final	
			(+)	(-)		(+)	(-)	(+)	(-)
Pengenalan Masalah	Rangsangan Internal	Kebutuhan komunikasi	1	14	14	1		1	
	Rangsangan Eksternal	<i>Celebrity endorsement</i>	11	5	5	11		9	
Pencarian Informasi	Personal	-	12	13		12	13	10	11
	Komersial	Iklan	4	6		4	6	4	5
	Pengalaman	Pemakaian produk sebelumnya	10	7		10	7	8	6
Evaluasi Alternatif	Keberagaman merek yang diminati konsumen	-	2	3		2	3	2	3
Sikap Pembelian		-	9	8	8	9		7	

Untuk mengisi setiap butir pernyataan dalam instrumen penelitian, responden dapat memilih salah satu jawaban dari 5 alternatif yang telah disediakan. Dan 5 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 Keputusan Pembelian

NO.	Alternatif Jawaban	Item Positif	Item 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 Keputusan Pembelian

Proses pengembangan instrumen keputusan pembelian dimulai dengan menyusun instrumen berbentuk skala likert 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 diuji cobakan kepada 30 warga RT 04/02 di Jatibening Baru, Pondok Gede, Bekasi.

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:

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

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*.

Dari hasil uji coba tersebut terdapat 3 butir pernyataan yang drop karena tidak valid atau belum memenuhi kriteria $r_{tabel} = 0,361$. Sehingga butir pernyataan final yang digunakan untuk mengukur variabel keputusan pembelian menjadi 11 butir pernyataan (perhitungan dapat di lihat di lampiran 7).

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.

⁵⁵ Djaali dan Pudji Muljono, *Pengukuran Dalam Bidang Pendidikan* (Jakarta : Grasindo,2008), p.86

Uji reliabilitas dengan rumus *Alpha Cronbach* yaitu :

$$r_{ii} = \frac{k}{k-1} \left[1 - \frac{\sum si^2}{st^2} \right]^{56}$$

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 :

$$Si^2 = \frac{\sum Xi^2 - \frac{(\sum Xi)^2}{n}}{n}^{57}$$

Dari hasil perhitungan diperoleh hasil $Si^2 = 1,293$, $St^2 = 43,11$ dan r_{ii} sebesar 0,831 (perhitungan dapat di lihat di lampiran 10). Hal ini menunjukkan bahwa “Koefisien reliabilitasnya termasuk dalam kategori tinggi”. Dengan demikian dapat dikatakan bahwa instrumen yang berjumlah 11 pernyataan inilah yang akan digunakan sebagai instrumen final untuk mengukur keputusan pembelian.

⁵⁶ *Ibid*, p.89

⁵⁷ Husaini U dan Purnomo S, *Pengantar Statistika*, (Jakarta: PT Bumi Aksara,2008), p. 292

2. Fitur Produk (Variabel X)

a. Definisi Konseptual

Fitur produk adalah karakteristik yang melengkapi produk untuk membedakan produk perusahaan terhadap produk sejenis yang menjadi pesaingnya.

b. Definisi Operasional

Dengan demikian, variabel fitur produk dapat diukur dengan menggunakan tiga indikator. Pertama, indikator keragaman. Kedua, indikator kualitas, dengan sub indikator kehandalan, daya tahan, kesesuaian, kemampuan bisa diperbaiki, keindahan tampilan, dan kualitas yang dirasakan. Dan indikator yang ketiga, yaitu kelengkapan, dengan sub indikator dapat memenuhi kebutuhan konsumen. Fitur produk menggunakan instrumen non tes, yang berbentuk angket atau kuesioner, dengan model skala likert.

c. Kisi – Kisi Instrumen Fitur Produk

Kisi-kisi instrumen fitur produk yang disajikan pada bagian ini merupakan kisi-kisi instrumen yang digunakan untuk mengukur variabel fitur produk dan juga sebagai kisi-kisi instrumen final yang digunakan untuk mengukur variabel fitur produk. Kisi-kisi ini disajikan dengan maksud untuk memberikan informasi mengenai butir-butir yang *drop* setelah uji validasi dan uji reliabilitas. Kisi-kisi instrumen fitur produk dapat dilihat pada tabel III.3

Tabel III.3
Kisi-Kisi Instrumen Variabel X
(Fitur Produk)

Indikator	Sub Indikator	Butir Uji coba		Drop	No. Butir Valid		No. Butir Final	
		(+)	(-)		(+)	(-)	(+)	(-)
Keragaman	-	6	2	2	6		5	
Kualitas	Kinerja	1	4		1	4	1	3
	Kehandalan	5	3		5	3	4	2
	Daya tahan	7	15	15	7		6	
	Kesesuaian	13	10	10	13		10	
	Kemampuan bisa diperbaiki	11	16		11	16	9	12
	Keindahan tampilan	17	14		17	14	13	11
	Kualitas yang dirasakan	9	12	12	9		8	
Kelengkapan	Dapat Memenuhi Kebutuhan Konsumen	8	18		8	18	7	14

Untuk mengisi setiap butir pernyataan dengan menggunakan model Skala Likert, telah disediakan 5 alternatif jawaban yang telah disediakan dan setiap jawaban bernilai 1 sampai 5 sesuai dengan tingkat jawabannya. Untuk lebih jelasnya dapat dilihat pada tabel III.4

Tabel III. 4
Skala Penilaian Untuk Fitur Produk

NO.	Alternatif Jawaban	Item Positif	Item 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 Fitur Produk

Proses pengembangan Instrumen fitur produk dimulai dengan penyusunan instrumen model Skala Likert yang mengacu pada model indikator-indikator variabel fitur produk terlihat pada tabel III.3.

Tahap berikutnya, konsep instrumen dikonsultasikan kepada dosen pembimbing berkaitan dengan validitas konstruk, yaitu seberapa jauh butir-butir indikator tersebut telah mengukur indikator dan sub indikator dari variabel fitur produk sebagaimana tercantum pada tabel III.3. Setelah disetujui, langkah selanjutnya adalah instrumen tersebut diuji cobakan kepada 30 warga RT 04/02 di Jatibening Baru, Pondok Gede, Bekasi.

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:

$$r_{it} = \frac{\sum xi \ x_t}{\sqrt{\sum xi^2 \ \sum x_t^2}} \quad 58$$

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

⁵⁸ Djaali dan Pudji Muljono, *loc. Cit.*

$r_{hitung} < r_{tabel}$, maka butir pernyataan dianggap tidak valid, yang kemudian butir pernyataan tersebut tidak digunakan atau harus di *drop*.

Dari hasil uji coba tersebut terdapat 4 butir pernyataan yang *drop* karena tidak valid atau belum memenuhi kriteria $r_{tabel} = 0,361$. Sehingga butir pernyataan final yang digunakan untuk mengukur variabel persepsi harga menjadi 14 butir pernyataan (perhitungan dapat di lihat pada lampiran 13).

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.

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 = Varian skor total

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

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

⁵⁹ *Ibid*, p. 89

⁶⁰ Husaini U dan Purnomo S, *loc.cit.*

Dari hasil perhitungan diperoleh hasil $S_i^2 = 0,373$, $S_t^2 = 41,00$ dan r_{ii} sebesar 0,852 (perhitungan dapat di lihat pada lampiran 16). Hal ini menunjukkan bahwa “Koefisien reliabilitas termasuk dalam kategori sangat tinggi”. Dengan demikian, dapat dikatakan bahwa instrumen yang berjumlah 14 pernyataan inilah yang akan digunakan sebagai instrumen final untuk mengukur fitur produk.

F. Konstelasi Hubungan antara Variabel

Sesuai dengan hipotesis yang diajukan bahwa terdapat hubungan positif antara variabel X (Fitur produk) dengan variabel Y (Keputusan pembelian), maka konstelasi hubungan antara variabel X dan variabel Y dapat digambarkan sebagai berikut:



Keterangan:

Variabel Bebas (**X**) : Fitur Produk

Variabel Terikat (**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

Mencari persamaan regresi dengan rumus:

$$\hat{Y} = a + bX \quad ^{61}$$

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

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

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

Dimana:

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

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

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

Keterangan:

\hat{Y} = Persamaan regresi

a = Konstanta

b = Koefisien arah regresi

2. Uji Persyaratan Analisis

a. Uji Normalitas Galat Taksiran Regresi Y atas X

Sebelum data yang diperoleh dipakai dalam perhitungan, data tersebut diuji terlebih dahulu untuk mengetahui apakah data tersebut berdistribusi normal atau tidak, yaitu dengan 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

⁶¹ Sugiyono, (Bandung:Alfabeta.2010), *Op. Cit*, p 188

Kriteria pengujian:

Jika L_o (hitung) $< L_t$ (tabel), maka H_o diterima, berarti galat taksiran regresi Y atas X berdistribusi normal.

Jika L_o (hitung) $> L_t$ (tabel), maka H_o ditolak, berarti galat taksiran regresi Y atas X tidak 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:

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

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

Kriteria pengujian:

Terima H_o jika $F_{hitung} < F_{tabel}$, maka persamaan regresi dinyatakan linier.

Tolak H_o jika $F_{hitung} > F_{tabel}$, maka persamaan regresi dinyatakan tidak 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 :

$$H_o : \beta = 0$$

$$H_1 : \beta \neq 0$$

Kriteria Pengujian :

Tolak H_0 jika $F_{hitung} > F_{tabel.}$, maka regresi berarti

Terima H_0 jika $F_{hitung} < F_{tabel.}$, maka regresi tidak berarti

Untuk mengetahui keberartian dan linearitas persamaan regresi di atas digunakan tabel ANAVA pada tabel III.3 berikut ini:⁶²

Tabel III.5
DAFTAR 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	$JK(s) - JK(G)$	$\frac{JK(TC)}{db(TC)}$	$\frac{RJK(TC)}{RJK(G)}$	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*

⁶² *Ibid*, p. 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 :
$$r_{xy} = \frac{\sum xy}{\sqrt{\sum x^2 \sum y^2}} \text{ }^{63}$$

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:

$$t \text{ hitung} = r \frac{\sqrt{n-2}}{\sqrt{1-r^2}} \text{ }^{64}$$

Dimana:

t_{hitung} = Skor signifikan koefisien korelasi

r_{xy} = Koefisien korelasi *product moment*

n = banyaknya sampel/data

Hipotesis statistik:

$H_0 : \rho \leq 0$

$H_1 : \rho > 0$

⁶³ *Ibid*, p.212

⁶⁴ *Ibid*, p. 214

Dengan kriteria pengujian:

Tolak H_0 jika $t_{hitung} > t_{tabel}$, maka koefisien korelasi signifikan

Terima H_0 jika $t_{hitung} < t_{tabel}$, maka koefisien korelasi tidak signifikan.

Koefisien korelasi dilakukan pada taraf signifikan ($\alpha=0,05$) dengan derajat kebebasan (dk) = $n-2$. Jika H_0 ditolak maka koefisien korelasi signifikan, sehingga dapat disimpulkan antara variabel X dan variabel Y terdapat hubungan positif.

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:

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

Dimana :

KD = Koefisien determinasi

r_{xy} = Koefisien korelasi *product moment*

⁶⁵ Sugiyono, *Statistika untuk Penelitian*, (Bandung : Alfabeta, 2007), p.231