

BAB III

METODOLOGI PENELITIAN

A. Tujuan Penelitian

Berdasarkan masalah yang telah dirumuskan, maka tujuan penelitian ini adalah untuk mendapatkan pengetahuan yang tepat untuk memperoleh data empiris dan fakta-fakta yang tepat, sah, valid, serta dapat dipercaya dan diandalkan tentang hubungan antara *visual merchandising* (tampilan visual) dengan keputusan pembelian Naga Swalayan pada warga RW. 03 Kelurahan Marga Mulya Kecamatan Bekasi Utara di Kota Bekasi.

B. Tempat dan Waktu Penelitian

1. Tempat Penelitian

Tempat penelitian dilakukan di RW. 03 Kelurahan Marga Mulya Kecamatan Bekasi Utara di Kota Bekasi. Alasan peneliti melakukan penelitian di tempat tersebut karena berdasarkan *survey* awal yang peneliti lakukan bahwa di tempat tersebut terdapat masalah mengenai keputusan pembelian. Selain itu, karena faktor keterjangkauan, yaitu kesediaan ketua Rukun Warga 03 Kelurahan Marga Mulya Kecamatan Bekasi Utara di Kota Bekasi menerima dan memberikan izin untuk peneliti melakukan penelitian di tempat tersebut, sehingga memudahkan proses pengambilan data untuk penelitian.

2. Waktu Penelitian

Waktu penelitian dilakukan selama 4 (empat) bulan, yaitu terhitung dari bulan Februari 2015 sampai dengan Juni 2015. Waktu tersebut merupakan waktu yang tepat untuk melaksanakan penelitian karena jadwal perkuliahan peneliti sudah tidak padat, sehingga akan mempermudah peneliti dalam melakukan penelitian dan peneliti dapat mencurahkan perhatian pada pelaksanaan penelitian.

C. Metode Penelitian

1. Metode

Metode penelitian merupakan “Cara ilmiah yang digunakan untuk mendapatkan data dengan tujuan tertentu”⁵⁷. Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah *survey* dengan pendekatan korelasional. Alasan peneliti menggunakan metode ini karena sesuai dengan tujuan yang ingin dicapai, yaitu untuk mengetahui hubungan variabel bebas dengan variabel terikat.

Kerlinger mengemukakan bahwa :

Metode *survey* 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 psikologis⁵⁸.

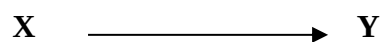
⁵⁷ Sugiyono, *Metode Penelitian Bisnis* (Bandung: Alfabeta, 2007), h. 1.

⁵⁸ *Ibid.*, h. 7.

Adapun alasan menggunakan pendekatan korelasional adalah untuk menemukan ada tidaknya hubungan dan apabila ada, seberapa erat hubungan serta berarti atau tidaknya hubungan tersebut. Dengan pendekatan korelasional dapat dilihat hubungan antara dua variabel, yaitu variabel bebas (*visual merchandising*) yang diberi simbol X sebagai variabel yang mempengaruhi dengan variabel terikat (keputusan pembelian) diberi symbol Y sebagai variabel yang dipengaruhi.

2. Konstelasi Hubungan antar Variabel

Sesuai dengan hipotesis yang diajukan bahwa terdapat hubungan signifikan positif antara variabel X (*visual merchandising*) dengan variabel Y (keputusan pembelian). Maka, konstelasi hubungan antara variabel X dan variabel Y dapat digambarkan sebagai berikut:



Keterangan:

Variabel Bebas (X) : *Visual Merchandising* (Tampilan Visual)

Variabel Terikat (Y) : Keputusan Pembelian

—————> : Arah Hubungan

D. Populasi dan Sampling

“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”⁵⁹.

Populasi dalam penelitian ini adalah semua warga RW. 03 Kelurahan Marga Mulya Kecamatan Bekasi Utara di Kota Bekasi. Populasi terjangkaunya adalah warga RT. 06 RW. 03 yang berjumlah 45 orang. Hal ini didasarkan bahwa setelah melakukan *survey* awal yang dilakukan dengan cara wawancara dan observasi langsung pada warga, diketahui bahwa warga di rukun tetangga tersebut yang paling banyak mengalami masalah rendahnya keputusan pembelian Naga Swalayan. Untuk lebih jelas dapat dilihat pada tabel III.1 di bawah ini:

Tabel III.1
Data Survei Awal (Variabel Y)

WILAYAH	JUMLAH WARGA
1. RT 01	27 Orang
2. RT 02	18 Orang
3. RT 03	21 Orang
4. RT 04	8 Orang
5. RT 05	30 Orang
6. RT 06	45 Orang

⁵⁹ Sugiyono, *op. cit.*, h. 72.

“Sampel adalah bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi tersebut”⁶⁰. Kemudian, berdasarkan tabel penentuan sampel dari *Isaac* dan *Michael* jumlah sampel dari populasi dengan *sampling error* 5% adalah 40 warga.

Teknik pengambilan sampel dalam penelitian ini menggunakan teknik acak sederhana (*simple random sampling*). Teknik ini digunakan dengan pertimbangan bahwa seluruh populasi memiliki karakteristik yang dianggap homogen dan seluruh populasi terjangkau yang akan peneliti teliti memiliki kesempatan yang sama untuk dipilih sebagai sampel.

E. Teknik Pengumpulan Data

Peneliti ini meneliti dua variabel yaitu *visual merchandising* (tampilan visual) (variabel X) dan keputusan pembelian (variabel Y). Adapun instrumen untuk mengukur kedua variabel tersebut akan dijelaskan sebagai berikut:

1. Keputusan Pembelian (Variabel Y)

a. Definisi Konseptual

Keputusan pembelian adalah tahapan-tahapan yang harus dilalui oleh konsumen dalam mengambil sebuah keputusan dari dua atau lebih pilihan alternatif yang ada untuk menyelesaikan masalah ketika akan membeli suatu produk atau jasa tertentu.

⁶⁰ *Ibid.*, h. 73.

b. Definisi Operasional

Keputusan pembelian dapat diukur dengan empat dimensi. Dimensi pertama adalah pengenalan kebutuhan dengan indikator yaitu rangsangan internal dengan sub indikator pertama, bahan pangan dan sub indikator kedua, perlengkapan rumah tangga. Dimensi kedua adalah pencarian informasi dengan indikator pertama yaitu sumber pribadi dengan sub indikator pertama, keluarga, sub indikator kedua, teman dan sub indikator ketiga, tetangga. Indikator yang kedua, yaitu sumber pengalaman dengan sub indikator pemakaian (penggunaan). Dimensi ketiga adalah evaluasi alternatif dengan indikator yaitu membandingkan keunggulan. Dimensi keempat adalah sikap dengan indikator, yaitu membeli produk yang disukai. Keputusan pembelian dapat diukur dengan menggunakan angket atau kuesioner, dengan model *skala likert*.

c. Kisi – Kisi Instrumen Keputusan Pembelian

Kisi-kisi instrumen 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 validitas dan uji reliabilitas. Kisi-kisi instrumen keputusan pembelian dapat dilihat pada tabel III.2

Tabel III.2
Kisi-Kisi Instrumen Keputusan Pembelian (Variabel Y)

Dimensi	Indikator	Sub Indikator	Butir uji Coba		Dro p	Butir Valid		Butir Final	
			(+)	(-)		(+)	(-)	(+)	(-)
Pengenalalan kebutuhan	Rangsangan internal	Bahan pangan (beras, mie)	1,4	6,16		1,4	6,16	1,4	5, 12.
		Perlengkapan rumah tangga (sabun, sampo)	2,5	17, 18.	5	2	17, 18.	2	13, 14.
Pencarian informasi	Sumber pribadi	Keluarga	3	14		3	14	3	11
		Teman	20	7	20		7		6
		Tetangga	10	25		10	25	7	19
	Sumber pengalaman	Pemakaian (penggunaan)	19	8	8	19		15	
Evaluasi alternatif	Membandingkan keunggulan		12, 21, 23.	9, 15, 28	9,15	12, 21, 23.	28	9, 16, 18.	22
Sikap	Membeli produk yang disukai		11, 13, 22.	24, 26, 27	24	11, 13, 22.	26, 27	8, 10, 17.	20, 21.

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.3

Tabel III. 3
Skala Penilaian Instrumen Keputusan Pembelian

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 Keputusan Pembelian

Proses pengembangan instrumen keputusan pembelian dimulai dengan penyusunan instrumen model Skala *Likert* yang terlihat pada tabel III. 2.

Tahap berikutnya konsep instrumen dikonsultasikan kepada dosen pembimbing berkaitan dengan validitas konstruk, yaitu seberapa jauh butir-butir indikator tersebut telah mengukur indikator dari variabel keputusan pembelian sebagaimana tercantum pada tabel III. 2. Setelah konsep instrumen disetujui, langkah selanjutnya adalah instrumen diujicobakan kepada warga yang bukan merupakan bagian dari sampel penelitian, yaitu RT 05 RW 03 Kelurahan Marga Mulya Kecamatan Bekasi Utara di Kota Bekasi yang berjumlah 30 yang memiliki karakteristik yang sesuai.

Proses validasi dilakukan dengan menganalisis data uji coba instrumen, yaitu validitas butir dengan menggunakan koefisien korelasi antara skor butir dengan skor total instrumen. Rumus yang digunakan adalah sebagai berikut:

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

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 (lampiran 7), maka dari pernyataan yang telah divalidasi terdapat 6 pernyataan yang *drop*, sehingga yang *valid* dan tetap digunakan sebanyak 22 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 :

$$r_{ii} = \frac{k}{k-1} \left[1 - \frac{\sum si^2}{st^2} \right] \quad ^{62}$$

Dimana :

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

⁶¹ Djaali dan Pudji Muljono, *Pengukuran Dalam Bidang Pendidikan* (Jakarta : Grasindo, 2008) h. 86.

⁶² *Ibid.*, h. 89.

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

$$S_i^2 = \frac{\sum X_i^2 - \frac{(\sum X_i)^2}{n}}{n} \quad 63$$

Dimana :

S_i^2 = Simpangan baku

n = Jumlah populasi

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

$\sum X_i$ = Jumlah data

Dari hasil perhitungan diperoleh hasil $S_i^2 = 0,45$, $St^2 = 104,82$ dan r_{ii} sebesar 0,918. Hal ini menunjukkan bahwa koefisien reliabilitas termasuk dalam kategori sangat tinggi, sesuai dengan kriteria yang ditunjukkan tabel *Alpha Cronbach* $\alpha \geq 0,9$ (proses perhitungan terdapat pada lampiran 9). Dengan demikian dapat dikatakan bahwa instrumen yang berjumlah 22 butir pernyataan inilah yang akan digunakan sebagai instrumen final untuk mengukur keputusan pembelian.

⁶³ Burhan Nurgiyanto, Gunawan dan Marzuki, *Statistik Terapan Untuk Penelitian Ilmu-Ilmu Sosial* (Yogyakarta : Gajah Mada University Pers, 2004), h. 350

2. *Visual Merchandising* (Tampilan Visual) (Variabel X)

a. Definisi Konseptual

Visual merchandising (tampilan visual) adalah aktivitas penataan (presentasi) produk dengan cara paling menarik di dalam toko agar konsumen dapat melihat merek dan kemasan di rak secara jelas dan akhirnya mengarah pada penjualan produk.

b. Definisi Operasional

Visual merchandising (tampilan visual) dapat diukur dengan 5 (lima) dimensi. **Dimensi pertama** adalah pencahayaan dengan indikator pertama, yaitu *primary light* (lampu utama) dan indikator kedua, yaitu *spot light* (lampu sorot). **Dimensi kedua** adalah *point of purchase materials*, dengan indikator yaitu *shelf talker* (papan iklan yang dipasang di rak produk). **Dimensi ketiga** adalah *signage* (tanda petunjuk) dengan indikator pertama, yaitu *various product section* dengan sub indikator petunjuk jenis barang, indikator kedua fasilitas dengan sub indikator penitipan barang, indikator ketiga yaitu *promotional signage* dengan sub indikator pertama, sampel produk dan sub indikator kedua, diskon. **Dimensi keempat** adalah *furniture* dengan indikator pertama yaitu meja, indikator kedua yaitu gondola / rak barang. **Dimensi kelima** adalah desain interior dengan indikator pertama, yaitu *mini display* (displai menggunakan stand kecil), indikator kedua, yaitu *cut boxes display* (displai menggunakan karton), indikator ketiga, yaitu *basket display* (displai menggunakan

keranjang). Bentuk instrumen yang digunakan oleh peneliti adalah kuesioner dengan model skala *likert*

c. Kisi-Kisi Instrumen *Visual Merchandising* (Tampilan Visual)

Kisi-kisi instrumen yang disajikan pada bagian ini merupakan kisi-kisi instrumen yang digunakan untuk mengukur variabel *visual merchandising* yang diujicobakan dan juga sebagai kisi-kisi instrumen final yang digunakan untuk mengukur variabel *visual merchandising*. 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.4.

Tabel III. 4
Kisi-Kisi Instrumen *Visual Merchandising* (Tampilan Visual) (Variabel X)

Dimensi	Indikator	Sub Indikator	Butir uji Coba		Dro p	Butir Valid		Butir Final	
			(+)	(-)		(+)	(-)	(+)	(-)
Pencahayaayan	<i>Primary light</i> (lampu utama)		1	5		1	5	1	5
	<i>Spot light</i> (lampu sorot)		2	6		2	6	2	6
<i>POP Materials</i>	<i>Shelf talker</i> (papan iklan yang dipasang di rak produk)		19 23	25 29	25	19 23	29	16 20	24
<i>Signage</i> (tanda petunjuk)	<i>Various product section</i>	Petunjuk jenis barang	3 4	7 8	8	3,4	7	3,4	7
	Fasilitas	Penitipan barang	9	14	14	9		8	
	<i>Promotional signage</i>	Sampel produk	20	26		20	26	17	22
		Diskon	21 22	27 28	28	21 22	27	18 19	23
Furniture	Meja		10	15		10	15	9	12
	Gondola / rak barang		11	26	11		16		13
Desain interior	<i>Mini display</i> (displai menggunakan stan kecil)		12	17		12	17	10	14
	<i>Cut boxes display</i> (displai menggunakan karton)		13	18		13	18	21	25
	<i>Basket display</i> (displai menggunakan keranjang)		24	30		24	30	11	15

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.5

TABEL III. 5
Skala Penilaian Instrumen *Visual Merchandising* (Tampilan Visual)

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 *Visual Merchandising* (Tampilan Visual)

Proses pengembangan instrumen *visual merchandising* (tampilan visual) dimulai dengan penyusunan instrumen model Skala *Likert* yang terlihat pada tabel III. 4.

Tahap berikutnya konsep instrumen dikonsultasikan kepada dosen pembimbing berkaitan dengan validitas konstruk, yaitu seberapa jauh butir - butir indikator tersebut telah mengukur indikator dari variabel *visual merchandising* (tampilan visual) sebagaimana tercantum pada tabel III. 4. Setelah konsep instrumen disetujui, langkah selanjutnya adalah instrumen diujicobakan kepada warga yang bukan merupakan bagian dari sampel penelitian, yaitu RT 05 RW 03 Kelurahan Marga Mulya Kecamatan Bekasi Utara di Kota Bekasi yang berjumlah 30 yang memiliki karakteristik yang sesuai.

Proses validasi dilakukan dengan menganalisis data uji coba instrumen, yaitu validitas butir dengan menggunakan koefisien

korelasi antara skor butir dengan skor total instrumen. Rumus yang digunakan adalah sebagai berikut:

$$r_{it} = \frac{\sum x_{it}}{\sqrt{\sum x_i^2 \sum x_t^2}} \quad 64$$

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 (lampiran 13), maka dari pernyataan yang telah divalidasi terdapat 5 pernyataan yang *drop*, sehingga yang *valid* dan tetap digunakan sebanyak 25 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*:

$$r_{ii} = \frac{k}{k-1} \left[1 - \frac{\sum si^2}{st^2} \right] \quad 65$$

Dimana :

r_{ii} = Reliabilitas instrumen

k = Banyak butir pernyataan (yang valid)

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

st^2 = Varian skor total

⁶⁴ Djaali dan Pudji Muljono, *op.cit.*, h. 86

⁶⁵ *Ibid.*, h. 89.

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

$$S_i^2 = \frac{\sum X_i^2 - \frac{(\sum X_i)^2}{n}}{n} \quad 66$$

Dimana :

S_i^2 = Simpangan baku

n = Jumlah populasi

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

$\sum X_i$ = Jumlah data

Dari hasil perhitungan diperoleh hasil $S_i^2 = 0,57$, $St^2 = 80,16$ dan r_{ii} sebesar 0,868 Hal ini menunjukkan bahwa koefisien reliabilitas termasuk dalam kategori tinggi, sesuai dengan kriteria yang ditunjukkan tabel *Alpha Cronbach* $0,7 \leq \alpha < 0,9$ (proses perhitungan terdapat pada lampiran 15). Dengan demikian dapat dikatakan bahwa instrumen yang berjumlah 25 butir pernyataan inilah yang akan digunakan sebagai instrumen final untuk mengukur *visual merchandising* (tampilan visual).

⁶⁶ Burhan Nurgiyanto, Gunawan dan Marzuki, *loc.cit.*

F. 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:

$$\hat{Y} = a + bX \quad ^{67}$$

Dimana Koefisien a dan b dapat dicari dengan rumus sebagai berikut:⁶⁸

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

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

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

⁶⁷ Sudjana, *Metoda Statistik* (Bandung :PT Tarsito, 2005), h. 312.

⁶⁸ *Ibid.*, h. 315.

2. Uji Persyaratan Analisis

a. Uji Normalitas Galat Taksiran Regresi Y atas X ($Y - \hat{Y}$)

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

Kriteria pengujian:

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

Tolak H_0 jika $L_{hitung} > L_{tabel}$ 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_0 : $Y = \alpha + \beta X$

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

Kriteria pengujian:

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

Tolak H_0 jika $F_{hitung} > F_{tabel}$, maka persamaan regresi dinyatakan tidak linier.

Untuk mengetahui keberartian dan linearitas persamaan regresi di atas digunakan tabel ANAVA pada tabel III.6 berikut ini:⁶⁹

Tabel III. 6
DAFTAR ANALISIS VARIANS
UNTUK UJI KEBERARTIAN DAN LINEARITAS REGRESI

Sumber Varians	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	$JK(s) - JK(G)$	$\frac{JK(TC)}{db(TC)}$	$\frac{ns)RJK(TC)}{RJK(G)}$	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*

⁶⁹ *Ibid.*, h. 332.

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 :

$$H_0 : \beta = 0$$

$$H_1 : \beta \neq 0$$

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

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

b. Perhitungan Koefisien Korelasi

Untuk mengetahui seberapa jauh hubungan variabel X terhadap variabel Y (besar kecilnya hubungan antara kedua variabel), maka menghitung r_{xy} dapat menggunakan rumus r_{xy} *Product Moment* dan *Karl Pearson*, dengan rumus sebagai berikut⁷⁰:

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

Dimana:

- r_{xy} = Tingkat keterkaitan hubungan
- $\sum x$ = Jumlah skor dalam sebaran X
- $\sum y$ = Jumlah skor dalam sebaran Y

⁷⁰ Sugiyono, *Metode Penelitian Pendidikan* (Bandung: Alfabeta, 2013), h. 255

c. Uji Keberartian Koefisien Korelasi (Uji-t)

Untuk mengetahui keberartian hubungan antara kedua variabel digunakan uji-t, dengan rumus sebagai berikut:⁷¹

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

Dimana:

T_{hitung}	= Skor signifikan koefisien korelasi
r_{xy}	= Koefisien korelasi product moment
n	= banyaknya sampel/data

Hipotesis statistik:

Ho : $\rho \leq 0$

Hi : $\rho > 0$

Dengan kriteria pengujian:

Tolak Ho jika $t_{hitung} > t_{tabel}$, maka koefisien korelasi dinyatakan signifikan.

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

Koefisien korelasi dilakukan pada taraf signifikan ($\alpha=0,05$) dengan derajat kebebasan (dk) = $n-2$.

⁷¹ Sudjana, *op. cit.*, h. 377

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*

⁷² Sugiyono, *Statistika untuk Penelitian* (Bandung : Alfabeta, 2007), h. 231.