

BAB III

METODE PENELITIAN

Dalam bab ini, akan dibahas mengenai metode yang dilakukan dalam penelitian ini, yaitu meliputi lokasi penelitian, populasi, sampel, teknik penelitian, teknik analisis data, dan prosedur pelaksanaan penelitian.

A. Lokasi dan Subjek Penelitian

1. Lokasi Penelitian

Penelitian ini dilakukan di Rumah Sakit Al Islam Bandung, yang bertempat di Jalan Soekarno Hatta no. 644 Bandung. Rumah sakit ini dipilih sebagai lokasi penelitian, karena dengan nama rumah sakit Al Islam Bandung ini, memiliki misi dan visi sebagai berikut. Visi rumah sakit adalah “Menjadi rumah sakit yang unggul, terpercaya, dan Islami”. Sedangkan salah satu misinya adalah melaksanakan dan menerapkan nilai-nilai Islam ke dalam seluruh aspek pelayanan maupun pengelolaan rumah sakit. Hal ini konsisten dengan apa yang diberikan oleh rumah sakit Al Islam kepada pasien, yaitu dengan adanya pelayanan doa yang diberikan kepada setiap pasien oleh ustadz/ustadzah dan selalu diingatkan untuk beribadah. Adanya pemberian buku pedoman beribadah, alat shalat, dan ceramah yang diberikan setiap pagi melalui *speaker* di setiap ruangan. Selain itu, seluruh karyawan rumah sakit khususnya perempuan berpenampilan sesuai dengan syariat Islam (pakaian yang Syar’i), yaitu pakaian yang tidak ketat, baju yang menutupi pantat, memakai kaos kaki, dan khimar yang menutupi dada bagi perempuan, Oleh karena itu, rumah sakit Al Islam dipilih sebagai lokasi penelitian.

2. Populasi Penelitian

Populasi dalam penelitian ini adalah pasien rawat inap di RS Al Islam Bandung, karena pasien rawat inap merupakan pasien yang sudah merasakan perawatan yang diberikan oleh rumah sakit dengan waktu lebih lama dibandingkan pasien rawat jalan. Jumlah pasien rawat inap di RS Al

Islam Bandung pada tiga bulan terakhir berjumlah 5.261 pasien, yang dapat dilihat pada tabel berikut.

Tabel 3.1 Jumlah Pasien Rawat Inap RS Al Islam

Bulan	September	Oktober	November	Total
Jumlah	1.756	1.796	1.709	5.261

Berdasarkan data tersebut, maka jumlah populasi pada penelitian ini diperoleh dari nilai rata-rata jumlah pasien rawat inap tiga bulan terakhir, dengan rumus sebagai berikut (Riduwan, 2012:38):

$$X = \Sigma X_i / n$$

$$X = 5.261 : 3$$

$$= 1.743,66 \approx 1.744 \text{ pasien.}$$

3. Sampling dan Teknik Sampling Penelitian

Sampling adalah subyek yang diperoleh dari sebagian jumlah populasi tersebut (Sugiyono, 2013). Sementara itu, teknik sampling yang digunakan adalah *nonprobability sampling*, yaitu teknik pengambilan sampel yang tidak memberikan kesempatan yang sama kepada semua anggota populasi untuk dipilih menjadi sampel. Teknik sampel ini menggunakan *aksidental sampling*, yaitu pemilihan sampel yang diambil terhadap semua anggota populasi yang langsung bertemu dengan peneliti dan sesuai dengan karakteristik responden, maka dapat dipilih menjadi sampel (Sugiyono, 2013).

Dalam penelitian ini, dibutuhkan karakteristik responden sebagai berikut:

- a. Usia dewasa (20 – lebih dari 65 tahun)

Hal ini dikarenakan, pada usia ini seseorang sudah mampu untuk menggunakan kognitifnya sehingga mampu untuk menjawab pertanyaan-pertanyaan sesuai dengan keadaan yang dirasakan.

- b. Sudah dirawat lebih dari 1 hari

Dalam menentukan jumlah sampel yang digunakan, maka diperoleh jumlah sampel sebesar 10% dari jumlah populasi (Azwar, 2014:82), yaitu: $1.744 \times 10\% = 174,4 \approx 175$. Sehingga, sampel yang diambil adalah sebanyak 175 responden.

B. Metode Penelitian

Pendekatan yang digunakan dalam penelitian ini adalah pendekatan kuantitatif. Pendekatan kuantitatif adalah pendekatan yang mengumpulkan beberapa data yang berbentuk angka untuk menjawab pertanyaan penelitian tertentu yang diolah dengan metode statistik (Sugiyono, 2013:23). Alasan pengambilan pendekatan kuantitatif sebagai pendekatan penelitian adalah peneliti ingin mendapatkan data penelitian secara nyata dalam bentuk angka mengenai tingkat *brand trust* rumah sakit dan *self efficacy* pasien.

Penelitian ini menggunakan metode kuantitatif yang bersifat korelasional, yang bertujuan untuk mencari hubungan antara *brand trust* rumah sakit dengan *self efficacy* pasien untuk sembuh (Riduwan, 2013). Dalam penelitian ini, pendekatan korelasional memungkinkan untuk mencapai tujuan prediksi hasil.

C. Variabel dan Definisi Operasional

1. Variabel Penelitian

Variabel dalam penelitian ini terdapat dua variabel yaitu:

- a. Variabel 1 : *Brand trust* rumah sakit
- b. Variabel 2 : *Self efficacy* pasien.

2. Definisi Operasional Variabel Penelitian

a. Definisi Operasional *Brand trust*

Brand trust rumah sakit dalam penelitian ini, didefinisikan sebagai kepercayaan pasien terhadap nama rumah sakit atas kemampuan dan pelayanan kesehatan yang diberikan oleh rumah sakit kepada pasien. Hal tersebut tergambar dari tingkat skor kuesioner *brand*

trust yang berdasarkan dua komponen *brand trust* yang dikemukakan oleh Delgado (2004), yaitu:

1) *Brand Reliability*

Komponen ini mengenai kemampuan yang dimiliki oleh rumah sakit dalam memberikan pelayanan yang dijanjikan kepada pasien dan kemampuan dalam memenuhi kebutuhan pasien.

2) *Brand Intentions*

Komponen ini mengenai kepercayaan pasien akan kemampuan rumah sakit dalam mengutamakan kepentingan pasien pada segala kondisi yang terjadi.

Semakin tinggi skor keseluruhan yang diperoleh maka semakin tinggi tingkat *brand trust* rumah sakit dari pasien yang berkaitan dengan *self efficacy* pasien untuk sembuh. Artinya bahwa pasien memiliki keyakinan diri untuk sembuh ketika memiliki kepercayaan terhadap merek rumah sakit yang dipilih. Semakin rendah skor keseluruhan yang diperoleh maka semakin rendah tingkat *brand trust* rumah sakit dari pasien yang berkaitan dengan *self efficacy* pasien untuk sembuh. Artinya bahwa pasien kurang memiliki keyakinan diri untuk sembuh ketika kurang percaya terhadap merek rumah sakit yang dipilih.

b. Definisi Operasional *Self efficacy*

Self efficacy pasien untuk sembuh dalam penelitian ini, didefinisikan sebagai keyakinan pasien akan kemampuan yang dimilikinya dalam mengatur tindakan yang akan digunakan untuk mencapai kesembuhan. Hal tersebut tergambar dari tingkat skor kuesioner *self efficacy* yang disusun berdasarkan tiga dimensi *self efficacy* yang dikemukakan oleh Bandura (1997), yaitu:

1) *Level*

Dimensi ini mengenai keyakinan atau penilaian diri pasien akan kemampuannya untuk memahami penyakit yang diderita dan melakukan pengobatan yang dianjurkan.

2) *Generality*

Dimensi ini mengenai keyakinan pasien akan kemampuannya dalam menggeneralisasikan pengalaman sebelumnya, yaitu berapa banyak usaha yang dikembangkan oleh pasien dalam memperoleh kesembuhan, dengan cara melalui pengalaman pribadi dan/atau pengalaman orang lain.

3) *Strenght*

Dimensi ini mengenai keyakinan pasien akan kemampuan yang dimilikinya, dilihat dari kuat atau lemahnya keyakinan pasien untuk sembuh, dengan kata lain adalah berapa lama pasien akan bertahan dalam menghadapi pengobatan yang diberikan.

Semakin tinggi skor keseluruhan *self efficacy* yang diperoleh, maka semakin tinggi keyakinan diri pada pasien untuk sembuh. Semakin rendah skor keseluruhan *self efficacy* yang diperoleh, maka semakin rendah keyakinan diri pada pasien untuk sembuh.

D. Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data pada penelitian ini adalah menggunakan kuesioner. Kuesioner yang digunakan berupa pertanyaan terbuka dan tertutup. Kuesioner pertanyaan terbuka yang digunakan berdasarkan jawaban bebas responden sesuai pendapatnya dan untuk mengetahui alasan responden terhadap jawaban yang diberikan pada kuesioner tertutup. Sedangkan, kuesioner pertanyaan tertutup yang digunakan berdasarkan skala *Likert* mengenai *brand trust* pasien terhadap rumah sakit dan *self efficacy* pasien untuk sembuh dengan rentang jawaban 1-4. Peneliti melakukan pengumpulan data dengan mendatangi setiap pasien di Rumah Sakit Al Islam Bandung yang sesuai karakteristik sampel. Kemudian, memberikan angket dan kuesioner tersebut kepada setiap pasien dan diambil kembali setelah beberapa jam kemudian.

E. Instrumen Penelitian

1. Instrumen *Brand Trust*

a. Spesifikasi Instrumen

Instrumen yang digunakan dalam penelitian ini diturunkan langsung dari dua komponen *brand trust* dari Delgado (2004), dengan menggunakan skala *rating likert* yang terdiri dari 21 item, dengan tingkat reliabilitas sebesar 0,893 yang berarti memiliki tingkat reliabilitas tinggi.

Kisi-kisi instrumen *brand trust* dapat dilihat pada tabel 3.2 berikut.

Tabel 3.2 Kisi-kisi Instrumen *Brand Trust* Rumah Sakit

No.	Dimensi	Item	
		Favourable	Unfavourable
1.	<i>Reliability</i>	1, 2, 6, 10, 13, 14, 17, 20, 21	5, 9, 18
2.	<i>Intentions</i>	3, 4, 7, 8, 11, 12, 15, 16, 19	

b. Pengisian Kuesioner

Responden mengisi kuesioner dengan cara memilih salah satu dari empat pilihan jawaban yang sesuai dengan kondisi responden yang sebenarnya pada setiap item pernyataan. Penentuan jawaban dilakukan dengan memberi tanda *checklist* (√) pada kolom pilihan jawaban yang tersedia, sesuai dengan jawaban yang menjadi jawaban pilihan responden. Pilihan jawaban terdiri dari empat kategori yaitu SS (Sangat Setuju), S (Setuju), TS (Tidak Setuju), dan STS (Sangat Tidak Setuju).

c. Teknik Skoring

Teknik skoring jawaban responden pada instrumen *brand trust* dilakukan dengan tahapan sebagai berikut:

- 1) Setiap pernyataan dalam kuesioner disertai dengan empat kategori alternatif jawaban yang harus dipilih oleh responden. Jawaban dari setiap pernyataan tersebut memiliki pembobotan skor sebagai berikut.

Tabel 3.3 Penilaian Item Kuesioner *Brand Trust* Rumah Sakit

Pilihan Jawaban	Skor	
	<i>Favorable</i>	<i>Unfavorable</i>
Sangat Setuju	4	1
Setuju	3	2
Tidak Setuju	2	3
Sangat Tidak Setuju	1	4

- 2) Menjumlahkan seluruh skor pada masing-masing pernyataan instrumen *brand trust* yang diperoleh dari responden.
- 3) Menentukan *mean* dan standar deviasi yang kemudian mengelompokkan hasil data yang diperoleh menjadi beberapa kategori. Dalam penelitian ini, akan menggunakan lima kategori, yaitu sangat tinggi, tinggi, sedang, rendah, dan sangat rendah. Berikut adalah rumus lima kategori (Ihsan, 2013).

Tabel 3.4 Kategori Skala *Brand Trust*

Kategori	Rumus Kategori
Sangat Tinggi	$X > \mu + 1,5\sigma$ atau $> 50 + (1,5 \times 10)$ atau > 65
Tinggi	$\mu + 0,5 \sigma < T \leq \mu + 1,5\sigma$ atau $55 < T \leq 65$ atau 56-65
Sedang	$\mu - 0,5\sigma < T \leq \mu + 0,5\sigma$ atau $45 < T \leq 55$ atau 46-55
Rendah	$\mu - 1,5 \sigma < T \leq \mu - 0,5\sigma$ atau $35 < X \leq 45$ atau 36-45
Sangat Rendah	$T \leq \mu - 1,5\sigma$ atau $T \leq 50 - (1,5 \times 10)$ atau $X \leq 35$

Keterangan:

X = Skor Subjek

μ = Mean atau rata-rata skor subjek

σ = Standar deviasi atau simpangan

2. Instrumen *Self Efficacy*

a. Spesifikasi Instrumen

Instrumen yang digunakan dalam penelitian ini diturunkan langsung dari tiga dimensi *self efficacy* dari Bandura (1997). Instrumen ini menggunakan skala *rating likert*. Instrumen ini terdiri dari 21 item,

dengan tingkat reliabilitas sebesar 0,853 yang berarti memiliki tingkat reliabilitas tinggi.

Tabel 3.5 Kisi-kisi Instrumen *Self Efficacy*

No.	Dimensi	Item	
		Favourable	Unfavourable
1.	<i>Level</i>	1, 9, 11, 15, 18, 20	2
2.	<i>Generality</i>	3, 6, 12, 17	
3.	<i>Stronght</i>	4, 5, 7, 10, 13, 16, 19, 21	8, 14

b. Pengisian Kuesioner

Responden mengisi kuesioner dengan cara memilih salah satu dari empat pilihan jawaban yang sesuai dengan kondisi responden yang sebenarnya pada setiap item pernyataan. Penentuan jawaban dilakukan dengan memberi tanda *checklist* (\surd) pada kolom pilihan jawaban yang tersedia, sesuai dengan jawaban yang menjadi jawaban pilihan responden. Pilihan jawaban terdiri dari empat kategori yaitu SS (Sangat Setuju), S (Setuju), TS (Tidak Setuju), dan STS (Sangat Tidak Setuju).

c. Teknik skoring

Teknik skoring jawaban responden pada instrumen *self efficacy* dilakukan dengan tahapan sebagai berikut:

- 1) Setiap pernyataan dalam kuesioner disertai dengan empat kategori alternatif jawaban yang harus dipilih oleh responden. Jawaban dari setiap pernyataan tersebut memiliki pembobotan skor sebagai berikut.

Tabel 3.6 Penilaian Item Kuesioner *Self Efficacy*

Pilihan Jawaban	Skor	
	<i>Favorable</i>	<i>Unfavorable</i>
Sangat Setuju	4	1
Setuju	3	2
Tidak Setuju	2	3
Sangat Tidak Setuju	1	4

- 2) Menjumlahkan seluruh skor pada instrumen *self efficacy* yang diperoleh dari responden.
- 4) Menentukan *mean* dan standar deviasi yang kemudian mengelompokkan hasil data yang diperoleh menjadi beberapa kategori. Dalam penelitian ini, akan menggunakan lima kategori, yaitu sangat tinggi, tinggi, sedang, rendah, dan sangat rendah. Berikut adalah rumus lima kategori (Ihsan, 2013):

Tabel 3.7 Kategori Skala *Self Efficacy*

Kategori	Rumus Kategori
Sangat Tinggi	$X > \mu + 1,5\sigma$ atau $> 50 + (1,5 \times 10)$ atau > 65
Tinggi	$\mu + 0,5 \sigma < T \leq \mu + 1,5\sigma$ atau $55 < T \leq 65$ atau 56-65
Sedang	$\mu - 0,5\sigma < T \leq \mu + 0,5\sigma$ atau $45 < T \leq 55$ atau 46-55
Rendah	$\mu - 1,5 \sigma < T \leq \mu - 0,5\sigma$ atau $35 < X \leq 45$ atau 36-45
Sangat Rendah	$T \leq \mu - 1,5\sigma$ atau $T \leq 50 - (1,5 \times 10)$ atau $X \leq 35$

Keterangan:

X = Skor Subjek

μ = Mean atau rata-rata skor subjek

σ = Standar deviasi atau simpangan

F. Analisis Instrumen

1. Uji Konten (*Expert Judgement*)

Uji validitas pada penelitian ini menggunakan uji validitas isi. Uji validitas isi merupakan menguji instrumen dengan bantuan pendapat dari para ahli (*professional judgment*) untuk mengetahui apakah setiap item telah memadai dan sesuai dengan dimensi dan indikator yang hendak diungkap (Azwar, 2014). Uji konten ini dilakukan melalui *expert judgment* oleh tiga orang, yaitu dr. Guntur Septapati (Dokter Umum), Siti Chotdijah, M. A., Psikolog., (Psikolog Klinis), dan Medianta Tarigan, M. Psi., (Psikolog Industri dan Organisasi).

Berdasarkan hasil penilaian oleh *professional judgment*, setiap item dari kedua instrumen tersebut sudah relevan, namun masih terdapat

beberapa pernyataan yang perlu diperbaiki, sehingga dilakukan perbaikan terlebih dahulu sebelum melakukan *try out*.

2. Uji Keterbacaan

Uji keterbacaan instrumen ini dilakukan dengan tujuan untuk mengetahui keefektifitas dari setiap kalimat pada pernyataan yang dipakai dan dilakukan setelah uji konten serta sebelum uji validitas dan reliabilitas. Hal ini dilakukan agar tidak terjadi adanya kesalahan persepsi antara hal yang akan diukur dengan persepsi responden terhadap item pada kedua instrumen tersebut. Pada uji keterbacaan ini, dilakukan oleh masyarakat yang sudah pernah dirawat di rumah sakit yang memenuhi kriteria subjek penelitian, yaitu sudah pernah dirawat dirumah sakit lebih dari 1 hari dan berusia (20 - lebih dari 65 tahun).

3. Uji Validitas Item

Validitas adalah mencari ketepatan instrumen dalam kesesuaian fungsi yang akan diukur, yaitu sejauhmana instrumen tersebut mampu mengungkapkan dengan akurat data yang telah dirancang (Azwar, 2014:10). Analisis item pada penelitian ini dilakukan dengan mengkorelasikan skor item dengan skor total instrumen yang diambil dari data hasil *try out*.

Item yang akan dipilih menjadi item final yaitu item yang memiliki nilai korelasi item total sama dengan atau lebih besar dari 0,30. Namun, jika sebuah item terdapat tidak mencapai 0,30, maka apabila item tersebut dihapus akan memunculkan indikator yang terbuang, sehingga kriteria dapat diturunkan menjadi 0,20 (Ihsan, 2013:55).

a. Analisis Instrumen *Brand Trust*

Dari analisis item yang telah dilakukan pada instrumen *brand trust* yang berjumlah 21 item dengan 200 responden dan menggunakan *software* SPSS versi 16.0, maka diperoleh 19 item yang valid. Hal ini dapat dilihat pada tabel berikut.

Tabel 3.8 Analisis Item Instrumen *Brand Trust*

No.	Dimensi	Item	
		Layak	Tidak layak
1.	<i>Reliability</i>	1, 2, 6, 9, 10, 13, 14, 17, 20, 21	5, 18
2.	<i>Intentions</i>	3, 4, 7, 8, 11, 12, 15, 16, 19	

Berdasarkan hasil tersebut, maka item yang layak akan digunakan pada instrumen penelitian yang sesungguhnya. Sedangkan item yang tidak layak akan dihapus dan tidak digunakan pada instrumen penelitian yang sesungguhnya, karena tidak dapat mengukur hal yang akan diukur.

b. Analisis Instrumen *Self Efficacy*

Dari analisis item yang telah dilakukan pada instrumen *self efficacy* yang berjumlah 21 item dengan 200 responden dan menggunakan *software* SPSS versi 16.0, maka diperoleh 18 item yang valid. Hal ini dapat dilihat pada tabel berikut.

Tabel 3.9 Analisis Item Instrumen *Self Efficacy*

No.	Dimensi	Item	
		Layak	Tidak Layak
1.	<i>Level</i>	1, 9, 11, 15, 18, 20	2
2.	<i>Generality</i>	3, 6, 12, 17	17
3.	<i>Stronght</i>	4, 5, 7, 10, 13, 16, 19, 21	8

Berdasarkan hasil tersebut, maka item yang layak akan digunakan pada instrumen penelitian yang sesungguhnya. Sedangkan item yang tidak layak akan dihapus dan tidak digunakan pada instrumen penelitian yang sesungguhnya, karena tidak dapat mengukur hal yang akan diukur.

4. Uji Reliabilitas

Reliabilitas menunjukkan sejauh mana tingkat kekonsistenan pengukuran dari suatu responden ke responden yang lain atau dengan kata lain sejauh mana pertanyaan dapat dipahami sehingga tidak

menyebabkan beda interpretasi dalam pemahaman pertanyaan tersebut. Kaplan dan Saccuzo (1993 : 123) menyatakan : “Sekumpulan pertanyaan untuk mengukur suatu variabel dikatakan reliabel dan berhasil mengukur variabel yang kita ukur jika koefisien reliabilitasnya lebih dari atau sama dengan 0,700”.

Untuk menguji reliabilitas dalam penelitian ini, penulis menggunakan metode koefisien reliabilitas *Alpha Cronbach* dan dengan menggunakan alat bantu program *software SPSS* versi 16.0. Berdasarkan hasil perhitungan uji reliabilitas yang telah dilakukan maka dapat diperoleh koefisien reliabilitas 0.893 untuk instrumen *brand trust* dan 0.853 untuk instrumen *self efficacy*, yang berarti bahwa kedua instrumen tersebut memiliki tingkat reliabilitas tinggi atau sangat reliabel.

G. Teknik Pengolahan Data dan Analisis Data

1. Coding

Dalam penelitian ini, ingin diketahui pula hal pendukung dari hubungan *brand trust* rumah sakit dengan *self efficacy* pasien untuk sembuh yang diperoleh dari hasil kuesioner pertanyaan terbuka yang diberikan kepada responden. Oleh karena itu, dalam mengolah data untuk hasil kuesioner pertanyaan terbuka, digunakan metode *coding*. *Coding* adalah mengklasifikasi data responden dengan membuat kode tertentu dari masing-masing jawaban responden yang menjadi sebuah kelompok (Azwar, 2014).

2. Uji Normalitas

Uji normalitas pada penelitian ini menggunakan bantuan *software SPSS* versi 16.0 dengan menggunakan uji normalitas *Kolmogorov-Smirnov*. Suatu data dapat dikatakan memiliki distribusi normal apabila nilai signifikansinya (*Asymp Sig. 2-tailed*) lebih besar dari 0,05.

Tabel 3.10 Hasil Uji Normalitas dengan *Kolmogorov-Smirnov*

	<i>Brand Trust</i>	<i>Self Efficacy</i>
<i>Kolmogorov-Smirnov Z</i>	2,006	2,030
<i>Asymp. Sig. (2-tailed)</i>	,001	,001

Berdasarkan hasil uji normalitas pada tabel 3.10 menunjukkan bahwa variabel *brand trust* dan variabel *self efficacy* memiliki nilai signifikansi sebesar 0,001. Kedua variabel ini memiliki nilai signifikansi < 0,05 sehingga disimpulkan bahwa data tidak berdistribusi normal.

3. Uji Korelasi

Dalam penelitian ini hendak dicari keeratan hubungan antara *brand trust* rumah sakit dengan *self efficacy* pasien untuk sembuh. Keeratan hubungan antara variabel-variabel tersebut ditunjukan melalui Koefisien korelasi “r”. Koefisien korelasi “r” bergerak dari 0-1. Jika r mendekati 1, dapat dikatakan bahwa kedua variabel memiliki hubungan yang sangat erat. Sebaliknya jika mendekati 0, dapat dikatakan bahwa kedua variabel mempunyai hubungan yang rendah. Koefisien korelasi mempunyai harga - 1 hingga +1. Harga -1 menunjukkan adanya hubungan yang sempurna yang bersifat terbalik antara kedua variabel. Artinya semakin tinggi nilai salah satu variabel, maka semakin rendah nilai variabel lainnya. Sebaliknya, jika didapati nilai r +1, menunjukkan terdapat hubungan positif yang sempurna. Artinya makin tinggi nilai salah satu variabel, makin tinggi pula nilai variabel lainnya.

Untuk dapat mengetahui ada tidaknya hubungan *brand trust* rumah sakit dengan *self efficacy* pasien untuk sembuh maka dilakukan uji statistik korelasi *Rank Spearman* pada tingkat signifikansi 0,05 dengan bantuan program SPSS 16.0. Penentuan tingkat signifikansi ini dapat dilihat dari nilai probabilitas. Jika probabilitas < 0,05 maka terdapat hubungan yang signifikan antara variabel yang satu dengan lainnya. Jika probabilitas > 0,05 maka tidak terdapat hubungan yang signifikan antara variabel yang satu dengan lainnya.

Selanjutnya, untuk mengetahui seberapa besar hubungan variabel *brand trust* dan *self efficacy* digunakan kriteria *Guilford* (Suherman, 2003: 139), yaitu sebagai berikut.

Tabel 3.11 Interpretasi Koefisien Korelasi

Derajat Reliabilitas	Interpretasi
$0,90 \leq \alpha \leq 1,00$	Sangat tinggi
$0,70 \leq \alpha \leq 0,90$	Tinggi
$0,40 \leq \alpha \leq 0,70$	Sedang
$0,20 \leq \alpha \leq 0,40$	Rendah
$\alpha \leq 0,20$	Sangat rendah