

BAB III

METODOLOGI PENELITIAN

A. Tujuan Penelitian

Berdasarkan masalah yang telah dirumuskan, maka tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui hubungan antara citra merek dengan loyalitas merek *provider* Indosat IM3 pada mahasiswa Jurusan Ekonomi dan Administrasi Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Jakarta berdasarkan data atau fakta yang tepat (sahih, benar, valid), serta dapat dipercaya (*reliable*).

Validitas menunjukkan derajat ketepatan antara data yang sesungguhnya terjadi pada objek dengan data yang dikumpulkan oleh peneliti³³. Sedangkan reliabilitas berkenaan dengan derajat konsistensi data dalam interval waktu tertentu³⁴.

B. Tempat dan Waktu Penelitian

1. Tempat Penelitian

Penelitian ini dilakukan di Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Jakarta yang berlokasi di Kampus A Jl. Rawamangun Muka, Jakarta Timur 13220. Tempat ini dipilih karena keterjangkauan, yaitu berdasarkan *survey* awal adanya kesediaan mahasiswa untuk peneliti melakukan penelitiannya, sehingga memudahkan peneliti untuk mendapatkan informasi yang di butuhkan untuk penelitian ini. Dan juga

³³ Sugiyono, *Metode Penelitian Bisnis*, (Bandung : Alfabeta, 2007) hal.1

³⁴ *Ibid.*, hal. 3

karena terdapat masalah dalam *provider* Indosat IM3 terhadap loyalitas mahasiswa, yaitu pembentukan citra merek yang bersifat membohongi pelanggan.

2. Waktu Penelitian

Penelitian ini dilakukan selama delapan bulan terhitung sejak bulan Oktober 2011 sampai bulan Juni 2012. Alasan dilaksanakannya penelitian pada waktu tersebut karena peneliti mempunyai waktu cukup untuk melakukan penelitian sehingga dapat lebih memfokuskan diri dalam pelaksanaan penelitian dan pada waktu tersebut peneliti tidak memiliki lagi mata perkuliahan.

C. Metode Penelitian

Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah survei dengan pendekatan korelasional.

“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”³⁵.

Pendekatan korelasional digunakan karena sesuai dengan tujuan penelitian yang ingin dicapai, yaitu untuk mengetahui hubungan antara variabel bebas (citra merek), sebagai variabel yang mempengaruhi dan diberi

³⁵*Ibid.*, hal. 7

simbol X, dengan variabel terikat (loyalitas merek), sebagai variabel yang dipengaruhi dan diberi simbol Y.

D. Teknik Pengambilan Sampel

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 kesimpulannya”³⁶.

Populasi dalam penelitian ini adalah seluruh mahasiswa Jurusan Ekonomi dan Administrasi Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Jakarta. Sedangkan, populasi terjangkaunya adalah mahasiswa Program Studi Pendidikan Tata Niaga, sedangkan yang menjadi sampel pada penelitian ini adalah seluruh mahasiswa Program Studi Pendidikan Tata Niaga yang menggunakan *provider* Indosat IM3 yang sesuai dengan karakteristik sebanyak 120 orang. Jumlah populasi terjangkau yang digunakan pada penelitian ini didapat berdasarkan survei awal yang dilakukan sebelumnya.

Kemudian berdasarkan penentuan jumlah sampel dari tabel populasi tertentu diambil sampel sebanyak 89 orang dengan ketentuan tingkat kesalahan 5 %.

Teknik pengambilan sampel yang digunakan adalah teknik acak sederhana (*random sampling technique*). Teknik ini digunakan dengan

³⁶ *Ibid.*, hal.72

pertimbangan bahwa seluruh populasi terjangkau memiliki kesempatan yang sama untuk dipilih.

Tabel III.1
Perhitungan Pengambilan Sampel

Pendidikan Tata Niaga	Jumlah	Perhitungan	Jumlah Sampel
Angkatan 2008 - 2011	Mahasiswa		
Pendidikan Tata Niaga Angkatan 2008	21	$21/120 \times 89$	15
Pendidikan Tata Niaga Angkatan 2009	42	$42/120 \times 89$	31
Pendidikan Tata Niaga Angkatan 2010	28	$28/120 \times 89$	21
Pendidikan Tata Niaga Angkatan 2011	29	$29/120 \times 89$	22

Sehingga didapat jumlah responden sebanyak 89 karyawan

E. Instrumen Penelitian

1. Loyalitas Merek

a. Definisi konseptual

Loyalitas merek adalah suatu sikap positif dari konsumen berupa kesanggupan untuk hanya memilih dan menggunakan suatu merek dari produk tertentu selamanya dan tidak akan beralih pada merek lainnya dengan pembelian yang terus berulang.

b. Definisi Operasional

Loyalitas merek dapat diukur dengan indikator sikap positif (kesetiaan pada merek) dengan sub indikator (komitmen internal untuk membeli, membeli berulang dimasa mendatang, tidak berpindah ke merek lain). Loyalitas terhadap merek dalam penelitian ini menggunakan data primer yang dikumpulkan dengan diukur menggunakan instrumen berbentuk kuesioner model skala likert.

c. Kisi - kisi Instrumen Loyalitas Terhadap Merek

Data penelitian merupakan data primer, dengan kuesioner sebagai instrumen penelitian. Kisi - kisi instrumen loyalitas terhadap merek yang disajikan pada bagian ini merupakan kisi - kisi instrumen yang digunakan untuk mengukur variabel loyalitas terhadap merek yang diujicobakan dan juga sebagai kisi - kisi instrumen final yang digunakan untuk mengukur variabel loyalitas terhadap merek. Dan kisi - kisi ini disajikan dengan maksud untuk memberikan informasi mengenai butir - butir yang dimasukan setelah uji coba dan uji coba reliabilitas. Kisi - kisi instrumen loyalitas terhadap merek dapat dilihat pada tabel III.2.

Tabel III.2
Kisi - Kisi Instrumen Loyalitas Terhadap Merek (Variabel Y)

Indikator	Sub Indikator	Butir uji coba		Drop	Sesudah uji coba	
		+	-		+	-
Sikap Positif	1. Komitmen Internal Untuk Membeli	1, 3, 5, 7	2, 4, 6, 8	2, 4, 8	1, 2, 3, 4	5
	2. Membeli Berulang Dimasa Mendatang	9, 11, 13, 15	10, 12, 14, 16	16	6, 8, 10, 12	7, 9, 11
	3. Tidak Berpindah Ke Merek Lain	17, 19, 21, 23, 25, 27, 29,	18, 20, 22, 24, 26, 28, 30	20, 28, 30	13, 15, 16, 18, 20,22	14, 15, 19, 21, 23

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.3

Tabel III.3
Skala Penilaian Untuk Loyalitas Terhadap Merek

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 Loyalitas Merek

Proses pengembangan instrumen loyalitas merek dimulai dengan menyusun instrumen berbentuk skala likert sebanyak 23 butir pernyataan yang mengacu pada indikator - indikator variabel loyalitas merek seperti terlihat pada tabel III.2 yang disebut sebagai konsep instrumen untuk mengukur variabel loyalitas 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 loyalitas merek sebagaimana telah tercantum pada tabel III.2. Setelah disetujui, langkah selanjutnya adalah instrumen tersebut diujicobakan kepada mahasiswa Program Studi Pendidikan Tata Niaga di luar sampel.

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 :

$$r_{it} = \frac{\sum xi.xt}{\sqrt{\sum xi^2 \sum xt^2}} \quad 37$$

Dimana :

r_{it} = koefisien skor butir dengan skor total instrumen

y_i = deviasi skor butir dari Y_i

y_t = deviasi skor dari Y_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 perhitungan validitas, dari 30 soal ada 7 soal yang *drop*. Sehingga dalam kuesioner penelitian menggunakan 23 soal saja. (Selengkapnya lihat lampiran 13)

Uji reliabilitas dengan rumus *Alpha Cronbach* yaitu :

$$r_{ii} = \frac{k}{k-1} \left[1 - \frac{\sum si^2}{st^2} \right] \quad 38$$

³⁷Pudji Muljano, *Validasi Instrumen Dan Teknik Analisis Data*, Disampaikan pada lokakarya peningkatan suasana akademik Jurusan Ekonomi FIS-UNJ tgl. 28 Juli-1 Agustus 2003, hal. 8

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 :

$$S_i^2 = \frac{\sum Xi^2 - \frac{(\sum Xi)^2}{n}}{n} \quad ^{39}$$

Dimana : S_i^2 = Simpangan baku
 n = Jumlah populasi
 $\sum Xi^2$ = Jumlah kuadrat data Y
 $\sum Xi$ = Jumlah data

Selanjutnya dihitung realibilitasnya terhadap butir - butir pernyataan yang telah dianggap valid dengan *Alpha Cronbach* untuk Loyalitas Merek sebesar 0,825 dengan menggunakan rumus tersebut. (lampiran 16)

³⁸*Ibid.*, hal. 11

³⁹Burhan Nurgiyanto, Gunawan dan Marzuki, *Statistik Terapan Untuk Penelitian Ilmu-Ilmu Sosial* (Yogyakarta : Gajah Mada University Pers, 2004), hal. 350

2. Citra Merek

a. Definisi Konseptual

Citra merek merupakan skema ingatan pada merek, yaitu berupa interpretasi pelanggan yang tercermin oleh asosiasi yang mereka pegang dalam pikiran mereka ketika mereka berpikir tentang merek.

b. Definisi Operasional

Citra merek diukur dengan menggunakan indikator Atribut dengan sub indikator dari atribut (Harga, pemakai, warna) indikator Manfaat dengan sub indikator (fungsional, simbolis dan pengalaman) indikator Evaluasi secara keseluruhan dengan sub indikator (nilai). Citra merek dalam penelitian ini menggunakan data primer yang dikumpulkan dengan diukur menggunakan instrumen berbentuk kuesioner model skala likert.

c. Kisi - kisi Instrument Citra Merek

Data penelitian merupakan data primer, dengan kuesioner sebagai instrumen penelitian. Kisi - kisi instrumen citra terhadap merek yang disajikan pada bagian ini merupakan kisi - kisi instrumen yang digunakan untuk mengukur variabel citra terhadap merek yang diujicobakan dan juga sebagai kisi - kisi instrumen final yang digunakan untuk mengukur variabel citra terhadap merek. Dan kisi - kisi ini disajikan dengan maksud untuk memberikan informasi

mengenai butir - butir yang dimasukkan setelah uji coba dan uji coba reliabilitas. Kisi - kisi instrumen citra terhadap merek dapat dilihat pada tabel III.4.

Tabel III.4
Kisi – kisi Instrumen Citra Merek (Variabel X)

Indikator	Sub indikator	Butir uji coba		Drop	Sesudah uji coba	
		+	-		+	-
1. Atribut	1. Harga	1, 3	2, 4	4	1, 3	2
	2. Warna	5, 7	6, 8	5, 7		4, 5
	3. Pemakai	9, 11	10, 12		6, 8	7, 9
2. Manfaat	1. Fungsional	13, 15	14, 16	14	10, 11	12
	2. Simbolis	17, 19	18, 20	18, 20	13, 14	
	3. Pengalaman	21, 23, 25	22, 24, 26	22, 26	15, 16, 18	17
3. Evaluasi keseluruhan	1. Nilai	27, 29, 31	28, 30, 32	28	19, 20, 22	22, 23

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.5

Tabel III.5
Skala Penilaian Untuk Citra Terhadap Merek

NO.	Alternatif Jawaban	Item	Item
		Positif	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

Proses pengembangan instrumen citra merek dimulai dengan menyusun instrumen berbentuk skala likert sebanyak 23 butir pernyataan yang mengacu pada indikator - indikator variabel citra merek seperti terlihat pada tabel III.4 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.4. Setelah disetujui, langkah selanjutnya adalah instrumen tersebut diujicobakan kepada mahasiswa Program Studi Pendidikan Tata Niaga di luar sampel.

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 :

$$r_{it} = \frac{\sum xi.xt}{\sqrt{\sum xi^2 \sum xt^2}} \quad 40$$

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*.

⁴⁰Pudji Muljano, *Validasi Instrumen Dan Teknik Analisis Data*. Disampaikan pada lokakarya peningkatan suasana akademik Jurusan Ekonomi FIS-UNJ tgl. 28 Juli-1 Agustus 2003, hal. 8

Dari hasil perhitungan validitas, dari 32 soal ada 9 soal yang drop. Sehingga dalam kuesioner penelitian menggunakan 23 soal saja. (Selengkapnya lihat lampiran 7)

Uji reliabilitas dengan rumus *Alpha Cronbach* yaitu :

$$r_{ii} = \frac{k}{k-1} \left[1 - \frac{\sum si^2}{st^2} \right] \quad 41$$

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 :

$$St^2 = \frac{\sum Xi^2 - \frac{(\sum Xi)^2}{n}}{n} \quad 42$$

Dimana : S_t^2 = Simpangan baku

n = Jumlah populasi

$\sum Xi^2$ = Jumlah kuadrat data X

$\sum Xi$ = Jumlah data

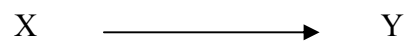
⁴¹*Ibid.*, hal. 11

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

Selanjutnya, dihitung realibilitasnya terhadap butir - butir pernyataan yang telah dianggap valid dengan *Alpha Cronbach* untuk Citra Merek sebesar 0,844 dengan menggunakan rumus sebagai berikut: (lampiran 10)

F. Konstelasi Hubungan Antar Variabel

Sesuai dengan hipotesis yang diajukan bahwa terdapat hubungan positif antara variabel X (citra merek) dengan variabel Y (loyalitas merek), maka konstelasi hubungan antara variabel X dan variabel Y dapat digambarkan sebagai berikut :



Keterangan :

Variabel Bebas (X) : Citra Merek

Variabel Terikat (Y) : Loyalitas Merek

\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:

$$\hat{Y} = a + b X \quad ^{43}$$

⁴³Sugiyono, *loc.cit.*, hal. 204

Di mana koefisien a dan b dapat dicari dengan rumus:

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

Dimana:

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

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

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

Keterangan:

\hat{Y} = Persamaan regresi

a = Konstanta

b = Koefisien arah regresi

2. Uji Persyaratan Analisis

a. Uji 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 (α) = 0,05.

Hipotesis Statistik:

H_0 : Galat Taksiran Regresi Y atas X berdistribusi normal

H_i : Galat Taksiran Regresi Y atas X tidak berdistribusi normal

Kriteria Pengujian

Terima H_0 jika $L_0 < L_{\text{tabel}}$ berarti galat taksiran regresi Y atas X berdistribusi normal.

b. Uji Linieritas Regresi

Uji linieritas ini digunakan untuk mengetahui apakah persamaan regresi tersebut merupakan 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 $F_{\text{hitung}} < F_{\text{tabel}}$ dan ditolak jika $F_{\text{hitung}} > F_{\text{tabel}}$, maka regresi dinyatakan linier jika H_0 diterima.

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 (signifikan).

H_0 ditolak jika $F_{hitung} > F_{tabel}$ maka regresi tidak berarti, dan regresi dinyatakan berarti jika berhasil menolak H_0 .

Langkah perhitungan keberartian regresi dapat dilihat pada tabel

III.6 ANAVA

Tabel III.6

Tabel Analisis Varians untuk Uji Keberartian dan Linearitas Regresi

Sumber varians	DK	Jumlah kuadrat (JK)	Rata – rata jumlah kuadrat (RJK)	F_{hitung}	F_{tabel}
Total	N	$\sum Y^2$			
Regresi (a)	1	$\frac{\sum Y^2}{N}$			
Regresi (b/a)	1	$\sum xy$	$\frac{JK (b/a)}{db (b/a)}$	*) $\frac{RJK (b/a)}{RJK (s)}$	$\frac{F (1-\alpha)}{(1, n-2)}$
Residu (s)	n-2	$JK (T) - JK(a) - JK (b/a)$	$\frac{JK (s)}{Db (s)}$		
Tuna cocok	k-2	$JK (s) - JK (G)$	$\frac{JK (Tc)}{db (Tc)}$	ns) $\frac{RJK (Tc)}{RJK (G)}$	$\frac{F (1-\alpha)}{(k-2, nk)}$
Galat (G)	n-k	$\frac{\sum(\sum Y^2 - (\sum Y)^2)}{N}$	$\frac{JK (G)}{db (G)}$		

Keterangan : *) persamaan regresi berarti

ns) persamaan regresi linier/*not significant*⁴⁴.

⁴⁴Pudji Muljono, *loc.cit.*, hal. 36

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:

$$r_{xy} = \frac{n \Sigma XY - (\Sigma X)(\Sigma Y)}{\sqrt{\{n \Sigma X^2 - (\Sigma X)^2\} \{n \cdot \Sigma Y^2 - (\Sigma Y)^2\}}} \quad 45$$

Keterangan :

r_{xy} = Tingkat keterkaitan hubungan

ΣX = Jumlah skor dalam sebaran X

Σy = Jumlah skor dalam sebaran Y

n = Jumlah responden

c. Uji Keberartian koefisien Korelasi (uji t)

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

$$t_{hitung} = \frac{r \sqrt{n-2}}{\sqrt{1-r^2}} \quad 46$$

Keterangan :

t_{hitung} : skor signifikan koefisien korelasi

r : koefisien korelasi *Product Moment*

n : banyaknya sampel atau data

⁴⁵Sugiyono, *Statiska Untuk Penelitian*, (Bandung: Alfabeta, 2007), hal. 228

⁴⁶Sudjana., *Metode Statistika Edisi ke-6* (Bandung: Transito, 2001), hal. 377

Hipotesis Statistik :

$$H_0 : \rho = 0$$

$$H_1 : \rho \neq 0$$

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. 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 :

$$KD = r_{xy}^2 \text{ }^{47}$$

Keterangan:

KD = koefisien determinasi

r_{xy} = koefisien korelasi *Product Moment*

⁴⁷Widodo, *Cerdik Menyusun Proposal Penelitian*, (Jakarta : Magna Script, 2004), hal. 65