

BAB III

OBJEK DAN METODE PENELITIAN

3.1 Objek Penelitian

Penelitian ini mengkaji bagaimana pengaruh faktor-faktor dominan penentu pemilihan produk AMDK terhadap kepuasan. Adapun yang menjadi objek penelitian adalah pengecer AMDK di Kelurahan Isola.

Pada penelitian ini sebagai variabel X atau variabel bebas (*independent variable*) adalah faktor-faktor dominan penentu pemilihan produk AMDK melalui sub variabel orientasi konsumen, harga, pemasok dan produk. Sedangkan untuk variabel Y atau variabel terikat (*dependent variable*) adalah kepuasan pengecer yang dapat dilihat dari kesenjangan antara harapan dan kenyataan.

Penelitian dilakukan pada pengecer di wilayah Kelurahan Isola, mengenai pengaruh pelaksanaan faktor-faktor dominan penentu pemilihan produk AMDK terhadap kepuasan pengecer.

3.2 Metode Penelitian

Metode penelitian merupakan suatu cara untuk memperoleh pemecahan terhadap berbagai masalah penelitian. Metode diperlukan agar tujuan penelitian dapat tercapai sesuai dengan rencana yang telah ditetapkan, untuk memperoleh hasil yang baik harus digunakan metode penelitian yang tepat.

Berdasarkan permasalahan yang dikaji dalam penelitian ini, maka pendekatan ilmu yang digunakan sebagai acuan dasar pengembangan teori dan pemecahan

masalah adalah ilmu ekonomi, terutama ilmu manajemen yang memfokuskan pada manajemen pemasaran.

3.2.1 Jenis Penelitian dan Metode yang Digunakan

Jenis penelitian yang dilakukan berdasarkan tingkat penjelasan dan bidang penelitian menggunakan penelitian deskriptif dan verifikatif. Menurut Sugiyono (2004:11) menjelaskan bahwa, "Penelitian deskriptif adalah penelitian yang dilakukan untuk mengetahui nilai variabel mandiri, baik satu variabel atau lebih (*independen*) tanpa membuat perbandingan atau menghubungkan dengan variabel yang lain". Penelitian deskriptif di sini bertujuan untuk memperoleh deskripsi atau gambaran mengenai persepsi pengecer atas faktor-faktor dominan penentu pemilihan produk AMDK serta kepuasan pengecer ditimbulkan. Adapun jenis penelitian verifikatif menurut Suharsimi Arikunto (2006:7) pada dasarnya ingin menguji kebenaran dari suatu hipotesis yang dilaksanakan melalui pengumpulan data di lapangan. Pada penelitian ini diuji mengenai hubungan antara faktor-faktor dominan penentu pemilihan produk AMDK oleh pengecer dengan kepuasan pengecer.

Berdasarkan jenis penelitian yang dilaksanakan yaitu deskriptif dan verifikatif maka metode penelitian yang digunakan adalah *deskriptive survey* dan *explanatory survey*. Menurut Sugiyono (2007:10) metode *explanatory survey* merupakan metode penelitian yang bermaksud menjelaskan kedudukan variabel-variabel yang diteliti serta pengaruh antara satu variabel dengan variabel yang lain. Sedangkan menurut Ker Linger dalam Riduwan (2004:49) metode survei

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

Pada penelitian dengan menggunakan metode ini, informasi dari sebagian populasi dikumpulkan langsung di tempat kejadian secara empirik dengan tujuan untuk mengetahui pendapat dari sebagian populasi terhadap objek yang sedang diteliti.

Penelitian ini dilakukan dalam kurun waktu kurang dari satu tahun, yaitu mulai dari bulan Juli sampai Desember 2007, maka jangka waktu penelitian ini adalah *time horizon* yang bersifat *cross section* dan metode yang digunakan adalah *cross section method*, menurut Husein Umar (2003:76) *cross section method* adalah "Metode penelitian yang dilakukan untuk meneliti suatu fenomena tertentu dalam satu kurun waktu saja".

3.2.2 Operasionalisasi Variabel

Asep Hermawan (2006:118) mendefinisikan bahwa operasionalisasi variabel adalah bagaimana caranya kita mengukur suatu variabel, dalam suatu penelitian agar bisa dapat membedakan konsep teoritis dengan konsep analitis maka perlu adanya penjabaran konsep melalui operasionalisasi variabel.

Variabel yang diteliti dalam penelitian ini adalah variabel bebas dan variabel tidak bebas yaitu variabel yang mempengaruhi variabel lain. Sedangkan variabel tidak bebas adalah variabel-variabel yang dipengaruhi oleh variabel lain. Dalam

penelitian ini yang merupakan variabel bebas yaitu faktor-faktor dominan penentu pemilihan produk AMDK, sedangkan variabel tidak bebas yaitu kepuasan pengecer.

Untuk melihat skala pengukuran yang digunakan oleh kedua variabel tersebut beserta indikator-indikatornya dapat disajikan dalam operasionalisasi variabel sebagai berikut :

Tabel 3.1
Operasional Variabel

Faktor-faktor dominan pemilihan produk oleh pengecer (X)		Faktor-faktor utama yang berperan dalam pemilihan produk/barang oleh pengecer.	Faktor-faktor utama yang secara dominan berpengaruh pada keputusan pembelian (orientasi konsumen, harga, pemasok, dan produk).	Tingkat kinerja faktor-faktor dominan penentu pemilihan produk yang diterima pengecer AMDK kelurahan Isola	Ordinal	
	Orientasi konsumen	Pembelian yang didasarkan pada kebutuhan dan keinginan konsumen (Sony Koeswara (1995:24))	<ul style="list-style-type: none"> • Kesesuaian harga yang diinginkan konsumen dengan yang ditawarkan pemasok • Kesesuaian kualitas produk yang diinginkan konsumen dengan yang ditawarkan pemasok • Kesesuaian citra merek yang diinginkan konsumen dengan yang ditawarkan pemasok 	<ul style="list-style-type: none"> • Tingkat kesesuaian harga yang diinginkan konsumen dengan yang ditawarkan pemasok • Tingkat kesesuaian kualitas produk yang diinginkan konsumen dengan yang ditawarkan pemasok • Tingkat kesesuaian Citra merek yang diinginkan konsumen dengan yang ditawarkan pemasok 	Ordinal	D.1
	Harga	Suatu moneter atau ukuran lainnya (termasuk barang dan jasa lainnya) yang ditukarkan agar memperoleh hak kepemilikan dan penggunaan suatu barang atau jasa. (Lewinson (1994:490))	<ul style="list-style-type: none"> • Kesesuaian antara harga yang ditawarkan dengan kualitas produk yang dirasakan konsumen • Kesesuaian harga dengan citra merek perusahaan • Potongsn hrsrgs • Keuntungan • Kesesuaian harga yang ditawarkan pemasok 	<ul style="list-style-type: none"> • Tingkat kesesuaian antara harga yang ditawarkan dengan kualitas produk yang dirasakan konsumen • Tingkat kesesuaian harga dengan citra merek perusahaan. • Tingkat potongsn harga • Tingkat keuntungan • Tingkat kesesuaian harga 	Ordinal	D4 D5 D6 D7 D8

			dengan harga produk AMDK pada umumnya	yang ditawarkan pemasok dengan harga produk AMDK pada umumnya		
	Pemasok	Suatu kelompok atau individu yang menyediakan sumber pasokan bagi konsumen bisnis (Omar (1999:177))	<ul style="list-style-type: none"> • Ketersediaan barang • Keandalan pemasok • Kemudahan menghubungi pemasok • Kebijakan pemasok dalam merespon keinginan konsumen • Kebijakan perusahaan dalam memberikan syarat/prosedur pembayaran 	<ul style="list-style-type: none"> • Tingkat ketersediaan barang • Tingkat keandalan pemasok • Tingkat kemudahan menghubungi pemasok • Tingkat kebijakan pemasok dalam merespon keinginan konsumen • Tingkat kebijakan perusahaan dalam memberikan syarat/prosedur pembayaran 	Ordinal	D9
					Ordinal	D10
					Ordinal	D11
					Ordinal	D12
					Ordinal	D13
	Produk	Produk adalah segala sesuatu yang ditawarkan ke pasar untuk diperhatikan, dimiliki atau dikonsumsi yang dapat memuaskan keinginan atau kebutuhan. (Kotler dan Armstrong (2006:218))	<ul style="list-style-type: none"> • Daya tarik kemasan • Kemungkinan kemasana rusak • Garansi pembelian • Kesesuaian citra merek dengan reputasi perusahaan pemasok • Keterkenalan merek • Kesesuaian citra merek produk dengan toko • Kehandalan merek untuk menarik pelanggan 	<ul style="list-style-type: none"> • Tingkat daya tarik kemasan • Tingkat kemungkinan kemasana rusak • Tingkat garansi pembelian • Tingkat kesesuaian citra merek dengan reputasi perusahaan pemasok • Tingkat keterkenalan merek • Tingkat kesesuaian citra merek produk dengan toko • Tingkat kehandalan merek untuk menarik pelanggan 	Ordinal	D14
					Ordinal	D15
					Ordinal	D16
					Ordinal	D17
					Ordinal	D18
					Ordinal	D19
					Ordinal	D20
Kepuasan pelanggan (Y)		Kesenjangan/perbandingan antara harapan dan kenyataan	Gambaran kepuasan pengecer yang meliputi kesenjangan/perbandingan antara harapan dan kenyataan	Tingkat kepuasan pengecer AMDK di Kelurahan Isola	Ordinal	
			<ul style="list-style-type: none"> • Faktor-faktor dominan penentu pemilihan produk yang diharapkan • Faktor-faktor dominan penentu pemilihan produk yang dirasakan 	<ul style="list-style-type: none"> • Tingkat penilaian faktor-faktor dominan penentu pemilihan produk yang diharapkan • Tingkat Penilaian faktor-faktor dominan penentu pemilihan produk yang dirasakan 	Ordinal	D1-D20

3.2.3 Jenis dan Sumber Data

Menurut Istijanto (2005:36) “Data merupakan sesuatu yang harus dikumpulkan lebih dulu oleh periset sebelum mengolahnya menjadi informasi”. Menurut Riduan (2004:106) “data adalah bahan mentah yang perlu diolah sehingga menghasilkan informasi dan keterangan, baik kualitatif maupun kuantitatif yang menunjukkan fakta”.

Berkaitan dengan data pada penelitian ini, jenis dan sumber data yang diperlukan dapat dikelompokkan ke dalam dua golongan yaitu :

Data primer merupakan data yang diperoleh secara langsung dari penyebaran kuesioner kepada responden yang dianggap telah mewakili populasi.

Data sekunder merupakan data yang sudah tersedia sebelumnya, diperoleh dari pihak lain yang berasal dari pihak perusahaan, buku-buku, literatur, artikel dan tulisan-tulisan ilmiah seperti jurnal.

Data dan sumber data yang digunakan dalam penelitian ini untuk lebih jelasnya, maka peneliti mengumpulkan dan menyajikan dalam Tabel 3.2 berikut ini :

Tabel 3.2
Jenis Sumber Data

No	JENIS DATA	SUMBER DATA
Data Sekunder		
1.	Perkembangan Volume Penjualan AMDK di Indonesia	www.wartaekonomi.com
2.	Perkembangan Jumlah Perusahaan AMDK di Indonesia	www.kompas.co.id,
3.	Perkembangan Jumlah Perusahaan ASPADIN	www.wartaekonomi.com
4.	Perkiraan Pangsa Pasar Merek AMDK Indonesia	www.wartaekonomi.com
5.	Perkembangan Jumlah Perusahaan Anggota Aspadin	www.wartaekonomi.com
6.	Perkiraan Pangsa Pasar Merek AMDK Indonesia	www.wartaekonomi.com
7.	Rendahnya <i>Entry Barrier</i> Produk AQUA	Majalah Marketing no.05/VI/Mei/2006 dan www.detik.com
8.	Kapasitas Produksi industry AMDK Indonesia	www.wartaekonomi.com
9.	Perkembangan Jumlah Perusahaan AMDK Indonesia	www.wartaekonomi.com

No.	JUDUL DATA	SUMBER DATA
10.	Konsumsi Perkapita AMDK di Beberapa Negara	www.wartaekonomi.com
11.	Kapasitas Produksi Industri AMDK Indonesia	www.wartaekonomi.com
Data Primer		
12.	Faktor-Faktor Penentu Pemilihan Produk AMDK pada Pengecer di Kelurahan Isola	Pengecer produk AMDK Kelurahan Isola
13.	Tanggapan pelanggan terhadap faktor-faktor dominan penentu pemilihan produk AMDK	Pengecer produk AMDK Kelurahan Isola
14.	Tanggapan pengecer mengenai kepuasan mereka.	Pengecer produk AMDK Kelurahan Isola

3.2.4 Populasi, Sampel dan Teknik Sampling

3.2.4.1 Populasi

Populasi merupakan sekelompok objek yang dapat dijadikan sumber penelitian. Populasi menurut Harun Al Rasyid (1994:1) adalah “Keseluruhan (*totality*) objek psikologis (*psychological objects*) yang dibatasi oleh kriteria tertentu. Objek psikologis bisa merupakan objek yang bisa diraba/kongkret (*tangible*) maupun objek abstrak (*intangible*)”. Adapun menurut Sugiyono (2007:215) mendefinisikan “Populasi diartikan sebagai wilayah generalisasi yang terdiri atas: obyek/subyek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya”.

Pada langkah awal seorang peneliti harus menentukan secara jelas mengenai populasi yang menjadi sasaran penelitiannya yang disebut dengan populasi sasaran. Menurut Harun Al Rasyid (1994:1) populasi sasaran (*target population*) adalah “Populasi yang nantinya akan menjadi cakupan kesimpulan penelitian”. Jadi apabila dalam sebuah hasil penelitian dikeluarkan kesimpulan, maka menurut

etika penelitian, kesimpulan tersebut hanya berlaku untuk populasi sasaran yang telah ditentukan.

Berdasarkan pengertian populasi di atas maka populasi dalam penelitian ini adalah keseluruhan karakteristik yang menyangkut faktor-faktor yang mempengaruhi kepuasan pengecer di Kelurahan Isola, jumlah pengecer di kelurahan Isola adalah sebanyak 281 pengecer. Data mengenai populasi diperoleh dari kantor Kelurahan Isola.

3.2.4.2 Sampel

Menurut Suharsimi Arikunto (2006:109), yang dimaksud dengan sampel adalah "sebagian atau wakil populasi yang diteliti". Adapun menurut Sugiyono (2007:215), yang dimaksud dengan sampel adalah "bagian dari jumlah karakteristik yang dimiliki oleh populasi tertentu".

Pada suatu penelitian tidak mungkin semua populasi diteliti, dalam hal ini disebabkan beberapa faktor, diantaranya keterbatasan biaya, tenaga dan waktu yang tersedia sehingga peneliti diperkenankan mengambil sebagian dari objek populasi yang ditentukan dengan catatan bagian yang diambil tersebut mewakili yang tidak diteliti. Menurut Sugiyono (2007:73), "Bila populasi besar dan peneliti tidak mungkin mempelajari semua yang ada pada populasi, misalnya karena keterbatasan dana, tenaga dan waktu, maka peneliti dapat menggunakan sampel yang diambil dari populasi itu. Apa yang dipelajari dari sampel itu kesimpulannya akan diberlakukan untuk populasi. Untuk itu sampel dari populasi harus betul-

betul representatif (mewakili). Berdasarkan hal tersebut sampel dalam penelitian ini adalah sebagian dari seluruh pengecer AMDK.

Teknik yang digunakan dalam menentukan besarnya ukuran sampel yang akan diteliti salah satunya adalah dengan cara menggunakan cara Slovin, yaitu ukuran sampel merupakan perbandingan dari ukuran populasi dengan persentase kelonggaran ketidaktelitian, karena kesalahan dalam pengambilan sampel yang masih dapat ditolerir atau diinginkan, maka taraf kesalahan yang ditetapkan adalah sebesar 10%.

$$n = \frac{N}{1 + Ne^2} \quad (\text{Slovin dalam Husein Umar, 2003:146})$$

dimana: n = ukuran sampel
 N = ukuran populasi
 e = taraf kesalahan

Menurut Winarno Surakhmad (1998:100) bahwa “Untuk jaminan ada baiknya sampel selalu ditambah sedikit lagi dari jumlah matematik”.

Adapun perhitungan jumlah sampel yang dipergunakan dalam penelitian ini, yaitu:

Diketahui:

$$N = 281 ; e = 10\% = 0,1$$

Maka:

$$n = \frac{281}{1 + 281(0,1)^2}$$

$$n = \frac{281}{1 + 281(0,01)}$$

$$n = \frac{281}{1 + 2,8} = \frac{281}{3,8}$$

$$n = 73,9 \approx 74 \text{ pengecer}$$

Berdasarkan perhitungan tersebut, maka ukuran sampel minimal yang digunakan dalam penelitian ini dengan taraf kesalahan 10% diperoleh ukuran sampel (n) minimal sebesar 74 orang responden. Kemudian agar sampel yang digunakan representatif, maka sampel yang digunakan di dalam penelitian ini ditambah 6 orang sehingga berjumlah 80 responden.

3.2.4.3 Teknik Sampling

Selain menggunakan metode survei kepada pengecer AMDK sehingga didapatkan data primer digunakan juga metode *cluster sampling*. Untuk mendapatkan sampel *representatif*, maka harus diupayakan subjek dalam populasi memiliki peluang yang sama untuk menjadi unsur sampel. Sehingga penulis menggunakan teknik *probability sampling*, yaitu teknik sampling yang memberikan peluang yang sama bagi setiap unsur atau anggota sampel, khususnya *cluster sampling*. Dikatakan *cluster* karena merupakan satuan sampling yang didalamnya berisi satuan-satuan sampling yang lebih kecil (Harun Al Rasyid, 1994:98).

Penggunaan *cluster sampling* menurut Istijanto (2005:119) populasi dibagi-bagi terlebih dahulu menjadi kelompok-kelompok yang biasanya didasarkan pada lokasi geografik, kemudian sampel ditarik secara *random* dari lokasi geografik tertentu saja yang disebut sebagai *cluster group*.

Adapun langkah-langkah yang dilakukan dalam mendapatkan data dari lapangan Menurut Harun Al Rasyid (1994:99) adalah Populasi dibagi-bagi ke dalam *cluster*, untuk konkretnya populasi dibagi ke dalam 4 buah *cluster* yaitu Cirateul, Negla, Bumi Siliwangi dan Geger Kalong atau bisa disebut sebagai Satuan Sampling Primer (SSP) atau *Primary Sampling Unit* (SPU).

Kelurahan Isola

Cirateul

Negla

Bumi Siliwangi

Geger Kalong

Gambar 3.1
***Cluster Sampling* Pengecer di Kelurahan Isola**

Jumlah sampel yang diambil adalah 80 pengecer yang menjual AMDK yang berada di kawasan Kelurahan Isola.

3.2.5 Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data merupakan suatu proses mengumpulkan data yang diperlukan dalam penelitian dengan data yang terkumpul digunakan untuk menguji hipotesis yang telah dirumuskan. Pada penelitian ini teknik pengumpulan data adalah:

1. Kuesioner/Angket, yaitu teknik pengumpulan data primer dengan penyebaran kuesioner (daftar pertanyaan) kepada pengecer AMDK di kelurahan Isola kepada responden yang menjadi anggota sampel penelitian yang disusun sedemikian rupa sehubungan dengan kepentingan untuk mengumpulkan data

tentang (1) faktor-faktor dominan penentu pemilihan produk AMDK dengan menganalisis dan mengidentifikasi informasi melalui dimensi orientasi konsumen, harga, pemasok dan produk, (2) kepuasan pengecer yang diukur melalui kesenjangan/perbedaan antara kinerja faktor-faktor dominan penentu pemilihan produk AMDK yang dirasakan dengan yang diharapkan.. Konstruksi item angket tertutup untuk setiap variabel dan sub variabel berupa pertanyaan atau pernyataan tentang sifat dan ciri dari setiap variabel atau sub variabel. Jumlah item untuk setiap variabel dan sub variabel berbeda sesuai dengan sifat dan ciri yang diukur.

2. Observasi, yaitu melakukan peninjauan di lokasi penelitian untuk memperoleh data tentang konsep atau kegiatan-kegiatan yang dilakukan perusahaan pemasok sebagai subjek penelitian yaitu pengecer produk AMDK di Kelurahan Isola, khususnya mengenai faktor-faktor dominan penentu pemilihan produk AMDK.
3. Studi literatur, yaitu pengumpulan data sekunder dengan mempelajari buku, majalah ilmiah atau jurnal, *web site* guna memperoleh informasi yang berhubungan dengan teori-teori dan konsep-konsep yang berkaitan dengan masalah penelitian.

Tabel 3.3
Teknik Pengumpulan Data dan Tujuan Penelitian

No	Teknik Pengumpulan Data	Sumber Data	Digunakan Untuk tujuan Penelitian		
			T1	T2	T3
1.	Kuesioner	Pengecer produk AMDK di Kelurahan Isola	√	√	√
3.	Observasi	Pelaksanaan program faktor-faktor dominan penentu pemilihan produk AMDK di kelurahan Isola.	√	-	-
4.	Kajian Pustaka	Program faktor-faktor dominan penentu pemilihan produk AMDK, kepuasan serta loyalitas di kelurahan Isola.	√	√	√

Keterangan:

- T1: Untuk mengetahui Kinerja faktor-faktor dominan dalam pemilihan produk AMDK melalui faktor konsumen akhir, harga, kinerja pemasok dan kualitas produk yang dirasakan pengecer di Kelurahan Isola.
- T2: Untuk mengetahui tingkat kesesuaian kinerja faktor-faktor dominan pemilihan produk AMDK mampu memenuhi harapan pengecer di Kelurahan Isola.
- T3: Untuk mengetahui Pengaruh faktor-faktor dominan pemilihan produk AMDK melalui faktor konsumen akhir, harga, kinerja pemasok dan kualitas produk terhadap kepuasan pengecer di Kelurahan Isola.

3.2.6 Validitas, Reliabilitas, Hasil Pengujian

Jogiyanto (2004:119) berpendapat bahwa setelah variable didefinisikan secara optimal dan menepkan teknik penskalaannya, maka harus diyakinkan bahwa instrument yang dibuat harus mengukur senyatanya (*actually*) dan seakuratnya (*accurately*) apa yang harus diukur dari konsep. Pengukuran konsep *actually* berhubungan dengan validitas (seberapa *actual* dapat dikatakan *valid*) dan pengukuran seakuratnya (*accurately*) berhubungan dengan reliabilitas (seberapa akurat dapat diandalkan (*reliable*) belum tentu mengukur tujuan yang diinginkan (*valid*). Akan tetapi suatu pengukur dapat mengukur dengan konsisten (Jogiyanto, 2004:121).

3.2.6.1 Validitas

Validitas adalah suatu ukuran yang menunjukkan tingkat kevalidan dan kesahihan suatu instrumen. Menurut Suharsimi Arikunto (2006:145) Suatu instrumen yang valid atau sah mempunyai validitas yang tinggi. Sebaliknya instrumen yang kurang berarti memiliki validitas rendah.

Tipe validitas yang digunakan adalah validitas konstruk yang menentukan validitas dengan cara mengkorelasikan antar skor yang diperoleh dari masing-masing item berupa pertanyaan dengan skor totalnya. Skor total ini merupakan nilai yang diperoleh dari penjumlahan semua skor item. Berdasarkan ukuran statistik, bila ternyata skor semua item yang disusun menurut dimensi konsep berkorelasi dengan skor totalnya, maka dapat dikatakan bahwa alat ukur tersebut mempunyai validitas.

Perhitungan uji validitas instrument dalam penelitian ini menggunakan rumus *product moment* dari Pearson dengan rumus sebagai berikut:

$$r_{xy} = \frac{n \sum_{i=1}^n X_i Y_i - \left(\sum_{i=1}^n X_i \right) \left(\sum_{i=1}^n Y_i \right)}{\sqrt{\left\{ n \sum_{i=1}^n X_i^2 - \left(\sum_{i=1}^n X_i \right)^2 \right\} \left\{ n \sum_{i=1}^n Y_i^2 - \left(\sum_{i=1}^n Y_i \right)^2 \right\}}}$$

r_{xy} = menunjukkan indeks korelasi antara dua variabel yang dikorelasikan.

Suharsimi Arikunto (2006:170)

Keterangan :

- r = Koefisien validitas item yang dicari, dua variabel yang dikorelasikan
- X = Skor yang diperoleh subjek dari seluruh item
- Y = Skor total yang diperoleh subjek dari seluruh item
- $\sum X$ = Jumlah skor dalam distribusi X
- $\sum Y$ = Jumlah skor dalam distribusi Y
- $\sum X^2$ = Jumlah Kuadrat dalam skor distribusi X
- $\sum Y^2$ = Jumlah Kuadrat dalam skor distribusi Y
- n = Banyaknya responden

Interpretasi mengenai besarnya koefisien korelasi menurut Arikunto (2006:276) dapat dilihat pada Tabel 3.4 sebagai berikut:

Tabel 3.4
Koefisien Kolerasi

Besarnya Nilai	Interpretasi
Antara 0,800 sampai dengan 1,00	Tinggi
Antara 0,600 sampai dengan 0,800	Cukup
Antara 0,400 sampai dengan 0,600	Agak Rendah
Antara 0,200 sampai dengan 0,400	Rendah
Antara 0,000 sampai dengan 0,200	Sangat Rendah

Sumber: Suharsimi Arikunto (2006:276)

Pengujian keberartian koefisien korelasi dilakukan dengan taraf signifikansi 5%. Rumus uji t yang digunakan sebagai berikut :

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

Nilai r jika dibandingkan dengan harga r_{tabel} dengan $dk=n-2$ dan taraf signifikansi $\alpha = 0,05$. Keputusan uji validitas instrumen dengan menggunakan taraf signifikan sebagai berikut:

1. Item pertanyaan yang diteliti dikatakan valid jika $t_{hitung} > t_{tabel}$
2. Item pertanyaan yang diteliti dikatakan valid jika $t_{hitung} \leq t_{tabel}$

Tahap-tahap dalam operasional pengujian validitas adalah:

1. Mempersiapkan kisi-kisi item pertanyaan sesuai dengan konsep variabel yang diteliti.
2. Membuat daftar angket.
3. Membuat surat izin untuk melakukan penelitian di perusahaan yang dituju untuk menyebarkan angket pada responden.
4. Menyebarkan angket kepada responden.

5. Membagi angket kepada responden serta menerangkan tujuan dari pengisian angket tersebut, dan mengiringi responden selama proses pengisian angket untuk mempermudah responden melakukan pengisian angket.
6. Mencatat pertanyaan-pertanyaan serta saran-saran yang dikemukakan oleh responden.
7. Mengumpulkan angket yang telah diisi oleh responden.
8. Memberi nilai pada masing-masing item pertanyaan sesuai dengan standar yang telah ditetapkan berdasarkan skala *Likert*.
9. Menyusun skor item pertanyaan dari masing-masing responden.
10. Melakukan uji validitas menggunakan SPSS 15 *For Windows Evaluation Version* output yang dihasilkan dari pengolahan SPSS merupakan data r_{hitung} . Untuk mengetahui apakah nilainya signifikan atau tidak, maka dilakukan uji korelasi dengan membandingkan r_{hitung} dengan r_{tabel} . Agar memperoleh nilai yang signifikan, maka r_{hitung} harus lebih besar dari r_{tabel} (dilihat dari Tabel *r product moment* dengan taraf signifikansi 5% dan derajat kebebasan $n-2$, dimana $n-2$ merupakan jumlah responden).

3.3.6.2 Reliabilitas

Reliabilitas menunjukkan pengertian bahwa suatu instrumen cukup dapat dipercaya untuk digunakan sebagai alat pengumpul data, karena instrumen tersebut sudah baik. Instrumen yang sudah dapat dipercaya, yang reliabel akan menghasilkan data yang dapat dipercaya juga. *Reliabel* menurut Suharsimi arikunto (2006:154) artinya dapat dipercaya, jadi dapat diandalkan. Reliabilitas

adalah suatu nilai yang menunjukkan konsistensi suatu alat pengukur di dalam mengukur gejala yang sama (Husein Umar, 2003:113).

Pada penelitian ini reliabilitas di cari dengan menggunakan rumus alpha atau *Cronbach's alpha* (α) dikarenakan instrumen pertanyaan kuesioner yang dipakai merupakan rentangan antara beberapa nilai dalam hal ini menggunakan skala likert 1 sampai dengan 5.

Rumus *alpha* atau *Cronbach's alpha* (α) sebagai berikut :

$$r = \left[\frac{k}{(k-1)} \right] \left[1 - \frac{\sum \sigma_b^2}{\sigma_i^2} \right]$$

(Husein Umar, 2002:125 dan Suharsimi Arikunto, 2002:171)

dimana : r_{11} = reliabilitas instrumen
 k = banyak butir pertanyaan
 σ_i^2 = varians total
 $\sum \sigma_b^2$ = jumlah varians butir tiap pertanyaan

Jumlah varian butir tiap pertanyaan dapat dicari dengan cara mencari nilai varians tiap butir yang kemudian dijumlahkan ($\sum \sigma^2$) sebagai berikut :

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

(Husein Umar, 2003:127)

dimana : n = jumlah sampel;
 σ = nilai varians
 x = nilai skor yang dipilih (total nilai dari nomor butir pertanyaan)

Keputusan uji reliabilitas ditentukan dengan ketentuan sebagai berikut :

1. Jika koefisien internal seluruh item $r_{hitung} \geq r_{tabel}$ dengan tingkat signifikansi 5% maka item pertanyaan dikatakan reliabel.

2. Jika koefisien internal seluruh item $r_{hitung} < r_{tabel}$ dengan tingkat signifikansi 5% maka item pertanyaan dikatakan tidak reliabel.

Perhitungan validitas dan realibilitas pertanyaan dilakukan dengan bantuan program aplikasi SPSS 15 *For Window Evaluation Version*. Adapun langkah-langkah menggunakan SPSS 15 *For Window Evaluation Version* sebagai berikut:

1. Memasukan data variabel X dan Y setiap item jawaban responden atas nomor item pada *data view*.
2. Klik *variable view*, lalu isi kolom *name* dengan variabel-variabel penelitian dan isi juga kolom *measure*.
3. Kembali ke *data view*, lalu klik *analyze* pada toolbar pilih *Reliability Analyze*.
4. Pindahkan variabel yang akan diuji lalu klik *alpha*.
5. Lalu dapat diketahui apakah data tersebut valid serta realibel atau tidak, dengan membandingkan data hitung dengan data tabel.

3.2.6.3 Hasil Pengujian Validitas

Pengujian validitas digunakan untuk mengetahui sejauh mana instrumen yang digunakan dapat dipakai untuk mengukur akurasi penelitian. Pengujian validitas dimaksudkan sebagai ukuran seberapa cermat suatu alat uji melakukan fungsi ukurannya. Suatu alat ukur yang validitasnya tinggi akan mempunyai *varian* kesalahan yang kecil sehingga data yang terkumpul merupakan data yang dapat dipercaya. Dari penelitian ini yang akan diuji adalah validitas dari instrument faktor-faktor dominan penentu pemilihan produk AMDK yang terdiri dari orientasi konsumen akhir, harga, pemasok, dan produk sebagai variabel X

(*independent*) dan kepuasan sebagai variabel Y (*dependent*) yang terdiri dimensi harapan dan kenyataan.

Berdasarkan hasil pengujian pertama kali diketahui bahwa ada beberapa item soal yang tidak valid, sehingga item soal tersebut tidak dapat dijadikan sebagai alat ukur dari variabel yang akan diteliti. Oleh karena itu beberapa setiap item soal yang tidak valid dihilangkan, kemudian dilakukan proses pengujian validitas kedua sehingga diperoleh hasil baru. Berdasarkan jumlah angket yang diuji kepada 30 responden dengan tingkat signifikan 5% dan derajat kebebasan (df) $n-2$ atau $(30-2=28)$, maka didapat nilai r_{tabel} 0,375. Dapat diketahui bahwa semua butir soal dari instrument valid karena skor r_{tabel} lebih besar dari skor r_{tabel} , (0,375), sehingga item-item pertanyaan tersebut dapat dijadikan sebagai alat ukur dari variabel-variabel yang akan diteliti.

Hasil pengujian validitas dari penelitian ini menunjukkan bahwa pada variabel faktor-faktor dominan penentu pemilihan produk AMDK yang diharapkan memperoleh validitas paling tinggi adalah pada dimensi konsumen akhir dengan item pertanyaan kesesuaian antara citra merek yang diinginkan konsumen dengan citra merek yang ada pada produk pemasok yaitu sebesar 0,821. Selain itu validitas paling rendah diperoleh oleh dimensi dengan item pertanyaan kemungkinan kemasan mengalami kerusakan yaitu sebesar 0,464. Sedangkan pada faktor-faktor dominan penentu pemilihan produk AMDK yang dirasakan validitas paling tinggi diperoleh oleh dimensi harga dengan item soal besar keuntungan (besarnya selisih harga yang diberikan pemasok dengan harga jual toko) sebesar 0,840 sedangkan validitas paling rendah diperoleh oleh dimensi

kualitas produk dengan item soal kemungkinan kemasan mengalami kerusakan sebesar 0,455. Untuk hasil pengujian validitas yang diperoleh dapat dilihat pada lampiran.

3.2.7.3 Hasil Pengujian Reliabilitas

Pengujian reliabilitas dimaksudkan untuk mengetahui apakah instrumen ukur yang digunakan menunjukkan tingkat ketepatan, keakuratan, kestabilan atau konsistensi meskipun pengukuran dilakukan pada waktu yang berbeda. Pengujian keandalan dilakukan terhadap pertanyaan yang sudah valid untuk mengetahui sejauh mana hasil pengukuran tetap konsisten bila dilakukan pengukuran kembali terhadap gejala yang sama.

Berdasarkan hasil pengujian dapat diketahui bahwa semua variabel realibel karena skor r_{hitung} lebih besar dari skor r_{tabel} . Ini menunjukkan bahwa instrument tersebut dapat dipercaya untuk digunakan sebagai alat pengumpul data dan akan memberikan hasil ukuran yang sama. Hasil dari pengujian reliabilitas instrumen penelitian ini memperlihatkan bahwa yang memperoleh reliabilitas paling besar adalah faktor-faktor dominan penentu pemilihan produk AMDK yang dirasakan 0,933, sedangkan yang memperoleh reliabilitas paling rendah adalah variabel faktor-faktor dominan penentu pemilihan produk AMDK yang diharapkan yaitu sebesar 0,861. Untuk lebih lengkapnya hasil pengujian reliabilitas yang diperoleh terdapat pada lampiran.

3.2.7 Teknik Analisis Data

Teknik analisis data merupakan suatu acara untuk mengukur, mengolah dan menganalisis data tersebut. Tujuan pengolahan data adalah untuk memberikan keterangan yang berguna, serta untuk menguji hipotesis yang telah dirumuskan dalam penelitian ini. Dengan demikian, teknik analisis data diarahkan pada pengujian hipotesis serta jawaban masalah yang diajukan.

Alat penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah angket. Angket ini disusun oleh penulis berdasarkan variabel yang terdapat dalam penelitian.

Dalam penelitian kuantitatif analisis data dilakukan setelah data seluruh koresponden terkumpul. Kegiatan analisis data dalam penelitian dilakukan melalui tahapan-tahapan sebagai berikut:

1. Menyusun Data

Mengecek nama dan kelengkapan identitas responden, serta mengecek kelengkapan data yang diisi oleh responden untuk mengetahui karakteristik responden digunakan rumus prosentase sebagai berikut:

$$\% = \frac{n}{N} \times 100$$

Dimana :

n = nilai yang diperoleh

N = jumlah seluruh nilai

100 = konstanta

2. Menyeleksi data untuk memeriksa kesempurnaan dan kebenaran data yang terkumpul.
3. Tabulasi Data

Tabulasi data yang dilakukan dalam penelitian ini adalah:

- a. Memberikan skor pada setiap item.
 - b. Menjumlahkan skor pada setiap item.
 - c. Menyusun ranking skor pada setiap variable penelitian.
4. Menganalisis dan menafsirkan hasil perhitungan berdasarkan angka-angka yang diperoleh dari perhitungan statistik.

Adapun metode analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Analisis deskriptif dapat digunakan untuk mencari kuatnya hubungan antara variable melalui analisis kolerasi dan membuat perbandingan rata-rata data sampel atau populasi tanpa perlu diuji signifikannya.

Melalui analisis deskriptif, maka dapat diketahui:

- a) Tanggapan responden terhadap pelaksanaan faktor-faktor dominan penentu pemilihan produk AMDK yang terdiri dari dimensi orientasi konsumen, harga, pemasok dan produk.
- b) Tanggapan responden terhadap tingkat kepuasan pengecer di Kelurahan Isola melalui harapan dan kenyataan dari faktor-faktor dominan penentu pemilihan produk AMDK yang terdiri dari dimensi orientasi konsumen, harga, pemasok dan produk

Hasil penghimpunan data secara keseluruhan mengenai tanggapan responden terhadap factor-faktor dominan penentu pemilihan produk AMDK dan kepuasan pengecer maka dapat diketahui kedudukannya dari skor yang didapat berdasarkan data skoring penelitian, di mana

nilai-nilai tersebut dibandingkan dengan kriteria skor terendah yang didapat melalui perhitungan skor ideal (kriterium) dan skor terkecil, sehingga melalui skor standar tersebut dapat diketahui daerah kontinum yang menunjukkan wilayah ideal dari variabel penelitian, hal tersebut dapat dicari dengan rumus menurut Sugiyono (2005:94) sebagai berikut:

Mencari skor ideal tertinggi periklanan

Skor ideal = skor tertinggi X jumlah butir item X jumlah responden

Mencari skor ideal terendah periklanan

Skor ideal = skor terendah X jumlah butir item X jumlah responden

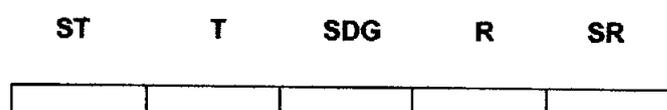
Mencari interval periklanan

interval = skor tertinggi – skor terendah

Mencari panjang interval kelas periklanan

Panjang interval kelas = interval : jenjang

Dari perhitungan di atas, maka disajikan pada gambar garis kontinum sebagai berikut:



2. Analisis Verifikatif, yang bertujuan untuk menguji nilai hipotesis suatu variabel. Melalui analisis ini dapat diketahui pengaruh antara satu variabel dengan variabel lainnya. Sehingga dalam penelitian ini dapat diketahui pengaruh factor-faktor dominan penentu pemilihan produk AMDK terhadap kepuasan pengecer di Kelurahan Isola.

Penelitian ini menggunakan data ordinal seperti dijelaskan dalam operasionalisasi variabel di atas, maka semua data ordinal yang terkumpul terlebih dahulu akan ditransformasi menjadi skala interval dengan menggunakan *Method of Successive Interval* (MSI). Langkah-langkah untuk melakukan transformasi data tersebut adalah sebagai berikut:

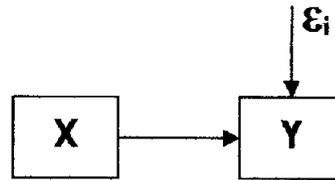
1. Menghitung frekuensi (f) setiap pilihan jawaban, berdasarkan hasil jawaban responden pada setiap pernyataan.
2. Berdasarkan frekuensi yang diperoleh untuk setiap pernyataan, dilakukan penghitungan proporsi (p) setiap pilihan jawaban dengan cara membagi frekuensi (f) dengan jumlah responden.
3. Berdasarkan proporsi tersebut untuk setiap pernyataan, dilakukan penghitungan proporsi kumulatif untuk setiap pilihan jawaban.
4. Menentukan nilai batas Z (tabel normal) untuk setiap pernyataan dan setiap pilihan jawaban
5. Menentukan nilai interval rata-rata untuk setiap pilihan jawaban melalui persamaan berikut:

$$Scale\ Value = \frac{(Density\ at\ Lower\ Limit) - (Density\ at\ Upper\ Limit)}{(Area\ Below\ Upper\ Limit) - (Area\ Below\ Lower\ Limit)}$$

Berdasarkan hipotesis konseptual yang diajukan, di mana hipotesis konseptual itu saling berhubungan, sehingga untuk mencari hubungan antar variabel yang akan diteliti digunakan rumus *product moment* berikut:

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

Hipotesis konseptual tersebut terlebih dahulu digambarkan dalam sebuah paradigma. Hal ini dapat dilihat pada gambar berikut.



Gambar 3.2
Struktur Hubungan Kausal Antara X, dan Y

Keterangan:

X : Faktor-Faktor Dominan Penentu Pemilihan Produk AMDK

Y : Kepuasan Pengecer

Gambar 3.2 menunjukkan bahwa diagram jalur tersebut terdiri dari 2 substruktur. Persamaan substrukturnya dapat diidentifikasi sebagai berikut :

$$1) Y = \rho_{11}X_i + \varepsilon_1$$

$$2) Z = \rho_{21}X_i + \varepsilon_2$$

Pengujian hipotesis secara simultan untuk setiap sub struktur jalur dilakukan sebagai berikut :

a. Rumusan hipotesis

$$1) H_0 : R^2_{YX_i} = 0$$

$$H_1 : R^2_{YX_i} > 0 ; i = 1,2,3,4$$

$$2) H_0 : R^2_{ZX_i} = 0$$

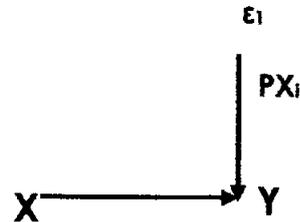
$$H_1 : R^2_{ZX_i} > 0 ; i = 1,2$$

Pengujian hipotesis secara simultan untuk setiap sub struktur jalur dilakukan sebagai berikut :

Hipotesis : Terdapat pengaruh yang diakibatkan oleh faktor-faktor dominan penentu pemilihan produk AMDK terhadap kepuasan pengecer

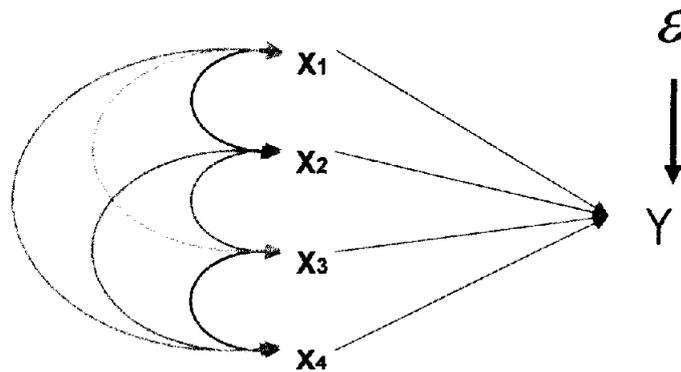
Pengujian dilakukan dengan langkah-langkah sebagai berikut :

- 1) Menggambarkan struktur jalur hipotesis I



Gambar 3.3
Diagram Jalur Hipotesis

- 2) Selanjutnya diagram hipotesis I tersebut diterjemahkan ke dalam beberapa sub hipotesis yang menyatakan pengaruh sub variabel independen yang paling dominan terhadap variabel independen lebih jelasnya dapat dilihat pada Gambar 3.4.



Gambar 3.4
Diagram Jalur Sub Struktur Hipotesis

Keterangan : X_1 = Orientasi konsumen
 X_2 = Harga
 X_3 = Pemasok
 X_4 = Produk

3) Menghitung matriks kolerasi antar variabel bebas:

$$\gamma = P_{yx1}X_1 + P_{yx2}X_2 + P_{yx3}X_3 + P_{yx4}X_4 + \varepsilon_1$$

$$R = \begin{pmatrix} X1 & X2 & X3 & X4 \\ 1 & r_{X1X2} & r_{X3X1} & r_{X4X1} \\ & 1 & r_{X3X2} & r_{X4X2} \\ & & 1 & r_{X4X3} \\ & & & 1 \end{pmatrix}$$

4) Identifikasi persamaan sub struktur hipotesis

Menghitung matriks invers korelasi

$$R^{-1} = \begin{pmatrix} X1 & X2 & X3 & X4 \\ C1.1 & C1.2 & C1.3 & C1.4 \\ & C2.2 & C2.3 & C2.4 \\ & & C3.3 & C3.4 \end{pmatrix}$$

5) Menghitung semua koefisien jalur melalui rumus

$$\begin{pmatrix} PYX1 \\ PYX2 \\ PYX3 \\ PYX4 \end{pmatrix} = \begin{pmatrix} X1 & X2 & X3 & X4 \\ C1.1 & C1.2 & C1.3 & C1.4 \\ & C1.2 & C1.3 & C1.4 \\ & & C1.3 & C1.4 \\ & & & C1.4 \end{pmatrix} \begin{pmatrix} r_{YX1} \\ r_{YX2} \\ r_{YX3} \\ r_{YX4} \end{pmatrix}$$

6) Hitung R²Y (X1, X2, X3, X4) yaitu koefisien yang menyatakan

determinasi total X1, X2, X3, X4 terhadap Y dengan menggunakan rumus:

$$R^2Y (X1, \dots, X4) = [P_{YX1.1} \dots P_{YX1.4}] \begin{bmatrix} r_{YX1.1} \\ \dots \\ r_{YX1.4} \end{bmatrix}$$

7) Menguji pengaruh langsung maupun tidak langsung dari setiap variabel.

a. Pengaruh (X₁) terhadap Y

Pengaruh langsung

$$= P_{YX1} \cdot P_{YX1}$$

Pengaruh tidak langsung melalui (X₂)

$$= P_{YX1} \cdot r_{X1 \cdot X2} \cdot P_{YX2}$$

Pengaruh tidak langsung melalui (X₃)

$$= P_{YX1} \cdot r_{X1 \cdot X3} \cdot P_{YX3}$$

Pengaruh tidak langsung melalui (X₄)

$$= P_{YX1} \cdot r_{X1 \cdot X4} \cdot P_{YX4} +$$

Pengaruh total (X₁) terhadap Y

$$= \dots\dots\dots$$

b. Pengaruh (X₂) terhadap Y

Pengaruh langsung = P_{YX2} · P_{YX2}
 Pengaruh tidak langsung melalui (X₁) = P_{YX2} · r_{X1 . X1} · P_{YX1}
 Pengaruh tidak langsung melalui (X₃) = P_{YX2} · r_{X1 . X3} · P_{YX3}
 Pengaruh tidak langsung melalui (X₄) = P_{YX2} · r_{X1 . X4} · P_{YX4+}
 Pengaruh total (X₂) terhadap Y =

c. Pengaruh (X₃) terhadap Y

Pengaruh langsung = P_{YX3} · P_{YX3}
 Pengaruh tidak langsung melalui (X₁) = P_{YX3} · r_{X1 . X1} · P_{YX2}
 Pengaruh tidak langsung melalui (X₂) = P_{YX3} · r_{X1 . X2} · P_{YX3}
 Pengaruh tidak langsung melalui (X₄) = P_{YX3} · r_{X1 . X4} · P_{YX4+}
 Pengaruh total (X₃) terhadap Y =

d. Pengaruh (X₄) terhadap Y

Pengaruh langsung = P_{YX4} · P_{YX4}
 Pengaruh tidak langsung melalui (X₁) = P_{YX4} · r_{X1 . X1} · P_{YX1}
 Pengaruh tidak langsung melalui (X₂) = P_{YX4} · r_{X1 . X2} · P_{YX2}
 Pengaruh tidak langsung melalui (X₃) = P_{YX4} · r_{X1 . X3} · P_{YX3+}
 Pengaruh total (X₄) terhadap Y =

8) Menghitung pengaruh variabel lain (ε) dengan rumus sebagai berikut:

$$P_{y\epsilon} = \sqrt{1 - R^2 y(x_1, x_2, x_3, x_4)}$$

Pengujian secara keseluruhan dengan uji F

Rumusan hipotesis operasional

$$H_0 : P_{x_2 x_j} = P_{x_2 x_j}$$

$$H_1 : P_{x_2 x_j} \neq P_{x_2 x_j}; i \neq j$$

Statistik uji yang digunakan ialah :

$$F = \frac{(n - k - 1) \sum_{i=1}^k P_{yx_{1,2,3,4}}}{k(1 - \sum_{i=1}^k P_{yx_{1,2,3,4}})}$$

Keterangan:

n = Banyaknya responden

k = Banyaknya variabel bebas

Kriteria pengambilan keputusan untuk hipotesis yang diajukan menurut Sugiyono (2007:188) ialah:

Jika $F_{hitung} > F_{tabel}$, maka H_0 ditolak artinya X berpengaruh terhadap Y

Jika $F_{hitung} < F_{tabel}$, maka H_0 ditolak artinya X tidak berpengaruh terhadap Y

Pengujian secara individual dengan uji t

Tolak H_0 jika $t_{hitung} \geq t_{(mendekati\ 100\%)\ (n-k-1)}$

Terima H_0 jika $t_{hitung} < t_{(mendekati\ 100\%)\ (n-k-1)}$

$$\text{Dimana : } t = \frac{P_{YX_i} - P_{YX_j}}{\sqrt{\frac{(1 - R^2 y(x_1, x_2, x_3, x_4))(C_{ii} + C_{jj} + C_{jj})}{(n - k - 1)}}$$

Sesuai dengan kriteria pengambilan keputusan untuk hipotesis yang diajukan menurut Sugiyono (2007:185) yaitu:

Jika $t_{hitung} > t_{tabel}$, maka H_0 ditolak artinya X berpengaruh terhadap Y

Jika $t_{hitung} < t_{tabel}$, maka H_0 diterima artinya X tidak berpengaruh terhadap Y

Semua teknis analisis data di atas dalam pelaksanaan perhitungannya menggunakan program SPSS 15 *For Window Evaluation Version*

Penafsiran terhadap besarnya koefisien korelasi berpedoman pada penggolongan koefisien yang dikemukakan oleh Sugiyono (2007:184)

Tabel 3.5
Pedoman untuk Memberikan Interpretasi Koefisien Korelasi

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

Sumber: Sugiyono (2007:184)

