

BAB III

METODOLOGI PENELITIAN

A. Tujuan Penelitian

Tujuan yang ingin dicapai dari penelitian ini adalah untuk mendapatkan pengetahuan berdasarkan data dan fakta yang tepat (sahih, benar, valid) dan dapat dipercaya (dapat diandalkan atau reliable) secara empiris tentang hubungan antara ekuitas merek dengan kepuasan pelanggan *McDonalds* Pondok Gede pada warga RW 11 Kelurahan Jatirahayu Kecamatan Podok Melati di Kota Bekasi.

B. Tempat dan Waktu Penelitian

1. Tempat Penelitian

Penelitian ini dilakukan di RW 11 Kelurahan Jatirahayu, Kecamatan Pondok Melati, Kota Bekasi. Peneliti mengadakan penelitian di tempat tersebut karena berdasarkan *survey* awal yang dilakukan, banyak warga yang pernah mengonsumsi produk *McDonalds*. Selain itu di tempat penelitian ini juga memiliki masalah mengenai menurunnya kepuasan sehingga cocok untuk dijadikan tempat penelitian.

2. Waktu Penelitian

Penelitian ini dilaksanakan selama tiga bulan, yaitu dilakukan mulai Maret sampai Mei 2014. Pengambilan waktu tersebut merupakan

waktu yang efektif bagi peneliti melakukan penelitian, karena dalam waktu tersebut peneliti memiliki waktu luang yang cukup untuk melakukan penelitian.

C. Metodologi Penelitian

1. Metode

Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode survey 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 relative, distribusi dan hubungan-hubungan antar variabel sosiologis maupun psikologis⁴⁰.

Metode ini dipilih karena sesuai dengan tujuan penelitian yang ingin dicapai, yaitu untuk mengetahui apakah terdapat hubungan antara ekuitas merek sebagai variabel bebas dan diberi simbol X dengan kepuasan pelanggan sebagai variabel terikat dan diberi simbol Y.

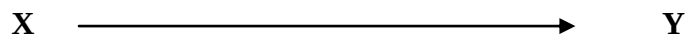
Adapun alasan menggunakan pendekatan korelasional yaitu untuk menemukan ada tidaknya hubungan. Apabila ada, ingin mengetahui berapa eratnya hubungan tersebut.

Dengan pendekatan korelasional dapat dilihat hubungan antara dua variabel, yaitu variabel bebas (Ekuitas Merek) dengan variabel terikat (Kepuasan Pelanggan).

⁴⁰ Sugiyono, *Metode penelitian Administrasi* (Bandung: Alfabeta, 2011), Hal.7

2. Konstelasi hubungan antar variabel

Konstelasi hubungan antar variabel dapat digambarkan sebagai berikut :



Keterangan :

X : Ekuitas Merek (Variabel Bebas)

Y : Kepuasan Pelanggan (Variabel Terikat)

————→ : Arah Hubungan

D. Populasi dan Teknik Sampling

Menurut Sugiyono di dalam bukunya Metode Penelitian Administrasi untuk penelitian berpendapat bahwa,

Populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri atas obyek/subyek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya⁴¹.

Adapun populasi yang digunakan dalam penelitian ini adalah semua warga RW 11 Kelurahan Jatirahayu Bekasi yang berjumlah 689 kepala keluarga (KK) dan Populasi terjangkau adalah warga RT 04 RW 11 Kelurahan Jatirahayu Bekasi yang puas terhadap produk *McDonalds* Pondok Gede sebanyak 45 responden, Hal tersebut dikarenakan berdasarkan *survey* awal yang dilakukan dengan wawancara langsung ke warga.

Berdasarkan hasil *survey* awal yang dilakukan peneliti, berikut data jumlah warga RW 11 Kelurahan Jatirahayu yang pernah mengkonsumsi produk *McDonalds* pada table III.1.

⁴¹ *Ibid, Hal. 90*

Tabel III.1**Jumlah yang pernah mengkonsumsi *McDonalds***

Nama RT	Jumlah Warga	Jumlah warga yang pernah mengkonsumsi produk <i>McDonalds</i>
RT 01	80	20
RT 02	75	15
RT 03	90	20
RT 04	85	45
RT 05	77	10
RT 06	93	32
RT 07	82	18
RT 08	80	24
Jumlah	662	184

“Sampel adalah bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi tersebut”⁴². Berdasarkan tabel penentuan sampel dari Isaac dan Michael jumlah sampel dari populasi dengan sampling error 5% adalah 40.

Teknik pengambilan sampel yang digunakan adalah teknik sampel acak sederhana (*Simple Random Sampling Technique*). Teknik ini dipilih berdasarkan pertimbangan bahwa “setiap unsur atau anggota populasi memiliki kesempatan yang sama untuk dipilih sebagai sampel”⁴³.

⁴² Sugiyono. Ibid, hal. 91

⁴³ Singgih Santosa dan Fandy Tjiptono, ‘Riset Pemasaran : Konsep dan Aplikasi dengan SPSS’, (Jakarta : PT Elex Media Komputindo, 2001), h. 85

Yaitu dengan cara melakukan undian dari seluruh populasi terjangkau yang ada. Teknik ini digunakan dengan harapan dapat terwakilinya data dari populasi tersebut.

E. Teknik Pengumpulan Data

1. Kepuasan Pelanggan

a. Definisi Konseptual

Kepuasan pelanggan adalah tingkat emosional konsumen pada evaluasi purnabeli yang membandingkan kinerja produk atau jasa yang di konsumsi dengan prediksi harapan sebelum mengkonsumsi produk atau jasa tersebut.

b. Definisi Operasional

Kepuasan pelanggan memiliki delapan faktor yang sering digunakan untuk mengevaluasi kepuasan terhadap suatu produk yaitu, Ciri-ciri atau keistimewaan tambahan (features) melalui indikator penambahan arena bermain, penambahan smoking area, ketersediaan Wi-Fi, keanekaragaman makanan ringan. Kesesuaian dengan spesifikasi (conformance to specification) dengan indikator bentuk produk, ukuran produk. Kemampuan pelayanan (service ability) dengan indikator kecepatan menangani keluhan, kesopanan dalam melayani pesanan, ketepatan layanan delivery order. Estetika (aesthetics) melalui indikator perpaduan warna kemasan produk, aroma produk yang segar, pemenuhan selera rasa pada produk.

Kepuasan pelanggan diukur dengan kuesioner skala likert sebanyak 31 pernyataan yang mengacu pada indikator-indikator kepuasan pelanggan.

c. Kisi-Kisi Instrumen Kepuasan Pelanggan

Kisi-kisi instrumen untuk mengukur kepuasan yang disajikan pada bagian ini merupakan kisi-kisi instrumen yang digunakan untuk mengukur variabel kepuasan pelanggan, juga sebagai kisi-kisi instrumen final yang digunakan untuk mengukur variabel kepuasan pelanggan.

Kisi-kisi ini disajikan dengan maksud untuk memberikan informasi mengenai butir-butir yang *drop* setelah dilakukan uji validitas dan uji reliabilitas. Kisi-kisi instrumen kepuasan pelanggan dapat dilihat pada tabel III.1.

Tabel III.2

Kisi-Kisi Instrumen Kepuasan Pelanggan (Variabel Y)

Dimensi	Indikator	Butir Uji Coba		Drop	No.Butir Final	
		(+)	(-)		(+)	(-)
Ciri-ciri atau keistimewaan tambahan (<i>features</i>)	Penambahan arena bermain anak-anak	1,10	11	11	1,10	
	Penambahan smoking area	2,12	15		2,11	14

Kesesuaian dengan spesifikasi (<i>conformance to specification</i>)	Bentuk produk	3,13	16	16	3,12	
	Ukuran produk	4,14	17		4,13	15
Kemampuan pelayanan (<i>service ability</i>)	Kecepatan menangani keluhan	18,31	23	23	18,31	
	Kesopanan dalam melayani pesanan	5,19, 30	24		5,17, 25	20
	Ketepatan layanan delivery order	6,29	26	26	6,24	
Estetika (<i>aesthetics</i>)	Perpaduan warna kemasan produk	7,20	27	20	7	22
	Aroma produk yang segar	8,21	28		8,18	23
	Pemenuhan selera rasa pada produk	9,22	25		9,19	21

Untuk mengisi setiap butir pernyataan dengan menggunakan model skala Likert, telah disediakan lima alternatif jawaban yang telah disediakan dan setiap jawaban bernilai satu sampai lima sesuai dengan tingkat jawabannya. Untuk lebih jelasnya dapat dilihat pada tabel III.2.

Tabel III.3
Skala Penilaian Untuk Kepuasan Pelanggan

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 kepuasan pelanggan

Proses pengembangan instrumen ini dimulai dengan penyusunan instrumen berbentuk kuesioner model Skala Likert sebanyak 31 yang mengacu pada model dimensi dan indikator variabel kepuasan pelanggan seperti terlihat pada tabel III.2 yang disebut sebagai konsep instrumen untuk mengukur variabel kepuasan pelanggan.

Tahap berikutnya konsep instrumen dikonsultasikan kepada dosen pembimbing berkaitan dengan validitas konstruk, yaitu seberapa jauh butir – butir dimensi tersebut telah mengukur dimensi dan indikator dari variabel kepuasan pelanggan sebagaimana tercantum pada tabel III.2. Setelah konsep instrumen disetujui, langkah selanjutnya adalah instrumen diuji cobakan kepada 30 warga RT 06 RW 11 yang pernah mengkonsumsi produk *McDonalds*.

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:

$$r_{it} = \frac{\sum x_i x_t}{\sqrt{\sum x_i^2 \sum x_t^2}} \quad ^{44}$$

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 $r_{it} > r_{tabel}$, maka butir pernyataan dianggap valid. Sedangkan, jika $r_{it} < r_{tabel}$, maka butir pernyataan dianggap tidak valid, yang kemudian butir pernyataan tersebut tidak digunakan atau di drop. Berdasarkan uji validitas instrumen penelitian sebanyak 31 butir pernyataan, diperoleh pernyataan valid sebanyak 26 butir.

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.

⁴⁴ Sugiyono, Pengukuran dalam bidang Pendidikan (Jakarta: Grasindor, 2008), Hal. 86

Uji reliabilitas dengan rumus *Alpha Cronbach* yaitu :

$$r_{ii} = \frac{k}{k-1} \left[1 - \frac{\sum si^2}{st^2} \right] \quad ^{45}$$

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:

$$St^2 = \frac{\sum Xi^2 - \frac{(\sum Xi)^2}{n}}{n} \quad ^{46}$$

Dimana : S_t^2 = Simpangan baku

n = Jumlah populasi

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

$\sum Xi$ = Jumlah data

Berdasarkan rumus di atas, reliabilitas terhadap butir-butir pernyataan telah dinyatakan valid dihitung sehingga didapat varians butir (Si^2). Selanjutnya dicari jumlah varians total (St^2) sebesar 184.99 kemudian dimasukkan ke dalam rumus Alpha Cronbach dan didapatkan hasil r_{ii} yaitu 0,918.

Berdasarkan uji reliabilitas terhadap butir pernyataan valid, diperoleh angka r_{ii} sebesar 0,918, angka tersebut berada dalam

⁴⁵ Ibid. Hlm 89

⁴⁶ Burhan Nurgiyanto, Gunawan dan Marzuki, *Statistik Terapan Untuk Penelitian Ilmu-Ilmu Sosial* (Yogyakarta : Gajah Mada University Pers, 2004), hal. 350

kategori (0,800- 1,000) sehingga memiliki tingkat reliabilitas yang sangat tinggi.

Dengan demikian dapat dikatakan bahwa instrumen yang berjumlah 26 butir itulah yang dapat digunakan sebagai instrumen final yang mengukur kepuasan pelanggan.

2. Ekuitas Merek

a. Definisi Konseptual

Ekuitas Merek merupakan aset dan liabilitas merek yang terkait dengan merek, nama, dan simbol dan persepsi konsumen terhadap merek yang mencakup harga, pangsa pasar, kepuasan dan keseluruhan penghargaan yang mampu menambah atau mengurangi nilai yang diberikan sebuah produk atau jasa baik pada perusahaan maupun pelanggan.

b. Definisi Operasional

Ekuitas Merek memiliki lima dimensi, yakni Kinerja, Citra sosial, Nilai, Trustworthiness, attachment. Indikator dari kinerja ialah kebersihan produk dan pelayanan karyawan. Indikator dari citra sosial ialah kepribadian konsumen, kebanggaan terhadap merek dan penerimaan merek di lingkungan sosial. Indikator dari perasaan secara pribadi (*attachment*) ialah pengalaman yang diberikan merek produk dan tanggapan konsumen terhadap merek produk. Indikator dari nilai ialah fungsional dan nilai pengorbanan, indikator dari kepercayaan

konsumen (*trustworthiness*) adalah adanya hubungan antara produsen dengan konsumen.

Ekuitas merek diukur dengan kuesioner skala likert sebanyak 40 pernyataan yang mengacu pada indikator-indikator ekuitas merek.

c. Kisi-Kisi Instrumen Penelitian Ekuitas Merek

Kisi-kisi instrumen penelitian Ekuitas Merek yang disajikan pada bagian ini merupakan kisi-kisi instrumen yang digunakan untuk mengukur variabel Ekuitas Merek dan sebagai kisi-kisi instrument final yang digunakan untuk mengukur variabel Ekuitas Merek.

Kisi-kisi ini disajikan dengan maksud untuk memberikan informasi mengenai butir-butir yang *drop* setelah dilakukan uji validitas dan uji reabilitas. Kisi-kisi instrumen Ekuitas Merek dapat dilihat pada tabel III.4.

Tabel III.4

Kisi-Kisi Instrumen Ekuitas Merek (Variabel X)

Dimensi	Indikator	Butir Uji Coba		Drop	No.Butir Final	
		(+)	(-)		(+)	(-)
Kinerja	Kebersihan produk	1,12,31	11,37	11,31,37	1,10	
	Pelayanan karyawan	2,14,39	13,32	32	2,12,32	13
Citra Sosial	Kepribadian konsumen	3,16,33,35	15,34	16,34	3,28,29	13
	Kebanggaan terhadap merek	4,19	17		4,16	14

	penerimaan merek di lingkungan sosial	5,18	20		5,15	17
Perasaan secara pribadi (Attachment)	Pengalaman yang diberikan merek produk	6,23	21		6,20	18
	Tanggapan konsumen terhadap merek produk	7,22 , 36	24,4 0	7	19,30	21, 33
Nilai	Fungsional	8,27	25		7,24	22
	Nilai pengorbanan	9,26	28		8,23	25
Kepercayaan konsumen (Trustworthiness)	Adanya hubungan antara produsen dengan konsumen	10,3 0,38	29		9,27,3 1	26

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

Tabel III.5

Skala Penilaian Untuk Ekuitas 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 Ekuitas Merek

Proses pengembangan instrumen ini dimulai dengan penyusunan instrumen berbentuk kuesioner model Skala Likert sebanyak 40 yang mengacu pada model indikator-indikator variabel Ekuitas Merek seperti terlihat pada tabel III.4 yang disebut sebagai konsep instrumen untuk mengukur variabel Ekuitas Merek.

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 ekuitas merek sebagaimana tercantum pada tabel III.4. Setelah konsep instrumen disetujui, langkah selanjutnya adalah instrumen diuji cobakan kepada 30 warga RT 06 RW 11 yang pernah mengkonsumsi produk *McDonalds* Pondok Gede.

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:

$$r_{it} = \frac{\sum x_i x_t}{\sqrt{\sum x_i^2 \sum x_t^2}} \quad ^{47}$$

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

⁴⁷ Sugiyono, Loc.Cit. hal. 86

Kriteria batas minimum pernyataan yang diterima adalah $r_{\text{tabel}} = 0.361$, jika $r_{\text{it}} > r_{\text{tabel}}$, maka butir pernyataan dianggap valid. Sedangkan, jika $r_{\text{it}} < r_{\text{tabel}}$, maka butir pernyataan dianggap tidak valid, yang kemudian butir pernyataan tersebut tidak digunakan atau di drop. Berdasarkan uji validitas instrumen penelitian sebanyak 40 butir pernyataan, diperoleh pernyataan valid sebanyak 33 butir.

Selanjutnya, dihitung reliabilitas terhadap butir-butir pernyataan yang telah dianggap valid dengan menggunakan rumus *Alpha Cronbach*. Uji reliabilitas dengan rumus *Alpha Cronbach*, yaitu :

$$r_{ii} = \frac{k}{k-1} \left[1 - \frac{\sum si^2}{st^2} \right]^{48}$$

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:

$$St^2 = \frac{\sum Xi^2 - \frac{(\sum Xi)^2}{n}}{n}^{49}$$

- Dimana : S_t^2 = Simpangan baku
- n = Jumlah populasi

⁴⁸ Sugiyono, Loc.Cit, hal. 89

⁴⁹ Burhan Nurgiyanto, Gunawan dan Marzuki, *Statistik Terapan Untuk Penelitian Ilmu-Ilmu Sosial* (Yogyakarta : Gajah Mada University Pers, 2004), hal. 350

$$\begin{aligned}\sum X_i^2 &= \text{Jumlah kuadrat data X} \\ \sum X_i &= \text{Jumlah data}\end{aligned}$$

Berdasarkan rumus di atas, reliabilitas terhadap butir-butir pernyataan telah dinyatakan valid dihitung sehingga didapat varians butir (S_i^2). Selanjutnya dicari jumlah varians total (S_t^2) sebesar 187.02 kemudian dimasukkan ke dalam rumus Alpha Cronbach dan didapatkan hasil r_{ii} yaitu 0,927 .

Berdasarkan uji reliabilitas terhadap butir pernyataan valid, angka tersebut berada dalam kategori (0,800- 1,000) sehingga memiliki tingkat reliabilitas yang sangat tinggi.

Dengan demikian dapat dikatakan bahwa instrumen yang berjumlah 33 butir itulah yang dapat digunakan sebagai instrumen final yang mengukur ekuitas 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:

$$\hat{Y} = a + bX \quad ^{50}$$

Dimana Koefisien a dan b dapat dicari dengan rumus sebagai berikut⁵¹:

⁵⁰ Sugiyono, Statistika untuk Penelitian (Bandung: Alfabeta, 2012), Hal. 261

⁵¹ Ibid, Hal. 315

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

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

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) Pengujian 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:

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

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

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.

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 :

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

Regresi dinyatakan negatif signifikan jika $F_{hitung} < F_{tabel}$

Untuk mengetahui keberartian dan linieritas persamaan regresi di atas digunakan table ANAVA pada tabel III.5 berikut ini⁵² :

Tabel III.5

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	$JK(s) - JK(G)$	$\frac{JK(TC)}{db(TC)}$	$\frac{RJK(TC)}{RJK(G)}$	Fo<Ft Maka regresi linier
Galat (G)	n- k	$JK(G) = \sum Y^2 - \frac{(\Sigma Y)^2}{n}$	$\frac{JK(G)}{db(G)}$	-	-

Keterangan: *) Persamaan regresi berarti

ns) Persamaan regresi linier/*not significant*

⁵² Ibid. Hal 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 berikut⁵³:

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

Dimana:

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

c. Uji Keberartian Koefisien Korelasi (Uji-t)

Mengetahui uji-t untuk mengetahui signifikan koefisien korelasi dengan rumus sebagai berikut⁵⁴:

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

Dimana:

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

⁵³ Sugiyono, Metode Penelitian Administrasi (Bandung: Alfabeta, 2012), Hal. 212

⁵⁴ Ibid. hal 214

Hipotesis statistik:

$$H_0 : \rho \leq 0$$

$$H_1 : \rho > 0$$

Dengan kriteria pengujian:

Koefisien korelasi dinyatakan signifikan jika $t_{hitung} > t_{tabel}$

Koefisien korelasi dinyatakan signifikan jika $t_{hitung} < t_{tabel}$

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:

$$KD = r_{xy}^2 \text{ }^{55}$$

Dimana :

KD = Koefisien determinasi

r_{xy} = Koefisien korelasi *product moment*

⁵⁵Sugiyono, *Statistika untuk Penelitian* (Bandung : Alfabeta, 2007), hal 231