

BAB III

METODOLOGI PENELITIAN

A. Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah yang ada, maka tujuan penelitian ini ialah mendapatkan pengetahuan yang tepat untuk memperoleh data empiris dan fakta-fakta yang tepat, sah, valid, serta dapat dipercaya dan diandalkan tentang hubungan antara strategi perluasan merek (*brand extension*) dengan citra merek (*brand image*) Dove pada warga RT004/RW004 Larangan Indah Tangerang.

B. Tempat dan Waktu Penelitian

1. Tempat Penelitian

Penelitian ini dilaksanakan di RT 004/RW 004 Larangan Indah Tangerang. Tempat ini dipilih berdasarkan survey awal yang peneliti lakukan, pelanggan Dove lebih banyak di dominasi oleh kaum perempuan oleh karena itu peneliti melakukan penelitian pada warga karena bisa mencakup semua kalangan dan usia sehingga memungkinkan peneliti untuk mendapatkan responden lebih banyak . Tempat ini dipilih juga karena merupakan tempat kediaman peneliti, sehingga memudahkan proses pengambilan data untuk penelitian ini. Selain itu peneliti tertarik untuk meneliti masalah yang terdapat pada warga RT004/RW004 Larangan Indah Tangerang yang menganggap perluasan merek Dove yang tidak efektif dan dapat merusak citra merek Dove.

2. Waktu Penelitian

Penelitian ini dilakukan selama 4 bulan, terhitung dari bulan Maret 2015 sampai bulan Juni 2015. Waktu ini dipilih karena dianggap sebagai waktu yang paling efektif untuk melaksanakan penelitian. Karena peneliti tidak lagi disibukkan oleh jadwal perkuliahan.

C. Metode Penelitian

1. Metode

Metode penelitian merupakan “Cara ilmiah untuk mendapatkan data dengan tujuan dan kegunaan tertentu”⁴⁶. Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah *survey* dengan pendekatan korelasi. Alasan peneliti menggunakan metode ini karena sesuai dengan tujuan dari penelitian yaitu untuk mengetahui hubungan antara variabel bebas (strategi perluasan merek) dengan variabel terikat (citra merek).

Metode survei adalah :

Penelitian yang dilakukan pada populasi besar maupun kecil, tetapi data yang dipelajari adalah data sampel yang diambil dari populasi tersebut, sehingga ditemukan kejadian-kejadian relative, distribusi, dan hubungan-hubungan antar variabel sosiologis maupun psikologis⁴⁷.

Korelasi adalah nilai yang menunjukkan kekuatan dan arah hubungan linier antara dua variabel. Adapun alasan menggunakan pendekatan

⁴⁶ Sugiyono, *Metode Penelitian Bisnis* (Bandung: Alfabeta, 2002), p.1

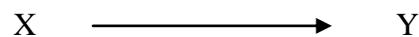
⁴⁷ *Ibid*, p.7

korelasional adalah untuk menemukan ada tidaknya hubungan dan apabila ada, berapa erat hubungan, serta berarti atau tidaknya hubungan tersebut. Dengan pendekatan korelasional dapat dilihat hubungan antara dua variabel, yaitu variabel bebas (strategi perluasan merek) yang diberi simbol X sebagai variabel yang mempengaruhi variabel terikat (citra merek) diberi simbol Y sebagai variabel yang dipengaruhi.

2. Konstelasi Hubungan antara Variabel

Sesuai dengan hipotesis yang diajukan bahwa terdapat hubungan positif antara variabel X (strategi perluasan merek) dengan variabel Y (citra merek).

Maka konstelasi hubungan antara variabel X dan variabel Y dapat digambarkan sebagai berikut:



Keterangan :

Variabel Bebas (X) : Strategi Perluasan Merek

Variabel Terikat (Y) : Citra Merek

\longrightarrow : Arah Hubungan

D. Populasi dan Teknik 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”⁴⁸.

Populasi penelitian ini adalah warga RT004/RW004 Larangan Indah Tangerang yang pernah dan masih menggunakan merek Dove. Berdasarkan survei awal yang dilakukan jumlah populasi sebesar 68 orang yang pernah dan masih menggunakan merek Dove.

“Sampel adalah bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi tersebut”⁴⁹. Sampel diambil sebanyak 58 orang berdasarkan table Isaac & Michael penentuan jumlah sampel dari populasi tertentu dengan taraf kesalahan 5%.

Teknik pengambilan sampel dalam penelitian ini menggunakan teknik sampel *purposive sampling (Judgment Sampling)*. Teknik ini digunakan berdasarkan penilaian terhadap karakteristik anggota sampel yang disesuaikan dengan tujuan penelitian.⁵⁰ Pertimbangan hanya akan memilih sampel yang memenuhi kriteria penelitian sehingga mereka dapat memberikan jawaban yang dapat mendukung jalannya penelitian ini. Kriteria pemilihan sampel dalam penelitian ini adalah warga RT004/RW004 Larangan Indah Tangerang

⁴⁸ Sugiyono, *op.cit*, p.72

⁴⁹ *Ibid.*, p.73

⁵⁰ Suharyadi, Purwanto S.K, *Statistika Untuk Ekonomi dan Keuangan Modern* (Jakarta : Salemba Empat, 2009), p. 17

yang pernah dan masih menggunakan merek Dove. Untuk menentukan sampel diambil secara acak sederhana (*simple random sampling*).

E. Teknik Pengumpulan Data

Penelitian ini meneliti dua variabel yaitu Perluasan Merek (variabel X) dan Citra Merek (variabel Y)

1. Citra Merek (Variabel Y)

a. Definisi Konseptual

Citra merek adalah keseluruhan ingatan konsumen terhadap sebuah merek tertentu berdasarkan asosiasi, informasi dan pengalaman yang dirasakan konsumen yang melekat pada memori konsumen.

b. Definisi Operasional

Variabel citra merek dapat diukur dengan menggunakan dimensi Jenis asosiasi merek dengan tiga indikator. Indikator yang pertama yaitu atribut dengan sub-indikator harga, kemasan, warna dan ukuran. Indikator yang kedua yaitu manfaat dengan sub-indikator fungsional dan pengalaman. Dan indikator yang terakhir yaitu sikap..

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

c. Kisi-Kisi Instrumen Citra Merek

Kisi-Kisi instrument yang disajikan pada bagian ini merupakan kisi-kisi intrumen yang digunakan untuk mengukur variable citra merek dan juga sebagai kisi-kisi instrument final yang digunakan untuk mengukur variabel citra merek. Kisi-kisi ini disajikan dengan maksud untuk memberikan informasi mengenai butir-butir yang *drop* setelah uji validitas dan uji realibilitas. Kisi-kisi instrument dapat dilihat pada tabel III.1

Tabel III.1

Kisi-Kisi Instrumen Citra Merek (Variabel Y)

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

Untuk mengisi setiap butir pernyataan dalam instrument 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:

TabeIII.2

Skala Penilaian Instrumen Citra 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 Citra Merek

Proses pengembangan Instrumen Citra Merek dimulai dengan penyusunan instrument model Skala *Likert* yang mengacu pada indikator-indikator variabel citra merek yang terlihat pada tabel III.1

Tahap berikutnya konsep instrument dikonsultasikan kepada dosen pembimbing berkaitan dengan validitas konstruk, yaitu seberapa jauh butir-butir indikator tersebut telah mengukur dimensi dan indikator dari variabel citra merek. Setelah disetujui, langkah selanjutnya adalah instrument diuji cobakan kepada warga RT003/RW004 Larangan Indah Tangerang sebanyak 30 orang responden.

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

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

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*. Berdasarkan perhitungan maka dari pernyataan yang telah divalidasi terdapat 6 pernyataan yang *drop*, sehingga yang *valid* dan tetap digunakan sebanyak 23 pernyataan (Proses perhitungan lihat lampiran 7).

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

⁵¹ Djaali dan Pudji Muljono, *Pengukuran Dalam Bidang Pendidikan* (Jakarta : Grasindo, 2008), p. 86

Uji realibilitas dengan rumus *Alpha Cronbach*, yaitu :

$$r_{ii} = \frac{k}{k-1} \left[1 - \frac{\sum si^2}{st^2} \right] \quad ^{52}$$

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 :

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

Dimana :

Si^2 = Simpangan baku

n = Jumlah populasi

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

$\sum Xi$ = Jumlah dat

Dari hasil perhitungan diperoleh hasil $Si^2 = 1,12$ dan $st^2 = 140,49$ dan r_{ii} sebesar 0,916 (proses perhitungan terdapat pada lampiran 8). Hal ini menunjukkan bahwa, berdasarkan tabel *Alpha Cronbach* koefisien reliabilitas

⁵²*Ibid.*, p. 89

termasuk dalam kategori sangat tinggi dimana $\alpha \geq 0,9$ (Lampiran 14). Dengan demikian dapat dikatakan bahwa instrument yang berjumlah 23 butir pernyataan inilah yang akan digunakan sebagai instrumen final untuk mengukur citra merek.

2. Perluasan Merek (Variabel X)

a. Definisi Konseptual

Perluasan merek adalah pengembangan produk baru pada kategori baru dengan menggunakan nama yang sudah ada.

b. Definisi Operasional

Variabel perluasan merek dapat diukur dengan tiga dimensi. Dimensi yang pertama adalah *Similarity* (Similaritas) dengan indikator *Congruence* (Kesesuaian). Dimensi kedua adalah *Reputation* (Reputasi) dengan indikator *outcome product* (kualitas produk) dengan sub-indikator yaitu kinerja dan keragaman. Dimensi yang terakhir adalah *Innovativeness* (Inovasi) dengan indikator *willingness* (kerelaan) dan *receptivity to new ideas* (penerimaan terhadap ide-ide yang baru).

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

c. Kisi-Kisi Instrumen Perluasan Merek

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

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.3

Kisi-Kisi Instrumen Perluasan Merek (variabel X)

Dimensi	Indikator	Sub Indikator	Butir Uji Coba		Drop	No. Butir Valid		No. Butir Final	
			(+)	(-)		(+)	(-)	(+)	(-)
Similaritas	Kesesuaian		2,3,7,8,9,14,15	6	8,9	2,3,7,14,15	6	2,3,7,12,13	6
Reputasi	Kualitas Produk	Kinerja	1,4,5,11,12	10,13	-	1,4,5,11,12	10,13	1,4,5,9,10	8,11
		Keragaman	16,17,19,24	-	16,19	17,24	-	14,19	-
Inovasi	Kerelaan		18,22,23	27	22,27	18,22	-	15,18	-

	Penerimaan Terhadap Ide baru		20,26,28	21,25	26	20,28	21,25	16,21	17,20
--	------------------------------	--	----------	-------	----	-------	-------	-------	-------

Tabel III.4
Skala Penilaian Untuk Perluasan 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 Perluasan Merek

Proses pengembangan instrumen perluasan merek dimulai dengan penyusunan instrument model Skala *Likert* yang mengacu pada indikator-indikator variabel perluasan merek yang 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 dimensi dan indikator dari variabel perluasan merek sebagaimana tercantum pada tabel III.3. Setelah konsep

instrumen disetujui, langkah selanjutnya adalah instrumen diujicobakan pada 30 responden warga RT003/RW004 Larangan Indah Tangerang.

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

$$r_{it} = \frac{\sum xi.xt}{\sqrt{\sum xi^2 \sum xt^2}} \quad ^{53}$$

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, maka dari pernyataan yang telah divalidasi terdapat 7 pernyataan yang *drop*, sehingga yang *valid* dan tetap digunakan sebanyak 21 pernyataan (Proses perhitungan lihat lampiran 12).

⁵³ Djaali dan Pudji Muljono, *Op. Cit*, p. 86

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

Uji reliabilitas dengan rumus *Alpha Cronbach* yaitu :

$$r_{ii} = \frac{k}{k-1} \left[1 - \frac{\sum si^2}{st^2} \right]^{54}$$

Dimana :

S_i^2 = Simpangan baku

n = Jumlah populasi

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

$\sum Xi$ = Jumlah data

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

$$S_i^2 = \frac{\sum Xi^2 - \frac{(\sum Xi)^2}{n}}{n}^{55}$$

Dimana :

S_i^2 = Simpangan baku

n = Jumlah populasi

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

$\sum Xi$ = Jumlah data

⁵⁴ *Ibid*, p. 89

⁵⁵ Burhan Nurgiyantoro, Gunawan, & Marzuki, *Op. Cit*, p.350.

Dari hasil perhitungan diperoleh hasil $S_i^2 = 1,45$ $S_t^2 = 101,52$ dan r_{ii} sebesar 0,900 (proses perhitungan terdapat pada lampiran 13). Hal ini menunjukkan bahwa, berdasarkan tabel *Alpha Cornbach* koefisien reliabilitas termasuk dalam kategori sangat tinggi dimana $\alpha \geq 0,9$ (Lampiran 14). Dengan demikian dapat dikatakan bahwa instrument yang berjumlah 21 butir pernyataan inilah yang akan digunakan sebagai instrument final untuk mengukur perluasan merek.

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:

$$\hat{Y} = a + bX \quad ^{56}$$

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

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

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

⁵⁶ Sugiyono, *Op. Cit.*, p. 188

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 galat taksiran regresi Y atas X ($Y - \hat{Y}$) yang diperoleh dipakai dalam perhitungan, galat taksiran regresi Y atas X ($Y - \hat{Y}$) tersebut diuji terlebih dahulu untuk mengetahui apakah galat taksiran Y atas X ($Y - \hat{Y}$) 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_1 : $Y \neq \alpha + \beta X$

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.5 berikut ini:⁵⁷

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	k - 2	JK(s) - JK(G)	$\frac{JK(TC)}{db(TC)}$	$\frac{RJK(TC)}{RJK(G)}$ ns	Fo < Ft Maka

⁵⁷Ibid, p. 332.

(TC))	regresi linier
Galat (G)	$n - k$	$JK(G) = \sum Y^2 - \frac{(\sum Y)^2}{n}$	$\frac{JK(G)}{db(G)}$	-	-

Keterangan : *) Persamaan regresi berarti

ns) persamaan regresi linier/*not significant*

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

b. Perhitungan Koefisien Korelasi

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

$$r_{xy} = \frac{\sum xy}{\sqrt{\sum x^2 \sum y^2}} \text{ }^{58}$$

Dimana:

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

c. Uji Keberartian Koefisien Korelasi (Uji-t)

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

$$t \text{ hitung} = \frac{r\sqrt{n-2}}{\sqrt{1-r^2}} \text{ }^{59}$$

Dimana:

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

⁵⁸Ibid, p.212.

⁵⁹Ibid, p. 214.

Hipotesis statistik:

$$H_0 : \rho \leq 0$$

$$H_1 : \rho > 0$$

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:

$$KD = r_{xy}^2 \text{ }^{60}$$

Dimana :

KD = Koefisien determinasi

r_{xy} = Koefisien korelasi *product moment*

⁶⁰ Sugiyono, *Statistika untuk Penelitian* (Bandung : Alfabeta, 2007), p.231.