

BAB III

METODE PENELITIAN

3.1. Desain Penelitian

Suatu penelitian tentu saja membutuhkan suatu metode dan desain penelitian untuk mendapatkan hasil yang diharapkan. Desain penelitian merupakan suatu perencanaan penelitian untuk memudahkan penelitian, peneliti dituntut untuk membuat sebuah kerangka atau rancangan pada penelitian agar dapat berjalan secara sistematis dalam memperoleh informasi yang diharapkan dan menjawab pertanyaan penelitian. Pada desain penelitian ini memiliki dua variabel yakni terkait *Customer Relationship Management* (CRM) dan loyalitas pemustaka. Kemudian rumusan masalah dibuat berdasarkan dimensi-dimensi pendukung CRM yang di dalamnya terdiri atas 4 aspek untuk mengetahui hubungan CRM dengan loyalitas pemustaka dan dinyatakan dalam bentuk pernyataan.

Peneliti menggunakan metode deskriptif dengan pendekatan kuantitatif. Metode deskriptif ini digunakan untuk menggambarkan objek penelitian berdasarkan fakta kemudian dianalisis dan diinterpretasikan. Adapun pendekatan yang dipakai pada penelitian yaitu pendekatan kuantitatif. Metode penelitian ini memilih pendekatan kuantitatif sebab data yang digunakan berupa angka-angka serta dianalisis melalui statistik.

Pada tahap pengumpulan data digunakan instrumen yang dibuat berdasarkan aspek yang terdapat dalam bagian CRM, seperti data, teknologi, sumber daya manusia, dan proses. Pengumpulan data yang digunakan pada penelitian ini ialah dengan cara menyebarkan kuesioner. Selanjutnya kuesioner tersebut di uji tingkat validitas dan realibitasnya, kemudian data yang telah terkumpul dianalisis untuk memperoleh jawaban atas rumusan masalah yang telah ditentukan.

Teknik analisis data yang digunakan dalam penelitian ini yaitu statistik deskriptif korelasional dengan pendekatan kuantitatif. Perhitungan dalam penelitian ini menggunakan bantuan aplikasi seperti Microsoft Office Excel dan SPSS. Analisis statistik deskriptif digunakan untuk mengetahui hubungan antara variabel X (*Customer Relationship Management*) dan variabel Y (loyalitas pemustaka). Berikut ini adalah hubungan antar variabel yang digambarkan dalam tabel:

Tabel 3. 1
Desain Penelitian

X	Y	Loyalitas Pemustaka (Y)
<i>Customer Relationship Management (X)</i>		XY
Data CRM(X_1)		X_1Y
Teknologi CRM (x_2)		X_2Y
Sumber Daya Manusia CRM (X_3)		X_3Y
Proses CRM (X_4)		X_4Y

Keterangan :

X : *Customer Relationship Management* (Variabel bebas)

Y : Loyalitas Pemustaka (Variabel terikat)

XY : Adakah hubungan antara *Customer Relationship Management* dengan Loyalitas Pemustaka

X_1Y : Adakah hubungan antara Data CRM dengan Loyalitas Pemustaka

X_2Y : Adakah hubungan antara Teknologi CRM dengan Loyalitas Pemustaka

X_3Y : Adakah hubungan antara Sumber Daya Manusia CRM dengan Loyalitas Pemustaka

X_4Y : Adakah hubungan antara Proses CRM dengan Loyalitas Pemustaka

3.2. Partisipan

Memperoleh data untuk memenuhi informasi dalam suatu penelitian maka diperlukan data langsung dari objek penelitian yang terlibat secara langsung yaitu partisipan. Adapun partisipan penelitian ini ialah pemustaka yang berkunjung ke Perpustakaan Telkom University yang berlokasi di Jl. Telekomunikasi, Jl. Terusan Buah Batu No. 01, Sukapura, Dayeuhkolot, Bandung.

3.3. Populasi dan Sampel

3.3.1. Populasi

Penelitian ini dibutuhkan populasi yang akan menjadi suatu subjek dalam penelitian, sebab populasi ialah cakupan wilayah yang ditetapkan peneliti sebagai subjek penelitian yang didalamnya mencakup objek yang akan digunakan dalam kegiatan penelitian untuk memperoleh data. Populasi dalam penelitian ini yaitu seluruh mahasiswa Telkom University yang masih aktif menggunakan layanan perpustakaan Telkom University. Jumlah populasi dapat dilihat dari rata-rata statistik jumlah kunjungan Perpustakaan Telkom University selama 4 bulan terakhir yaitu mulai bulan September 2018 sampai dengan bulan Desember 2018. Data statistik kunjungan tersebut dapat dijadikan sebagai acuan yang akurat sebagai data yang menunjukkan pemustaka aktif yang berkunjung ke Perpustakaan. Adapun jumlah populasi tersebut terdapat pada tabel berikut.

Tabel 3. 2
Statistik Pengunjung

Bulan	Jumlah Kunjungan
September	17,126
Oktober	14,400
November	13,262
Desember	8,024
Jumlah Total	52,812

Sumber: Laporan pengunjung Perpustakaan Telkom University (2018)

3.3.2. Sampel Penelitian

Populasi penelitian telah diketahui, selanjutnya peneliti menentukan sampel penelitian. Digunakannya sampel pada penelitian yaitu untuk mewakili populasi

dalam jumlah besar. Dalam penelitian ini, pengambilan sampel dari populasi menggunakan teknik pengambilan sampel melalui *simple random sampling*. Menurut Suharsaputra, U. (2012, hlm. 116) mengemukakan bahwa “*simple random sampling* merupakan cara pengambilan sampel dimana setiap unsur yang membentuk populasi diberi kesempatan yang sama untuk terpilih menjadi sampel”.

peneliti menggunakan rumus *Slovin* untuk menentukan jumlah sampel yang akan diteliti pada penelitian ini, berikut rumus *Slovin* tersebut:

$$n = \frac{N}{N \cdot d^2 + 1}$$

(Sumber: Riduwan, 2014, hlm. 65)

Keterangan:

n : Jumlah sampel

N : Jumlah populasi

d² : Batas toleransi kesalahan

Rumus ini terdapat batas toleransi kesalahan berbentuk presentase. Sedangkan batas toleransi kesalahan sebesar 10% atau 0,1. Sampel dalam penelitian ini, ditentukan dengan langkah berikut:

$$n = \frac{N}{N \cdot (0,1)^2 + 1} = \frac{52812}{52812 \cdot (0,01) + 1} = \frac{52812}{529,12} = 99,81$$

Berdasarkan hasil perhitungan tersebut, sampel pada penelitian ini yaitu sebanyak 99,81. Maka pada penelitian ini diperlukan sebanyak 99,81 dan dibulatkan menjadi 100 responden.

3.4. Instrumen Penelitian

Instrumen ialah suatu alat ukur yang digunakan dalam memperoleh data penelitian. Instrumen penelitian merupakan suatu alat ukur yang bisa digunakan untuk memperoleh, mengolah dan menginterpretasikan informasi yang telah diperoleh dari beberapa responden yang dilakukan dengan pola ukur yang sama. Instrumen yang digunakan pada penelitian ini adalah untuk mengetahui hubungan CRM dengan loyalitas pemustaka. Instrumen pada penelitian ini yaitu berupa angket (kuesioner). Kuesioner yang digunakan yaitu kuesioner berstruktur atau dengan nama lain kuesioner tertutup.

Kuesioner ini berfungsi sebagai alat untuk memperoleh data dari responden, data tersebut adalah data primer pada penelitian. Maka dari itu, untuk memperoleh data dari responden, terlebih dahulu penulis perlu untuk membuat kisi-kisi instrument penelitian. Adapun kisi-kisi instrument pada penelitian ini dapat dilihat pada Tabel 3.3.

Tabel 3. 3

Kisi- Kisi Instrument

Variabel	Dimensi	Sub Dimensi	Nomor Butir	Jumlah
Customer Relationship Management (CRM)	Data	a. Identitas Pemustaka	1,2,3	3
		b. Informasi Pemustaka	4,5,6	3
	Teknologi	a. Layanan Berbasis Teknologi	7,8,9,10	4
		b. Alat penunjang	11,12,13	3
	Sumber Daya Manusia	a. Pelayanan	14,15,16	3
		b. Penggunaan Teknologi Informasi	17,18	2
		c. Menjalankan Startegi CRM	19,20,21	3
	Proses	a. <i>Front Office</i>	22,23,24	3
		b. <i>Back Office</i>	25,26,27,28,29	5
	Loyalitas Pemustaka	Melakukan pembelian	a. Mencari Informasi	30,31

berulang secara teratur	b. Layanan Sirkulasi	32,33,34	3
	c. Menggunakan Layanan	35,36	2
Menunjukkan kekebalan daya tarik dari pesaing	a. Memanfaatkan Layanan	37,38,39	3
	b. Memberitahukan Keunggulan Perpustakaan Tel-U	40,41	2
	a. Mengajak Menggunakan Layanan	42,43,44	3
Mereferensikan kepada orang lain	b. Mengajak Mencari Informasi	45,46	2
	c. Merekomendasikan perpustakaan & layanan	47,48	2

Berdasarkan kisi-kisi instrumen diatas, pernyataan yang dijawab oleh responden akan mendapat nilai sesuai dengan alternatif jawaban yang bersangkutan. Untuk skala yang digunakan dalam penilaian ini yaitu skala ordinal menggunakan empat kategori yang ada pada *skala likert*, dapat dilihat pada tabel 3.4.

Tabel 3. 4
Skor Skala Likert

Kategori	Bobot Nilai	
	Positif	Negatif
Sangat Tidak Setuju (STS)	1	4
Tidak Setuju (TS)	2	3
Setuju (S)	3	2
Sangat Setuju (SS)	4	1

1.4.1. Uji Validitas instrumen

Instumen penelitian dapat digunakan apabila instrumen tersebut dikatakan valid. Untuk dapat mengetahui validitas suatu instrument, maka dilakukan uji validitas pada instrumen tersebut. Asra, dkk. (2016) mengungkapkan suatu butir instrumen penelitian dapat dikatakan valid apabila instrumennya bisa mengukur variabel yang diteliti secara tepat atau dengan kata lain terdapat kesamaan diantara apa yang diukur dengan tujuan pengukuran. Instrumen yang dipilih pada penelitian ini sudah disusun sesuai dengan variabel dan indikator yang berlandaskan pada teori-teori yang sesuai.

Experts Judgment (pendapat ahli) digunakan pada penelitian ini yaitu untuk melakukan pengujian validitas konstruksi (*construct validity*). Berikut ini adalah tabel penilaian *experts judgment* terhadap instrumen penelitian:

Tabel 3. 5

Tabel penilaian experts judgment terhadap instrumen penelitian

No	Aspek / Komponen	Penilaian			Saran untuk perbaikan
		Baik	Cukup	Kurang	
1.	Kesesuaian dengan kisi-kisi	✓			Diperbaiki kalimat pernyataannya

2.	Penyampaian informasi	✓
3.	Penggunaan kata/tata bahasa	✓

Setelah dilakukan ekspert judgment, kemudian langkah selanjutnya instrumen diuji coba pada sampel sebanyak 30 responden. Setelah itu instrument diuji validitas tiap item pernyataan yang telah dibuat dengan bantuan SPSS dengan taraf signifikan 5%.

Rumus yang digunakan untuk mengukur validitas butir pernyataan dengan memakai rumus *Pearson Product Moment*. Rumus *Pearson Product Moment* ialah metode uji korelasi antara skor item dengan skor total, yang memiliki tujuan dalam mengetahui validitas setiap butir pernyataan yang diajukan pada instrumen penelitian. Berikut ini adalah rumus dari *Pearson Product Moment* yang digunakan uji validitas instrumen pada penelitian ini:

$$r_{xy} = \frac{n \sum X_i Y_i - (\sum X_i) \cdot (\sum Y_i)}{\sqrt{[n \sum X_i^2 - (\sum X_i)^2][n \sum Y_i^2 - (\sum Y_i)^2]}}$$

(Sumber: Asra, dkk., 2016, hlm. 147)

Keterangan:

R_{xy} = Koefisien korelasi

n = Jumlah responden

X_i = Skor burtir pada nomor butir ke-i

Y_i = Skor total responden ke-i

Uji validitas yang dilakukan terhadap instrumen penelitian, terdiri dari dua variabel diataranya *Customer Relationship Management* (CRM) dan Loyalitas Pemustaka. Item dari pernyataan tersebut dapat dikatakan valid apabila r_{xy} atau $r_{hitung} > r_{tabel}$ (r hitung lebih besar dari r tabel) sebaliknya item pernyataan dapat dikatakan tidak valid apabila $r_{hitung} < r_{tabel}$ (r hitung lebih kecil daripada r tabel).

Perhitungan uji validitas dan realibitas penelitian ini, dilakukan dengan menggunakan aplikasi Microsoft Office Excel dan SPSS.

3.4.1.1. Hasil Uji Validitas Instrumen Variabel X

Uji validitas instrumen ini dilakukan kepada 30 responden dengan tingkat signifikan sebesar 5%. Variabel X pada penelitian ini adalah *Customer Relationship Management* (CRM) yang terdiri dari 29 butir pernyataan. Item-item yang valid dan tidak valid dapat dilihat pada tabel 3.6 berikut:

Tabel 3. 6

Hasil Uji Validitas Instrumen Variabel X (CRM)

No.	rhitung	rtabel	Keterangan
1	0,139	0,361	tidak valid
2	0,692	0,361	valid
3	0,576	0,361	valid
4	0,811	0,361	valid
5	0,780	0,361	valid
6	0,255	0,361	tidak valid
7	0,678	0,361	valid
8	0,692	0,361	valid
9	0,479	0,361	valid
10	0,780	0,361	valid
11	0,614	0,361	valid
12	0,178	0,361	tidak valid
13	0,598	0,361	valid
14	0,655	0,361	valid
15	0,701	0,361	valid
16	0,660	0,361	valid
17	0,734	0,361	valid
18	0,811	0,361	valid
19	0,206	0,361	tidak valid
20	0,582	0,361	valid

21	0,765	0,361	valid
22	0,811	0,361	valid
23	0,728	0,361	valid
24	0,816	0,361	valid
25	0,805	0,361	valid
26	0,741	0,361	valid
27	0,718	0,361	valid
28	0,478	0,361	valid
29	0,697	0,361	valid

Sumber : Hasil Pengolahan Data

Keterangan : Yang tidak valid diperbaiki

Berdasarkan tabel 3.6 diatas, maka diperoleh data dari 29 item pernyataan yang terdapat pada variabel X yaitu (CRM) hasilnya terdapat 4 item pernyataan yang dinyatakan tidak valid. Item pernyataan tersebut diantaranya nomor 1,6,12, dan 19, artinya dari keempat item pernyataan tersebut akan ada yang dihapus dan diperbaiki, untuk pernyataan yang diperbaiki yaitu nomor 6,12,dan 19 sedangkan untuk pernyataan yang tidak valid nomor 1 akan dihapus, karena sudah terwakili oleh pernyataan yang valid. Sementara untuk 25 item pernyataan lainnya dinyatakan valid dan dapat dijadikan sebagai alat pengumpulan data.

3.4.1.2. Hasil Uji Validitas Instrumen Variabel Y

Uji validitas instrumen ini dilakukan kepada 30 orang responden dengan tingkat signifikan sebesar 5%. Variabel Y pada penelitian ini adalah Loyalitas Pemustaka yang terdiri 19 butir pernyataan. Item-item yang valid dan tidak valid dapat dilihat pada tabel 3.7 berikut:

Tabel 3. 7

Hasil Uji Validitas Variabel Y

No.	rhitung	rtabel	Keterangan
30	0,570	0,361	valid
31	0,172	0,361	tidak valid

32	0,657	0,361	valid
33	0,741	0,361	valid
34	0,746	0,361	valid
35	0,180	0,361	tidak valid
36	0,734	0,361	valid
37	0,734	0,361	valid
38	0,159	0,361	tidak valid
39	0,805	0,361	valid
40	0,498	0,361	valid
41	0,351	0,361	tidak valid
42	0,391	0,361	valid
43	0,816	0,361	valid
44	0,434	0,361	valid
45	0,391	0,361	valid
46	0,603	0,361	valid
47	0,525	0,361	valid
48	0,538	0,361	valid

Sumber : Hasil Pengolahan Data

Keterangan : Yang tidak Valid diperbaiki

Berdasarkan tabel 3.7 di atas, diperoleh data dari 19 item pernyataan yang terdapat pada variabel Y yaitu Loyalitas Pemustaka hasilnya adalah terdapat 4 item pernyataan yang dinyatakan tidak valid, artinya keempat item pernyataan tersebut tidak dapat digunakan sebagai alat pengumpulan data sehingga keempat item pernyataan tersebut akan diperbaiki. Item pernyataan yang akan diperbaiki yaitu nomor 31,35,38,41. Sementara untuk 15 item pernyataan yang dinyatakan valid dapat digunakan sebagai alat pengumpulan data.

3.4.2. Uji Reliabilitas Instrumen

Setelah dilakukan uji validas, selanjutnya instrumen perlu untuk dilakukan uji kembali untuk mengetahui sejauh mana suatu instrumen tetap konsisten. Pada uji reliabilitas ini diperlukan untuk menilai butir-butir pernyataan dalam instrumen dapat dikatakan reliabel berdasarkan nilai-nilai reliabilitas yang ada. Dalam

penelitian ini pengujian dilakukan dengan menggunakan *metode Cronbach Alpha* yang dinyatakan sebagai berikut:

$$r_{ac} = \left(\frac{K}{K-1} \right) \cdot \left(1 - \frac{\sum S^2 \text{ butir}}{S_t^2} \right)$$

(Sumber: Asra, dkk., 2016, hlm. 150)

Keterangan:

- r_{ac} = realibilitas instrument
 k = banyaknya butir pertanyaan
 $\sum S^2 \text{ butir}$ = jumlah varian butir
 S_t^2 = jumlah varian skor total

3.4.2.1. Hasil Uji Reliabilitas Instrumen Variabel X

Berikut merupakan hasil perhitungan uji reliabilitas variabel X yaitu *Customer Relationship Management (CRM)* dengan menggunakan bantuan aplikasi SPSS. Hasilnya terdapat pada tabel 3.8 dibawah ini

Tabel 3. 8

Hasil Uji Reliabilitas Instrumen Variabel X

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
,922	29

Berdasarkan data di atas, dapat diketahui bahwa nilai *alpha* sebesar 0,922. Sedangkan untuk nilai r_{tabel} untuk $n = 48$ dengan taraf signifikan 5% adalah 0,284. Sehingga dapat disimpulkan bahwa nilai $alpha = 0,922 > r_{tabel} = 0,284$. Dari data tersebut dapat diartikan bahwa setiap item pada variabel X yang disebarkan kepada responden adalah reliabel (dapat dipercaya) sebagai alat pengumpul data.

3.4.2.2. Uji Reliabilitas Instrumen Variabel Y

Berikut merupakan hasil perhitungan uji reliabilitas variabel Y yaitu *Loyalitas Pemustaka* dengan menggunakan bantuan aplikasi SPSS. Hasilnya terdapat pada tabel 3.9 di bawah ini:

Tabel 3. 9

*Hasil Uji Reliabilitas Instrumen Variabel Y***Reliability Statistics**

Cronbach's Alpha	N of Items
,860	19

Berdasarkan data di atas, diketahui bahwa nilai *alpha* sebesar 0,860. Sedangkan nilai r_{tabel} untuk $n = 48$ dengan taraf signifikan 5% adalah 0,284. Sehingga dapat disimpulkan bahwa nilai $\alpha = 0,860 > r_{\text{tabel}} = 0,284$. Dari data tersebut dapat diartikan bahwa setiap item pada variabel Y yang akan disebarkan kepada responden adalah reliabel dan dapat digunakan sebagai alat pengumpulan data.

3.5. Prosedur Penelitian

Dalam melaksanakan sebuah penelitian, seorang peneliti harus dapat mengikuti prosedur penelitian atau sistematika yang telah ditentukan agar penelitian tersebut dapat berjalan dengan baik. Prosedur penelitian tersebut adalah sebagai berikut:

3.5.1. Tahap persiapan

Pada tahap pertama, segala hal yang berkaitan dengan penelitian harus dipersiapkan, seperti menentukan atau memilih topik permasalahan dan memilih objek penelitian dengan melakukan studi pendahuluan, menentukan judul penelitian, merumuskan masalah, merumuskan hipotesis memilih pendekatan, dsb.

3.5.2. Tahap pelaksanaan

Pada tahap kedua, peneliti mulai menyesuaikan pendekatan dan metode yang digunakan penelitian dengan menyusun instrumen penelitian, mengumpulkan data melalui kuesioner / angket, menganalisis data, serta menarik kesimpulan.

3.5.3. Tahap Pelaporan

Pada tahap ketiga, peneliti telah melakukan beberapa proses pengumpulan data, menganalisis data dan menarik kesimpulan. Selanjutnya setelah melewati proses tersebut peneliti menyusun yang telah diperoleh ke dalam bentuk laporan

penelitian. Pembuatan laporan ini berdasarkan pada pedoman penulisan karya ilmiah sebagai pedoman dalam menyusun laporan.

3.6. Analisis Data

Setelah data terkumpul, kemudian langkah yang dilakukan oleh peneliti selanjutnya adalah melakukan analisis data untuk memperoleh hasil serta kesimpulan. Teknik analisis data yang digunakan dalam penelitian ini ialah menggunakan statistik deskriptif korelasional dengan pendekatan kuantitatif, dan untuk menguji hipotesis, peneliti menggunakan koefisien korelasi dengan rumus *Rank Spearman*. Perhitungan pada penelitian ini menggunakan bantuan *Microsoft Office Excel* dan *Software SPSS*.

Statistik deskriptif bertujuan untuk menganalisis data yang diperoleh peneliti dari proses penelitian tanpa membuat kesimpulan secara umum. Analisis data ditujukan untuk dapat menyederhanakan keseluruhan data yang telah terkumpul, yang selanjutnya disajikan dengan susunan yang sistematis oleh peneliti.

3.6.1. Uji Hipotesis

Pengujian hipotesis pada penelitian ini menggunakan pengujian hipotesis asosiatif (hubungan). Uji hipotesis digunakan untuk melihat hubungan yang terjadi antara variabel X yaitu *Customer Relationship Management* dengan variabel Y yaitu Loyalitas Pemustaka.

Uji hipotesis yang digunakan peneliti dalam penelitian ini menggunakan uji koefisien korelasi dengan rumus *Rank Spearman*. Jonathan dan Ely (2010, hlm. 26) mengemukakan bahwa “korelasi *Rank Sparment* digunakan untuk mengetahui hubungan atau pengaruh antara dua variabel beserta ordinal, yaitu variabel bebas dan variabel tergantung”. Berikut ini merupakan rumus *Rank Spearman* yang digunakan:

$$r_s = 1 - 6 \frac{\sum_i^N d_i^2}{N^3 - N}$$

(Sumber: Siegel, S., 2011)

Keterangan :

r_s = Koefisien korelasi rank spearman

N = Jumlah pasangan observasi antara satu variabel terhadap variabel lainnya

d = Perbedaan rangking yang diperoleh pada tiap pasangan observasi.

Untuk mengidentifikasi tinggi rendahnya koefisien korelasi digunakan tabel pedoman untuk memberikan interpretasi koefisien korelasi. Berdasarkan dari tabel pedoman akan diketahui tingkat hubungan antara dua variabel yang diteliti untuk menguji hipotesis yang sudah diajukan diterima atau tidak. Adapun Langkah-langkah pengajuan hipotesis sebagai berikut:

1) Merumuskan H_0 dan H_1

H_0 : Tidak terdapat hubungan yang positif dan signifikan antara *Customer Relationship Management* dengan Loyalitas Pemustaka

H_1 : Terdapat hubungan yang positif dan signifikan antara *Customer Relationship Management* dengan Loyalitas Pemustaka

2) Nilai Koefisien korelasi atau r hitung yang telah didapati melalui perhitungan rumus *Rank Sparman* kemudian dibandingkan dengan r tabel

3) Kriteria uji H_1 diterima jika r hitung $>$ r tabel.

Tingkat korelasi diinterpretasikan dengan koefisien korelasi untuk mengetahui bagaimana tingkat hubungan dari dua variabel yang diteliti.

Pedoman dibawah ini memberikan interpretasi koefisien korelasi menurut Sugiyono, 2016, hlm. 257) terdapat pada tabel 3.10 dibawah ini.

Tabel 3. 10

Intrepretasi Koefisien Korelasi

Interval Koefisien	Tingkat Hubungan
0,00 – 0,199	Sangat rendah
0,20 – 0,399	Rendah
0,40 – 0,599	Sedang
0,60 – 0,799	Kuat
0,80 – 1,000	Sangat kuat

3.6.2. Uji Signifikansi

Pengujian lanjutan setelah perhitungan uji hipotesis ialah uji signifikansi. Uji signifikansi bertujuan untuk mencari makna atau arti dari hasil koefisien korelasi yang terjadi antara variabel X dan variabel Y. Rumus dalam pengujian signifikansi ialah seperti dibawah ini.

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

(Sumber: Riduwan,2014, hlm.137)

Keterangan:

T_{hitung} = distribusi *student* dengan dk = n-2

r = nilai koefisien korelasi

n = Banyak data

Setelah mendapatkan koefisien t hitung dari uji signifikansi korelasi, kemudian hasil dari perhitungan tersebut dibandingkan dengan nilai t tabel untuk mengetahui apakah hubungan tersebut signifikan atau tidak.

3.6.3. Uji Determinasi

Setelah itu, kemudian dilakukan pengujian determinasi. Koefisien determinasi digunakan untuk menyatukan besaran atas sumbangan variabel X terhadap variabel Y yang dapat ditentukan melalui rumus berikut.

$$KP = r^2 \times 100\%$$

(Sumber: Riduwan,2014, hlm.136)

Keterangan:

KP = Nilai Koefisien Determinasi

r = Nilai Koefisien Korelasi