

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) mengenai hubungan penataan barang pajangan (*window display*) dengan pembelian tidak terencana (*impulse buying*) pada Mahasiswa Universitas Negeri Jakarta di Matahari *Departement Store*, Arion Mall Jakarta Timur.

B. Tempat dan Waktu Penelitian

Tempat yang dipilih dalam penelitian ini adalah Matahari *Departement Store*, Arion Mall yang berada di wilayah Jakarta Timur karena lokasi itu dirasa tepat dan sering di kunjungi oleh Mahasiswa UNJ.

Waktu yang dipakai dalam penelitian ini yaitu pada bulan Oktober 2015 – Februari 2016 yaitu pada waktu Mahasiswa menjalankan proses Perkuliahan dikampus untuk mengumpulkan data sebanyak mungkin dari korespondes. Selain itu waktu penelitian pun akan dilakukan pada waktu atau jam tertentu dimana mahasiswa Universitas Negeri Jakarta yang pernah berkunjung, *hangout* atau jalan-jalan serta berbelanja di Matahari *Departement Store* Arion Mall Jakarta Timur.

C. Metode Penelitian

1. Metode

Metode penelitian merupakan “Cara ilmiah yang digunakan untuk mendapatkan data dengan tujuan tertentu”³⁷. Pada penelitian ini metode yang digunakan yakni metode penelitian dengan pendekatan korelasional. Adapun alasan menggunakan metode pendekatan korelasional adalah untuk menentukan ada tidaknya pengaruh antara ke dua variabel. Yaitu mencari korelasi antara penataan barang pajangan (*window display*) dengan pembelian impulsif (*impulse buying*).

2. Konstelasi Hubungan Antar Variabel

Sesuai dengan hipotesis yang diajukan maka:

1. Terdapat hubungan yang positif antara *window display* (X) dengan pembelian impulsif (*impulse buying*) (Y). Hubungan variabel dapat diilustrasikan dalam konstelasi sebagai berikut:



Keterangan:

X : *window display*

Y : pembelian impulsif (*impulsive buying*).

→ : Arah hubungan

D. Populasi dan Teknik Sampel

³⁷ Sugiyono, *Metode penelitian Pendidikan*, (Bandung: Alfabeta, 2010), h.3

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 kesimpulan. Sementara teknik sampling merupakan teknik pengambilan sampel.³⁸

Populasi dalam penelitian ini adalah Mahasiswa Universitas Negeri Jakarta. Hal ini karena mahasiswa tersebut dinilai memiliki tingkat emosi yang cukup tinggi terutama yang berkaitan dengan tingkat pembelian dan belanja. Hal ini diperkuat berdasarkan buku psikologi perkembangan karya Elizabeth Hurlock mengemukakan, apabila dilihat dari aspek psikologisnya usia rata-rata mahasiswa adalah usia yang notabeneanya banyak melakukan hal-hal yang tidak terencana termasuk dalam hal kegiatan pembelian³⁹.

Populasi mahasiswa dianggap tepat karena usia mahasiswa berkisar antara 17-25 yang berdasarkan tingkat perkembangan tergolong kedalam jenis remaja akhir yang secara psikologis masih labil dalam bertindak. Konsumen remaja mempunyai keinginan membeli yang tinggi karena pada umumnya remaja mempunyai ciri khas dalam berpakaian, berdandan, gaya rambut, tingkah laku, kesenangan musik, pertemuan dan pesta. Remaja ingin selalu berpenampilan yang dapat menarik perhatian orang lain terutama teman sebaya, sehingga remaja kebanyakan membelanjakan uangnya untuk keperluan tersebut.

³⁸ Sugiyono, *metode penelitian kuantitatif dan kualitatif dan R&D*, (Bandung: Alfabeta, 2011), h. 80

³⁹ Elizabeth Hurlock, *Psikologi perkembangan*, (Jakarta: Erlangga, 1991), h. 212

Selain itu dalam penelitian ini, peneliti hanya akan melakukan penelitian kepada responden yang berjenis kelamin perempuan saja. Karena berdasarkan banyak fakta dilapangan hampir sebagian besar barang yang dipajang atau ditata dalam *window display* adalah produk yang dikhususkan untuk wanita baik itu *fashion*, aksesoris, sepatu dll. Selain itu faktor yang mendasari peneliti hanya memilih responden perempuan karena berdasarkan buku psikologi perkembangan karya Elizabeth Hurlock, perempuan dinilai sangat mendahulukan perasaan (emosi) dalam memutuskan sesuatu terlebih dalam hal pengekspresian diri yang salah satunya berbelanja. Tentu hal ini dianggap tepat dan berkaitan dengan variabel yang akan diteliti yakni mengenai pembelian yang tidak terencana (*impulse buying*) dan penataan barang pajangan (*window display*).

Berdasarkan informasi yang peneliti himpun dari BAAK, berikut data mahasiswa Universitas Negeri Jakarta. Adapun jumlah mahasiswa UNJ secara keseluruhan untuk mahasiswa S1 dan D3 yakni sebanyak 23.809 mahasiswa persemester 103/semester ganjul 2015 yang terdiri dari Fakultas Ilmu Pendidikan, Fakultas Ilmu Sosial, Fakultas Teknik, Fakultas Bahasa dan Seni, Fakultas Matematika dan IPA, Fakultas Ilmu Keolahragaan, dan Fakultas Ekonomi.

Adapun populasi terjangkau adalah mahasiswa Universitas Negeri Jakarta yang pernah berbelanja atau jalan-jalan ke Arion Mall dengan jangka waktu ≤ 3 bulan terakhir. Dalam penelitian awal peneliti melakukan survei kepada seluruh mahasiswa

UNJ, didapatlah populasi sebanyak 89 mahasiswa dengan kriteria dan karakteristik tertentu yang dikelompokan oleh peneliti.

Selanjutnya untuk teknik pengambilan sampel yang digunakan adalah teknik *purposive sampling*. *Purposive sampling* adalah “teknik penentuan sampel dengan pertimbangan tertentu berdasarkan kriteria khusus”⁴⁰. Sementara sampel itu merupakan “bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi tersebut”.⁴¹ Pada penelitian ini sampel hanya dikhususkan untuk usia remaja, berjenis kelamin perempuan, suka belanja, serta mahasiswa Universitas Negeri Jakarta.

Maka dalam penelitian ini sampel yang digunakan 89 orang yang terdiri dari berbagai fakultas di Universitas Negeri Jakarta berjenis kelamin perempuan yang berbelanja atau jalan-jalan ke Matahari *Department Store* di lokasi Arion Mall Jakarta Timur. Hal ini dilakukan untuk memudahkan dalam proses penyajian data.

E. Teknik Pengumpulan Data

a. Pembelian Impulsif

1. Definisi Konseptual

⁴⁰*Op. Cit*, h. 85

⁴¹*Ibid*, h. 81

Pembelian impulsif atau *impulse buying* adalah salah satu kegiatan yang mempengaruhi tindakan konsumen dalam membeli suatu produk secara spontan atau tidak terencana yang disebabkan oleh beberapa faktor baik itu bersifat eksternal maupun internal.

2. Definisi Operasional

Pembelian impulsif terdiri dari beberapa indikator yang pertama berupa faktor atau dorongan dari dalam (*internal stimuli*) dengan sub indikator: emosi, identitas diri, dan kebutuhan, kedua: faktor atau dorongan dari luar (*external stimuli*) dengan sub indikator: promosi penjualan, karyawan toko (*sales*), penataan toko, ketiga: keterkaitan antara faktor produk dengan situasi (*situational and product related factors*) dengan sub indikator: waktu, kualitas produk dan keempat: faktor sosial budaya dan demografi (*demographics, sosio-culture factor*) dengan sub indikator: jenis kelamin, usia, pendapatan, budaya, serta beberapa sub-indikator lainnya yang ada dalam diri konsumen yang secara spontan melakukan kegiatan pembelian terhadap suatu barang atau produk.

3. Kisi-Kisi Instrument Pembelian Impulsif

Kisi-kisi instrument penelitian pembelian impulsif yang disajikan ini merupakan kisi-kisi instrumen yang digunakan untuk mengukur pembelian

impulsif dan juga memberikan gambaran sejauh mana instrumen ini mencerminkan indikator variabel dari pembelian impulsif.

Kisi-kisi ini disajikan dengan maksud untuk memberikan informasi mengenai butir-butir yang di *drop* setelah dilakukannya uji validitas dan uji reliabilitas serta analisis butir soal untuk memberikan gambaran sejauh mana instrumen final masih mencerminkan indikator dan sub-indikator terhadap pembelian impulsif. Kisi-kisi ini dapat dilihat pada tabel III.1.

Tabel III.1
Kisi-kisi instrumen pembelian impulsif (*Impulse Buying*)

Indikator	Sub Indikator	No. Butir				
		Uji coba		Drop	Final	
		(+)	(-)		(+)	(-)
<i>Internal Stimuli</i>	* Emosi	1, 2	3	2	1	3
	* Identitas diri	4, 5, 6			4, 5, 6	
	* Kebutuhan	8, 9	7		8, 9	7
<i>External Stimuli</i>	* Promosi penjualan	10, 12,13	11,14	13	10, 12	11,14
	* Sales	15, 16, 17, 21, 22	18, 19, 20,	16,2 2	15, 17, 21	18, 19, 20,
	* Penataan toko	23, 24, 25, 27, 29	26, 28,		23, 24, 25, 27, 29	26, 28,
<i>Situasional and product related factors</i>	* Waktu	30, 31, 32, 34,	33, 35, 36	33, 36	30, 31, 32, 34,	35
<i>Demographics, sosio-culture factors</i>	* Gender	37, 39	38	39, 38	37	
	* Usia	40, 42	41	42	40	41

	* Pendapatan	43, 44	-		43, 44	
	* Budaya	46	45	46		45

Untuk mengisi setiap butir pernyataan dalam instrumen 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:

Tabel III.2
Skala Penilaian Instrumen Variabel Y
Pembelian impulsif (*Impulse Buying*)

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

4. Validasi Instrumen Pembelian Impulsif

Proses pengembangan instrumen pembelian impulsif dimulai dengan penyusunan instrumen model Skala *Likert* yang mengacu kepada model indikator dan sub indikator variabel pembelian impulsif yang terlihat pada tabel III.2 yang disebut sebagai konsep instrumen untuk mengukur variabel pembelian impulsif (*impulse buying*).

Tahap berikutnya konsep instrumen dikonsultasikan kepada dosen pembimbing berkaitan dengan validitas konstruk, yaitu seberapa jauh butir-

butir indikator tersebut telah mengukur sub indikator dari variabel pembelian impulsif sebagaimana yang tercantum dalam tabel III.1. setelah konsep instrumen disetujui, langkah selanjutnya adalah instrumen diuji cobakan kepada mahasiswa Universitas Negeri Jakarta sejumlah 30 mahasiswa di luar sampel.

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

$$r_{it} = \frac{\sum xixt}{\sqrt{\sum xi^2 \sum xt^2}}^{42}$$

Keterangan:

rit : koefisien skor butir dengan total skor instrumen
 xi : Deviasi skor butir dari Xi
 xt : deviasi skor dari Xt

Kriteria batas minimum pernyataan yang diterima adalah $r_{tabel} = 0,361$,⁴³ jika $r_{hitung} > r_{tabel}$, maka butir pernyataan dianggap *valid*. Sedangkan jika $r_{hitung} < r_{tabel}$, maka butir pernyataan tersebut tidak digunakan atau harus di *drop*.

Berdasarkan perhitungan dari 46 pertanyaan setelah di validitas terdapat 10 pernyataan yang di *drop* atau tidak digunakan sehingga yang *valid* tetap digunakan sebanyak 36 pertanyaan (perhitungan terlampir di lampiran 7)

⁴² Djaali dan pudji muljono, *Pengukuran Dalam Bidang Pendidikan*, (Jakarta: Grasindo, 2008), h.86

⁴³ Sugiyono, *Op.Cit*, h.126

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

Uji reliabilitas dengan rumus *Alpha Cronbach*, yaitu:

$$r_{ii} = \frac{k}{k-1} \left[1 - \frac{\sum si^2}{st^2} \right]^{44}$$

Keterangan:

r_{ii} : Realibilitas instrumen
 k : Banyak butir pernyataan (yang *valid*)
 $\sum si^2$: Jumlah varians skor butir
 St^2 : Varian skor total

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

$$si^2 = \frac{\sum xi^2 - \left(\frac{\sum xi}{n}\right)^2}{n}^{45}$$

Keterangan:

Si^2 : Simpangan baku
 N : jumlah populasi
 $\sum xi^2$: Jumlah kuadrat data X
 $\sum xi$: Jumlah data

Dari hasil perhitungan diperoleh hasil $Si^2 = 0,58$, nilai $St^2 = 210,85$ dan $r_{ii} = 0,884$ (proses perhitungan lampiran 10). Hal ini menunjukkan bahwa r_{ii}

⁴⁴*Ibid*, h.89.

⁴⁵ Burhan nurgianto, gunawan dan marzuki, Statistika terapan untuk penelitian ilmu-ilmu sosial, (Yogyakarta: Gajah Mada University Pers, 2004), h.350

(koefisien reliabilitas) termasuk dalam kategori (0,800-1,000) instrumen memiliki reliabilitas tinggi.

b. Window Display

1. Definisi Konseptual

Window display adalah pemajangan barang dagangan di etalase atau jendela kegiatan usaha atau memajangkan barang-barang, gambar-gambar kartu harga, simbol-simbol, dan sebagainya dibagian depan toko dengan tujuan untuk menarik minat pembeli baik itu yang sedang berada dalam toko maupun yang hanya lewat depan toko.

2. Definisi Operasional

Window display mencerminkan indikator diantaranya pertama: kategori produk (*Product category related*) dengan sub indikator: merek, kemasan dan jenis produk. Kedua: toko (*Store Related*) dengan sub indikator: atmosfer toko dan lokasi toko. Ketiga: pengamatan (*observed*) dengan sub indikator: informasi. Keempat: pendapat atau persepsi (*inferred*) dengan sub indikator: *store image* atau citra toko serta beberapa indikator lainnya yang mengidentifikasi penataan toko atau window display toko yang menyebabkan konsumen melakukan transaksi pembelian.

3. Kisi-Kisi Instrumen Window Display

Kisi-kisi instrumen penelitian *window display* yang disajikan ini merupakan kisi-kisi instrumen yang digunakan untuk mengukur *window display* dan juga memberikan gambaran sejauh mana instrumen ini mencerminkan indikator variabel dari *window display*.

Kisi-kisi ini disajikan dengan maksud untuk memberikan informasi mengenai butir-butir di *drop* setelah dilakukannya uji validitas dan uji reliabilitas serta analisis butir soal untuk memberikan gambaran sejauh mana instrumen final masih mencerminkan indikator dan sub-indikator terhadap *window display*. Kisi-kisi ini dapat dilihat pada tabel III.3.

Tabel III.3
Kisi-kisi instrumen *window display*.

Indikator	Sub Indikator	No. Butir				
		Uji coba		Drop	Final	
		(+)	(-)		(+)	(-)
<i>Product category related</i>	* Merek	1,2	-	-	1,2	-
	* Kemasan	3	4	-	3	4
	* Jenis produk	5,6,8	7,9	5,6	8	7,9
<i>Store Related</i>	* Atmosfer toko	11	10,12	-	11	10,12
	* Lokasi	13,14,15	-	15	13,14	
<i>Observed</i>	* Informasi	19,22,23,24	20,21	21,23	19,22,24	20
<i>Inferred</i>	* <i>Store Image</i>	16,17	18	16	17	18

Untuk mengisi setiap butir pernyataan dalam instrumen 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:

Tabel III.4
Skala Penilaian Instrumen Variabel X
Penataan Barang Pajangan (*Window display*)

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

4. Validasi Instrument Window Display

Proses pengembangan instrumen *window display* dimulai dengan penyusunan instrumen model Skala *Likert* yang mengacu kepada model indikator dan sub indikator variabel *window display* yang terlihat pada tabel III.4 yang disebut sebagai konsep instrumen untuk mengukur variabel *window display*.

Tahap berikutnya konsep instrumen dikonsultasikan kepada dosen pembimbing berkaitan dengan validitas konstruk, yaitu seberapa jauh butir-butir indikator tersebut telah mengukur sub indikator dari variabel *window display* sebagaimana yang tercantum dalam tabel III.3. setelah konsep instrumen disetujui, langkah selanjutnya adalah instrumen diuji cobakan

kepada mahasiswa Universitas Negeri Jakarta sebanyak 30 mahasiswa di luar sampel.

Proses validasi dilakukan dengan menganalisis data uji coba instrumen, yaitu validitas butir dengan menggunakan koefisien korelasi antara skor butir dengan total skor instrumen. Berikut rumus yang digunakan:

$$rit = \frac{\sum xixt}{\sqrt{\sum xi^2 \sum xt^2}}^{46}$$

Keterangan:

rit : koefisien skor butir dengan total skor instrumen
 xi : Deviasi skor butir dari Xi
 xt : deviasi skor dari Xt

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 tersebut tidak digunakan atau harus di *drop*.

Berdasarkan perhitungan dari 24 pertanyaan setelah di validitas terdapat 6 pernyataan yang di *drop* atau tidak digunakan sehingga yang *valid* tetap digunakan sebanyak 18 pertanyaan (perhitungan terlampir di lampiran 6)

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

Uji reliabilitas dengan rumus *Alpha Cronbach*, yaitu:

⁴⁶ Djaali dan pudji muljono, *Lo.Cit.*.

$$r_{ii} = \frac{k}{k-1} \left[1 - \frac{\sum si^2}{st^2} \right]^{47}$$

Keterangan:

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

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

$$si^2 = \frac{\sum xi^2 - \left(\frac{\sum xi}{n}\right)^2}{n}^{48}$$

Keterangan:

- si^2 : Simpangan baku
 N : jumlah populasi
 $\sum xi^2$: Jumlah kuadrat data X
 $\sum xi$: Jumlah data

Dari hasil perhitungan diperoleh hasil $Si^2 = 1,05$, nilai $St^2 = 55,20$ dan $r_{ii} = 0,807$ (proses perhitungan lampiran 9). Hal ini menunjukkan bahwa r_{ii} (koefisien reliabilitas) termasuk dalam kategori (0,800-1,000) instrumen memiliki reliabilitas tinggi.

F. Teknik Analisis Data.

⁴⁷*Ibid*, h. 89.

⁴⁸Burhan nurgianto, *Lo. Cit*

Penjelasan teknik analisis data, jika mempergunakan analisis regresi dan korelasi dengan langkah-langkah sebagai berikut:

1. Mencari Persamaan Regresi

$$\hat{Y} = a + bX^{49}$$

Keterangan:

- \hat{Y} : Variabel terikat
- X : Variabel bebas
- a : Bilangan konstan
- b : Koefisien perubahan regresi

2. Uji Persyaratan Analisis

Uji normalitas dilakukan untuk mengetahui apakah galat taksiran regresi Y atas X berdistribusi normal atau tidak. Pengujian dilakukan terhadap galat taksiran regresi Y dan X dengan menggunakan Liliefors pada taraf signifikan (α)= 0,05 rumus yang digunakan adalah:

$$L_o = [F(Z_i) - S(Z_i)]^{50}$$

Keterangan:

- $F(Z_i)$: Peluang angka baku
- $S(Z_i)$: Proporsi angka baku
- L_o : L observasi (harga mutlak terbesar)

⁴⁹*Ibid*, 271

⁵⁰Sudjana, *Media Statistika* (bandung:tarsito, 1996), h. 446-447

Hipotesis Statistik :

- Ho: Galat Taksiran Regresi Y atas X berdistribusi Normal
- Hi: Galat Taksiram Regresi Y atas X tidak berdistribusi normal

Kriteria Pengujian :

- Jika $L_{tabel} > L_{hitung}$ maka terima Ho, berarti galat taksiran regresi Y atas X berdistribusi normal.

3. Uji Hipotesis

a. Uji Keberartian Regresi

Digunakan untuk mengetahui apakah persamaan regresi yang diperoleh berarti atau tidak dengan kriteria $F_{hitung} > F_{tabel}$

- Hipotesis Statistika :

Ho : $\beta = 0$

Hi : $\beta > 0$

- Kriteria Pengujian :

Ho : Regresi berarti

Hi : Regresi tidak berarti

Regresi dinyatakan sangat berarti jika bergasil menolak Ho

Ho diterima jika $F_{tabel} < F_{hitung}$ dan ditolak jika $F_{tabel} > F_{hitung}$, maka Regresi dinyatakan berarti jika menolak Ho

b. Uji Linieritas Regresi

Dilakukan untuk mengetahui apakah persamaan regresi tersebut merupakan bentuk linier atau non-linier

• Hipotesis Statistika :

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

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

• Kriteria Pengujian :

Terima H_0 jika $F_{hitung} < F_{tabel}$ dan ditolak jika $F_{hitung} > F_{tabel}$, maka Regresi dinyatakan Linier jika H_0 diterima

c. Perhitungan r_{xy} menggunakan rumus “r” (*product moment karl person*)

dengan rumus:

$$\frac{\Sigma xy}{\sqrt{\Sigma x^2 - \Sigma y^2}}^{51}$$

Dimana:

$$\Sigma xy = \Sigma xy - \frac{(\Sigma x)(\Sigma y)}{n}$$

⁵¹ Burhanudin, gunawan dan marzuki, *Op. Cit*, h.: 132-133

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

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

Keterangan:

r_{xy} : Koefisien korelasi antar X dan Y
 Σxy : Jumlah perkaitan Skor X dan Y
 X^2 : Jumlah skor X
 Y^2 : Jumlah skor Y

d. Uji Keberartian Koefisien Korelasi

Untuk memenuhi signifikasi koefisiensi korelai digunakan Uji-t dengan rumus:

$$t_{hitung} = \frac{r\sqrt{n} - 2}{\sqrt{1 - r^2}}^{52}$$

Keterangan:

t_{hitung} : Skor signifikasi koefisien korelasi
 r : Koefisien korelasi Product moment
 n : Banyaknya sampel dan data

• Hipotesis Statistik :

$H_o : \rho = 0$

$H_i : \rho > 0$

• Kriteria Pengujian :

⁵² Sudjana, *op. Cit.*, h. 337

H_0 ditolak jika $t_{hitung} > t_{tabel}$, maka korelasi berarti (signifikan)

Hal ini dilakukan dengan taraf signifikan ($\alpha=0.05$) dengan derajat kebebasan (dk)= $n-2$. Jika ditolak jika $F_{hitung} > F_{tabel}$ dan berarti koefisien korelasi signifikan, sehingga dapat disimpulkan antara variabel X dan Y terdapat pengaruh positif dan signifikan.

e. Perhitungan Koefisien Determinasi

Digunakan untuk mengetahui berapa besar variasi variabel Y ditentukan variabel X. rumus koefisien Determinasi adalah sebagai berikut

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

Keterangan

KD : Koefisien Determinasi

r_{xy}^2 : Koefisien korelasi product moment