

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 citra merek pribadi (private brand image) Carrefour dengan minat beli konsumen pada warga RW 03 Kelurahan Tebet Barat, Kecamatan Tebet, Jakarta Selatan.

B. Tempat dan Waktu Penelitian

1. Tempat Penelitian

Penelitian ini dilaksanakan di RW 03 Kelurahan Tebet Barat, Kecamatan Tebet, Jakarta Selatan. Alasan peneliti melakukan penelitian di RW 03 dikarenakan berdasarkan survei awal yang peneliti lakukan, cukup banyak warga RW 03 yang belum pernah membeli produk merek Carrefour dan berminat untuk membeli produk Carrefour dalam waktu dekat, juga karena kesediaan ketua RW 03 untuk membantu peneliti dalam proses pengumpulan data, sehingga memudahkan proses pengambilan data untuk penelitian ini.

2. Waktu Penelitian

Waktu Penelitian dilakukan selama 4 bulan yaitu dari bulan Maret sampai Juni 2013. Waktu tersebut merupakan waktu yang tepat bagi peneliti untuk melakukan penelitian karena peneliti sudah tidak terlalu disibukkan dengan jadwal kegiatan perkuliahan.

C. Metode Penelitian

Metode penelitian merupakan cara ilmiah untuk mendapatkan data dengan tujuan dan kegunaan tertentu⁶¹. 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 variabel sosiologis maupun psikologis⁶².

Adapun alasan menggunakan pendekatan korelasional adalah untuk menemukan ada tidaknya hubungan dan apabila ada, seberapa erat hubungan serta berarti atau tidaknya hubungan tersebut⁶³. Dengan pendekatan korelasional dapat dilihat hubungan dua variabel yaitu variabel bebas (citra merek pribadi) yang mempengaruhi dan diberi simbol X, dengan variabel terikat (minat beli) sebagai yang dipengaruhi dan diberi simbol Y.

⁶¹ Sugiyono, *Metode Penelitian Administrasi* (Jakarta : Alfabeta, 2011), p.1

⁶² ibid. p. 7

⁶³ Suharsimi Arikunto, *Prosedur Penelitian : Pendekatan Suatu Praktek* (Jakarta : Rineka Cipta, 2002), p. 239.

D. Populasi dan Teknik Pengambilan Sampel

Populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri atas: obyek/subyek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya⁶⁴. Sedangkan sampel adalah bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi tersebut⁶⁵. Populasi dalam penelitian ini adalah konsumen Carrefour di RW 03 Kelurahan Tebet Barat Kecamatan Tebet Jakarta Selatan. Sedangkan Populasi terjangkaunya adalah warga di RT 012 dengan alasan setelah dilakukan survei awal, warga di RT 012 yang terbanyak berbelanja di Carrefour cabang MT Haryono dan berminat membeli produk merek Carrefour dibanding dengan warga di RT lain yang berada di lingkungan RW 03, yang sesuai dengan karakteristik sebanyak 70 orang. Kemudian berdasarkan tabel penentuan jumlah sampel dari Issaac and Michael⁶⁶, diambil sampel sebanyak 58 orang dengan sampling error 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.

⁶⁴ Sugiyono, op.cit., p. 90

⁶⁵ Ibid., p. 91

⁶⁶ Sugiyono, *Metode Penelitian Pendidikan* (Bandung:Alfabeta, 2006), p. 128

E. Instrumen Penelitian

1. Minat Beli

a. Definisi Konseptual

Minat beli adalah suatu tahap dimana konsumen memiliki keinginan atau kecenderungan terhadap suatu produk atau jasa sebelum akhirnya melakukan keputusan pembelian

b. Definisi Operasional

Berdasarkan uraian di atas, variabel minat beli dapat diukur dengan empat indikator. Indikator pertama adalah rangsangan dengan sub indikator perasaan, fisiologis, dan lingkungan. Indikator kedua adalah perhatian dengan sub indikator perhatian atas produk atau jasa. Indikator ketiga adalah kecenderungan dengan sub indikator kecenderungan terhadap manfaat sebuah produk atau jasa dan kecenderungan lebih menyukai suatu produk atau jasa dengan produk atau jasa lain dan indikator keempat adalah pemberian diskon yang mencerminkan sub indikator diskon jangka waktu tertentu, diskon kuantitas, dan diskon musiman. Penyusunan butir instrumen diukur dengan menggunakan kuesioner yang disebar ke responden berdasarkan pengukuran model skala likert.

c. Kisi-Kisi Instrumen Minat Beli

Kisi-kisi instrumen minat beli yang disajikan pada bagian ini merupakan kisi-kisi instrumen yang digunakan untuk mengukur minat beli konsumen, hal ini disajikan dengan indikator dan sub indikator dari minat beli. Kisi-kisi instrumen ini digunakan untuk mengukur variabel yang diujicobakan dan juga sebagai kisi-kisi instrument final yang digunakan untuk mengukur variabel. Kisi-kisi ini disajikan dengan maksud untuk memberikan informasi mengenai butir-butir yang digunakan setelah uji validitas dan uji reliabilitas. Kisi – kisi instrumen minat beli dapat dilihat pada tabel III.1

Tabel III.1
Kisi – Kisi Instrumen Minat Beli (Variabel Y)

Indikator	Sub Indikator	Uji Coba		Drop	No. Butir Valid		Final	
		(+)	(-)		(+)	(-)	(+)	(-)
Rangsangan	1. Perasaan	1,2,3,12	7,8	12	1,2,3	7,8	1,2,3	7,8
	2. Fisiologis	4,6	36		4,6	36	4,6	30
	3. Lingkungan	5,9	16,17	17	5,9	16	5,9	13
Perhatian	1. Perhatian atas produk atau jasa	11,13	15,35	15	11,13	35	11,12	29
Kecenderungan	1. Kecenderungan terhadap manfaat sebuah produk atau jasa	10,18,20	14,26	14	10,18,20	26	10,14,16	21
	2. Kecenderungan lebih menyukai suatu produk atau jasa dengan produk atau jasa lain	19,22	28		19,22	28	15,17	23
Pemberian Diskon	1. Diskon Jangka Waktu Tertentu	23,25,29	21,32	21	23,25,29	32	18,20,24	26
	2. Diskon Kuantitas	24,27	31,34	31	24,27	34	19,22	28
	3. Diskon Musiman	30	33		30	33	25	27

Untuk mengisi setiap butir pernyataan dengan menggunakan model skala Likert, telah disediakan 5 alternatif jawaban dan setiap jawaban bernilai 1 sampai dengan 5 sesuai dengan tingkat jawabannya sebagai berikut :

Tabel III.2
Skala Penilaian Untuk Minat Beli (Variabel Y)

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 Minat Beli

Proses pengembangan instrumen minat beli dimulai dengan penyusunan instrumen model skala likert sebanyak 36 butir pernyataan yang mengacu pada indikator-indikator variabel minat beli terlihat pada tabel III.1. yang disebut sebagai konsep instrumen untuk mengukur variabel minat beli.

Tahap berikutnya, konsep instrumen dikonsultasikan kepada dosen pembimbing berkaitan dengan validitas konstruk yaitu seberapa jauh butir-butir instrumen tersebut telah mengukur indikator dari variabel minat beli sebagaimana tercantum pada tabel III.1.

Setelah konsep instrumen disetujui, langkah selanjutnya adalah instrumen diuji cobakan kepada 30 orang warga RT 014 di RW 03 Kelurahan Tebet Barat Kecamatan Tebet Jakarta Selatan yang berbelanja di Carrefour Cabang MT. Haryono.

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:

$$r_{it} = \frac{\sum x_{it}}{\sqrt{(\sum x_i^2)(\sum x_t^2)}} \quad 67$$

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.

⁶⁷ Djaali dan Pudji Muljano, *Pengukuran Dalam Bidang Pendidikan* (Jakarta: PT Gramedia, 2008), p.86

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 :

$$r_{ii} = \frac{k}{k-1} \left[1 - \frac{\sum si^2}{st^2} \right] \quad 68$$

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 :

$$Si^2 = \frac{\sum Xi^2 - \frac{(\sum Xi)^2}{n}}{n} \quad 69$$

Dari hasil perhitungan diperoleh hasil $Si = 0,47$, $St^2 = 230,27$, dan r_{ii} sebesar 0,941 (proses perhitungan terdapat pada lampiran 16 hal 105). 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 minat beli.

⁶⁸ Djaali dan Pudji Muljano, Ibid, p. 89

⁶⁹ Suharsimi Arikunto, *Manajemen Penelitian* (Jakarta: Rineka Cipta, 2010), p. 288

2. Citra Merek Pribadi (*Private Brand Image*)

a. Definisi Konseptual

Citra merek pribadi (*private brand image*) adalah kesan terhadap sesuatu yang ditawarkan untuk dikonsumsi atas suatu merek yang digunakan oleh pengecer atas dasar gambaran tentang objek tersebut.

b. Definisi Operasional

Berdasarkan pemaparan teori-teori di atas variabel citra merek pribadi dapat diukur dengan tiga indikator. Indikator yang pertama adalah atribut dengan sub indikator harga, warna, desain kemasan dan pemakai. Indikator kedua adalah manfaat dengan sub indikator fungsional, simbolis, dan pengalaman. Indikator ketiga adalah evaluasi sikap konsumen dengan sub indikator keinginan dan kepercayaan. Penyusunan butir instrumen diukur dengan menggunakan kuesioner yang disebar ke responden berdasarkan pengukuran model skala likert.

c. Kisi – Kisi Instrumen Citra Merek Pribadi

Kisi-kisi instrumen citra merek pribadi yang disajikan pada bagian ini merupakan kisi-kisi instrumen yang digunakan untuk mengukur citra merek pribadi, hal ini disajikan dengan indikator dan sub indikator dari citra merek pribadi. Kisi-kisi instrumen ini digunakan untuk mengukur variabel yang diujicobakan dan juga sebagai kisi-kisi instrumen final yang digunakan untuk mengukur variabel citra merek pribadi. Kisi-kisi ini disajikan dengan maksud untuk memberikan informasi mengenai

butir-butir yang digunakan setelah uji validitas dan uji reliabilitas. Kisi – kisi instrumen citra merek pribadi dapat dilihat pada tabel III.3

Tabel III.3
Kisi-kisi Citra Merek Pribadi (Variabel X)

Indikator	Sub Indikator	Uji Coba		Drop	No. Butir Valid		Final	
		(+)	(-)		(+)	(-)	(+)	(-)
Atribut	1. Harga	1,2	6,25	25	1,2	6	1,2	5
	2. Warna	17,19	8		17,19	8	12,14	6
	3. Desain Kemasan	3,9	10		3,9	10	3,7	8
	4. Pemakai	11,13	12	12	11,13		9,10	
Manfaat	1. Fungsional	5,24	27		5,24	27	4,19	
	2. Simbolis	28,30	4,26	4	28,30	26	22,23	20
	3. Pengalaman	7,20	15,22	7,15	20	22	15	17
Evaluasi Sikap Konsumen	1. Keinginan	14,16	21	16	14	21	11	16
	2. Kepercayaan	18,29	23	29	18	23	13	18

Untuk mengisi setiap butir pernyataan dengan menggunakan model skala Likert, telah disediakan 5 alternatif jawaban dan setiap jawaban bernilai 1 sampai dengan 5 sesuai dengan tingkat jawabannya sebagai berikut :

Tabel III.4
Skala Penilaian Untuk Citra Merek Pribadi (Variabel X)

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 Citra Merek Pribadi

Proses pengembangan Instrumen citra merek pribadi dimulai dengan penyusunan instrumen model skala likert sebanyak 30 butir pernyataan yang mengacu pada indikator-indikator variabel citra merek pribadi 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 dari variabel citra merek pribadi sebagaimana tercantum pada tabel III.3 Setelah konsep instrumen disetujui, langkah selanjutnya adalah instrumen diuji cobakan kepada 30 orang warga RT 014 di RW 03 Kelurahan Tebet Barat Kecamatan Tebet Jakarta Selatan yang berbelanja di Carrefour cabang MT. Haryono.

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:

$$r_{it} = \frac{\sum x_{it}}{\sqrt{(\sum x_i^2)(\sum x_t^2)}} \quad 70$$

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 30 pernyataan tersebut, setelah di validasi terdapat 7 butir yang drop, sehingga pernyataan yang valid dapat digunakan sebanyak 23 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 :

$$r_{ii} = \frac{k}{k-1} \left[1 - \frac{\sum s_i^2}{s_t^2} \right] \quad 71$$

⁷⁰ Djaali dan Pudji Muljano, op. cit.

⁷¹ Ibid

Dimana :

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

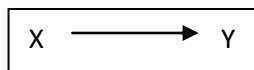
Varians butir itu sendiri dapat diperoleh dengan menggunakan rumus sebagai berikut :

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

Dari hasil perhitungan diperoleh hasil $Si = 0,45$, $St^2 = 140,65$ dan r_{ii} sebesar 0,905 (proses perhitungan terdapat pada lampiran 15 hal 104). Hal ini menunjukkan bahwa koefisien reliabilitas termasuk dalam kategori sangat tinggi. Dengan demikian dapat dikatakan bahwa instrumen yang berjumlah 23 butir pernyataan inilah yang akan digunakan sebagai instrumen final untuk mengukur citra merek pribadi.

F. Konstelasi Hubungan Antar Variabel

Sesuai dengan hipotesis yang diajukan bahwa terdapat hubungan positif antara variabel X (citra merek pribadi) dengan variabel Y (minat beli). Maka konstelasi hubungan antara variabel X dan variabel Y dapat digambarkan sebagai berikut:



⁷² Suharsimi Arikunto, op. cit.

Keterangan :

Variabel Bebas (X) : Citra merek pribadi (*private brand image*)

Variabel Terikat (Y) : Minat beli

—————→ : 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:

$$\hat{Y} = a + bX^{73}$$

Di mana koefisien a dan b dapat dicari dengan rumus:

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

$$a = \bar{Y} - b\bar{X}^{74}$$

Dimana :

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

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

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

⁷³ Sudjana, *Metoda Statistika* (Bandung: Tarsito, 2005), p. 315

⁷⁴ Ibid, p. 315.

Keterangan :

\hat{Y} = Persamaan regresi

A = Konstanta

B = Koefisien arah regresi

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 terhadap galat taksiran regresi Y atas X dengan menggunakan uji Lilliefors pada taraf signifikan (α) = 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 $L_0 < L_{tabel}$ berarti galat taksiran regresi Y atas X berdistribusi normal

Tolak H_0 jika $L_0 > L_{tabel}$ berarti galat taksiran regresi Y atas X tidak berdistribusi normal.

Dalam penelitian ini variabel X yang dimaksud dalam prosedur di atas adalah $(Y - \hat{Y})$.

b. Uji Linearitas Regresi

Uji linieritas regresi ini digunakan untuk mengetahui apakah persamaan regresi yang diperoleh berbentuk linier atau non linier.

Hipotesis statistik :

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

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

Kriteria Pengujian :

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

Tolak H_0 Jika $F_{hitung} > F_{tabel}$, maka regresi tidak linier

3. Uji Hipotesis

a. Uji Keberartian Regresi

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

Dengan hipotesis statistik :

$$H_0 : \beta \leq 0$$

$$H_1 : \beta > 0$$

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 ANAVA⁷⁵ pada tabel III.5 berikut ini :

⁷⁵ Ibid, p. 332

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)	$\frac{JK(TC)}{db(TC)}$	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*

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 :

$$r_{xy} = \frac{\sum xy}{\sqrt{(\sum x^2)(\sum y^2)}} \quad 76$$

Keterangan:

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:

$$t_{hitung} = \frac{r\sqrt{n-2}}{\sqrt{1-r^2}} \quad 77$$

Keterangan :

t_{hitung} = Skor signifikansi koefisien korelasi
 r = Koefisien korelasi product moment
 n = Banyaknya sampel/data

Hipotesis statistik :

$$H_0 : \rho \leq 0$$

$$H_1 : \rho > 0$$

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

Hal ini dilakukan pada taraf signifikan (α) = 0,05 dengan derajat kebebasan (DK) = $n - 2$. Jika H_0 ditolak maka koefisien korelasi

⁷⁶ Sugiyono, op. cit., p. 212

⁷⁷ Ibid, hal 216.

signifikan, sehingga dapat disimpulkan antara variabel X dan variabel Y terdapat hubungan positif.

d. Perhitungan Koefisien Determinasi

Selanjutnya diadakan perhitungan koefisien determinasi (penentu) yaitu untuk mengetahui persentase besarnya variasi variabel Y yang ditentukan oleh variabel X. Rumus koefisien determinasi adalah sebagai berikut :

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

Dimana :

KD = Koefisien determinasi
 r_{xy} = Koefisien korelasi product moment

⁷⁸ Pudji Muljono, *Op.Cit.*,p.38