

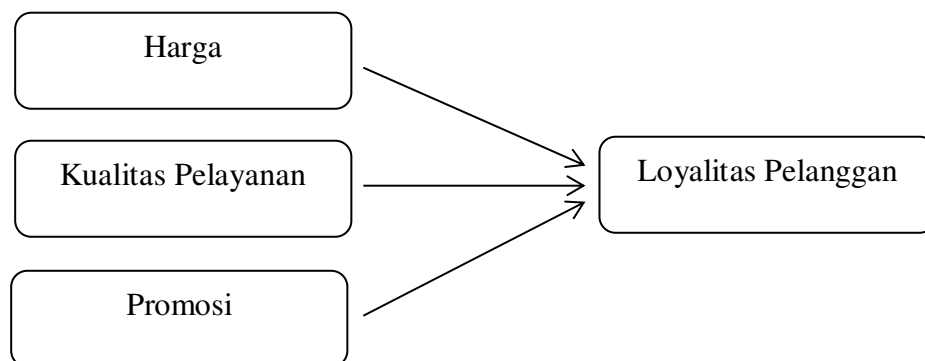
BAB III METODE PENELITIAN

3.1 Desain Penelitian

Desain penelitian ini menggunakan pendekatan deskriptif kuantitatif. Deskriptif adalah pengumpulan data untuk menguji hipotesis dan menjawab pertanyaan tentang informasi dari subjek penelitian. Sumber data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data primer dari hasil observasi, wawancara, dan survey distribusi kepada pelanggan Jersey Sport Java.

Berdasarkan analisis data menggunakan penelitian kuantitatif dengan model analisis regresi berganda. Metodologi yang digunakan dalam penelitian ini adalah uji hipotesis untuk mengetahui pengaruh harga, kualitas pelayanan, dan promosi terhadap loyalitas pelanggan. Penelitian ini menggunakan kuesioner untuk mengumpulkan data. Pengumpulan data menggunakan *survei online (Google Forms)*, yang distribusikan langsung ke pelanggan Jersey Sport Java untuk di isi sendiri oleh responden. Data yang diperoleh dari survei kemudian diolah dengan menggunakan *Software Statistical Package For Social Sciences (SPSS)*. Desain penelitian ini dapat digambarkan sebagai berikut:

**Gambar 3. 1
Desain Penelitian**



3.2 Populasi dan Sample

3.2.1 Populasi

Menurut Sugiyono dari Setiawan (2018), populasi adalah domain umum yang terdiri dari: Objek/subyek dengan kualitas dan karakteristik tertentu yang ditentukan oleh peneliti untuk mempelajarinya dan menarik kesimpulan. Populasi adalah jumlah keseluruhan unit atau individu yang karakteristiknya hendak diteliti. Populasi dalam penelitian ini adalah pelanggan loyal Jersey Sport Java yang membeli melalui situs shopee.

Jumlah pelanggan yang memiliki loyalitas terhadap jersey sport java adalah 133 pelanggan data tersebut di ambil dengan cara wawancara dengan pemilik jersey sport java dan di lihat dari pelanggan yang memiliki loyalitas dengan cara terdaftar sebagai *reseller* atau *dropshipper* dan tidak terdaftar sebagai *reseller* atau *dropshipper*.

3.2.2 Sampel

Menurut Sugiyono (2017), sampel adalah bagian dari jumlah dan karakteristik populasi. Sampel yang diambil dari populasi benar-benar harus representatif (Mewakili).

Teknik pengambilan sample dalam penelitian ini adalah dengan menggunakan teknik *puropsive sampling*. Menurut Sanusi (2013) *purposive sampling* adalah pengambilan sample yang didasarkan pada kriteria-kriteria tertentu. Kriteria-kriteria untuk sample pada penelitian ini adalah responden yang memenuhi kriteria sebagai berikut: (1) responden laki-laki maupun perempuan yang mengikuti akun shopee Jersey Sport Java, (2) Responden melakukan pembelian minimal 2x dalam seminggu atau terdaftar sebagai *reseller* maupun *dropshipper*.

Berdasarkan perhitungan yang dikemukakan oleh Slovin, penelitian ini menggunakan populasi 133 dari pelanggan pada situs shopee Jersey Sport Java untuk menentukan jumlah sampel yang digunakan dari seluruh populasi penelitian sebagai berikut:

$$n = N / (1 + Ne^2)$$

Dimana :

n = Jumlah Sampel

N = Jumlah seluruh Populasi

e = Toleransi Error

$$n = 133 / (1 + 133 * (5\%)^2)$$

$$n = 133 / (1 + 133 * (0,05^2))$$

$$n = 133 / (1 + 133 * 0,0025)$$

$$n = 133 / (1 + 0,3325)$$

$$n = 133 / 1,3325$$

$$n = 99,81$$

di bulatkan menjadi 100 pelanggan

Jumlah sampel ditentukan dengan menggunakan rumus Slovin dan tingkat presisi yang ditetapkan saat sampel ditentukan. Oleh karena itu, ukuran sampel untuk penelitian ini adalah 100 dan diperoleh berdasarkan toleransi of *error* yang digunakan adalah 5% dari populasi yang penelitian.

3.3 Definisi Oprasional Variabel

Menurut Sugiyono (2017), variabel penelitian adalah segala suatu bentuk dari apa saja yang peneliti tetapkan untuk dipelajari sehingga menghasilkan informasi dan dapat menarik kesimpulan.

Dalam penelitian ini variabel dibagi menjadi dua bagian yaitu variabel bebas (independen) dan variabel terikat (dependen). Definisinya adalah sebagai berikut:

1. Variabel independen (Variabel Bebas)

Menurut Sugiyono (2017), variabel ini disebut variabel bebas. Variabel bebas adalah variabel yang mempengaruhi atau menyebabkan perubahan atau terbentuknya variabel dependen (terikat). Dalam penelitian ini, terdapat tiga variabel independen yaitu: harga (X_1), kualitas pelayanan (X_2), dan promosi (X_3).

2. Variabel dependen (Variabel Terikat)

Variabel ini sering disebut sebagai variabel terikat. Menurut Sugiyono (2016), variabel terikat adalah variabel atau hasil yang dipengaruhi oleh variabel bebas. Variabel dependen (terikat) yang diteliti dalam penelitian ini adalah Loyalitas Pelanggan (Y)

Tabel 3. 1

Konsep Operasional Variable Penelitian

Variabel	Definisi Konseptual	Indikator	Butir Pertanyaan
Harga (X_1)	Harga adalah satuan moneter atau non-moneter yang dibutuhkan untuk memperoleh produk atau jasa, dan harga merupakan bagian penting dari persaingan pasar, karena harga merupakan faktor penentu loyalitas pelanggan.	Keterjangkauan Harga	1,2
		Kesesuaian harga dengan kualitas produk/jasa	3,4
		Daya saing harga	5,6
		Kesesuaian harga dengan manfaat	7,8
Kualitas Pelayanan (X_2)	kualitas layanan merupakan tindakan yang dilakukan kepada pelanggan agar pelanggan merasa puas dan dapat mempengaruhi pikiran pelanggan untuk bisa datang	Bukti Fisik	1
		Kehandalan	2

	kembali ke perusahaan tersebut, yang artinya jika pelayanan dapat diberikan dengan sebaik mungkin kepada pelanggan maka pelanggan akan merasa puas dan senang akibatnya pelanggan akan menjadi menjadi loyal dan melakukan pembelian secara berulang.	Daya Tanggap	3
		Jaminan	4,5
		Empati	6,7
Promosi (X3)	Promosi merupakan suatu usaha bagi pihak perusahaan untuk memperkenalkan atau memberi informasi tentang suatu produk atau jasa tertentu dan untuk menawarkan produk atau jasa kepada para pelanggan agar pelanggan merasa tertarik untuk menggunakan atau membeli produk atau jasa tersebut.	Frekuensi Promosi	1,2
		Kualitas Promosi	3,4
		Kuantitas Promosi	5,6
		Waktu Promosi	7,8
		Ketetapan dan Kesesuaian Sasaran Promosi	9
Loyalitas Pelanggan (Y)	loyalitas pelanggan merupakan rasa ingin kembali dari pelanggan atau pembelian secara berulang yang dilakukan pelanggan tersebut untuk menikmati, membeli dan juga menggunakan jasa tersebut karena mereka merasa puas.	<i>Repeat Purchase</i>	1,2
		<i>Retention</i>	3
		<i>Referalls</i>	4

3.4 Jenis, Sumber data, dan Teknik Pengumpulan Data

3.4.1 Jenis Penelitian

Penyusunan skripsi menggunakan jenis penelitian kuantitatif, Menurut Sugiyono (2017), metode kuantitatif telah digunakan sejak lama dan disebut metode tradisional karena telah menjadi tradisi sebagai metode penelitian. Metode yang menekankan suatu hal berdasarkan pada judul yang diteliti, yaitu "Pengaruh

Harga, Kualitas Pelayanan dan Promosi Terhadap Loyalitas Pelanggan Jersey Sport Java Bekasi". Peneliti ingin mengetahui apakah harga, kualitas layanan, dan promosi mempengaruhi loyalitas pelanggan.

3.4.2 Sumber Data

Sumber data yang di gunakan dalam penelitian ini adalah data primer dan data sekunder.

1. Data primer

Menurut Sugiyono (2018), data primer adalah sumber data yang diambil langsung dari pengumpul data. Data diambil dari kuesioner yang dibagikan kepada responden, yang menjawab pertanyaan secara sistematis

2. Data Sekunder

Menurut Sugiyono (2018), data sekunder adalah sumber data yang tidak memberikan data secara langsung kepada pengumpul data, dan sumber data yang dimaksud adalah bukti-bukti, sejarah yang ditempatkan dalam arsip-arsip yang berkaitan dengan penelitian yang dilakukan seperti format catatan atau laporan

3.4.3 Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data adalah cara pengumpulan data yang di lihat dari segi cara atau metode atau teknik pengumpulan data. Teknik pengumpulan data dapat di lakukan dengan interview (wawancara), Observasi (Pengamatan), Dokumentasi, Kuesioner (Angket), dan kombinasi (Triangulasi). Dalam penelitian ini untuk memproleh data yang di lakukan melalui kuesioner dan wawancara.

1. Kuesioner

Kuesioner terdiri dari penyebaran daftar pertanyaan atau daftar pernyataan yang diisi oleh responden dan mendapatkan jawaban yang diinginkan. Kuesioner adalah metode pengumpulan data primer yang digunakan oleh peneliti. Ada 100 responden yang menjawab kuesioner ini. Data diukur

dengan menggunakan skala Likert, yang mengukur sikap, pendapat, atau persepsi individu atau kelompok.

2. Wawancara

Peneliti mewawancarai pemilik atau karyawan Jersey Sport Java untuk mendapatkan data seperti pendapatan bulanan, profil perusahaan, dan pertanyaan terkait penelitian lainnya.

3.5 Teknik Analisa Data

Menurut Sugiyono dari Thabroni (2021), teknik analisis data adalah suatu metode memetakan, menganalisis, menghitung, dan memvalidasi data yang terkumpul untuk menjawab penjelasan masalah dan menarik kesimpulan dalam penelitian. Teknik analisis data adalah metode yang digunakan dalam hal perhitungan untuk menjawab rumusan masalah dan pengujian hipotesis yang diajukan dalam penelitian.

3.5.1 Uji Instrumen Penelitian

Dalam penelitian kuantitatif, peneliti menggunakan instrumen untuk mengumpulkan data, dan instrumen penelitian digunakan untuk mengukur nilai-nilai variabel yang diteliti. Hal ini peneliti lakukan untuk melakukan pengukuran yang bertujuan untuk membentuk data kuantitatif yang akurat. Dalam penelitian uji coba ini, alat analisis yang penulis gunakan untuk mengolah data menggunakan *Statistical Products and Service Solutions Program (SPSS)*.

Menurut Sugiyono dari Wasila (2021), skala ukur suatu alat adalah suatu aturan yang digunakan sebagai acuan untuk menentukan besar kecilnya jarak ukur (panjang dan pendek). Artinya alat ukur tersebut dapat digunakan untuk pengolahan data.

Skala yang digunakan dalam penelitian ini adalah skala Likert. Menurut Sugiyono dalam Dani (2022) menjelaskan bahwa skala Likert dimaksudkan untuk mengukur sikap responden. Hal ini juga dapat digunakan untuk mengkonfirmasi pendapat dan persepsi individu atau kelompok orang untuk mendapatkan jawaban yang benar atas fenomena sosial yang sedang dipelajari. Kategori jawaban

kuesioner terdiri dari rentang numerik dari 1 hingga 5. Skala Likert dirancang untuk menentukan seberapa banyak responden setuju atau tidak setuju terhadap pernyataan pada 5 titik skala susunan berikut: (1) Sangat Tidak Setuju (STS), (2) Tidak Setuju (TS), (3) Cukup (C), (4) Setuju (S), (5) Sangat Setuju (SS).

3.5.2 Uji Keabsahan Data

Data yang diperoleh diolah untuk membuktikan hipotesis, terlepas dari benar atau tidaknya hipotesis tersebut. Berikut cara penulis mengolah data tersebut:

3.5.2.1 Uji Validitas

Dalam hal ini perlu dibedakan antara hasil penelitian yang valid dan *reliable*. Hasil penelitian yang valid jika terdapat kesamaan antara data yang dikumpulkan dengan data yang sebenarnya dihasilkan pada objek yang diteliti. Perangkat yang valid artinya alat ukur yang digunakan untuk mendapatkan data tersebut sah. Valid berarti instrumen tersebut dapat digunakan untuk mengukur apa yang seharusnya diukur dan begitu juga sebaliknya jika instrumen tidak dapat digunakan maka dinyatakan tidak valid.

Ghozali dari artikel 123dok yang berjudul “Uji Validitas-Teknik Pengujian Instrumen” (2022), bertujuan untuk mengukur validitas atau validitas suatu kuesioner. Suatu angket dikatakan valid jika pertanyaan dalam angket tersebut dapat mengatakan sesuatu yang diukur oleh angket tersebut. Validitas dapat diukur dengan mengkorelasikan skor suatu item atau pertanyaan proposisional dengan skor total suatu komponen atau variabel, yaitu dengan uji signifikansi dengan membandingkan nilai r -hitung dengan r -tabel. R adalah hasil yang dihitung dari derajat kebebasan ($df = n-2$), dan hasilnya dapat dilihat dari r yang dihitung, yang penting untuk pengujian dua arah. Untuk menguji valid tidaknya setiap indikator variabel, bisa dilihat dari tampilan awal *cronbach's alpha* pada kolom *correlated item - total correlation* (r hitung) $>$ r tabel dan memiliki nilai

positif maka butir indikator pernyataan atau pertanyaan tersebut dapat dinyatakan valid.

3.5.2.2 Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas bertujuan untuk mengukur kuesioner yang merupakan indikator variabel. Item pertanyaan dikatakan reliabel jika jawaban seseorang terhadap suatu pertanyaan konsisten. Jika jawabannya tidak konsisten, maka dinyatakan tidak *reliabel*. Untuk mengukur uji reliabilitas, menggunakan fasilitas *Cronbach Alpha* (α).

Menurut Ghazali dalam Aini (2021) peneliti dapat melakukan pengukuran dalam reliabilitas suatu instrument penelitian dengan dua cara, yaitu;

a. *Repeated measure*

Responden diberikan pertanyaan yang sama pada waktu yang berbeda dan kemudian lihat apakah responden menjawab secara konsisten

b. *One shot*

Peneliti dapat mengukur cukup satu kali dan membandingkan hasilnya dengan pernyataan atau pertanyaan lain, atau menggunakan SPSS untuk mengukur korelasi antara tanggapan dan menggunakan uji statistik *Cronbach's* (α) untuk reliabilitas, dalam suatu variabel dapat diindikasikan memiliki tingkat reliabilitas yang memadai jika memberikan nilai *cronbach alpha* $> 0,70$.

3.5.3 Uji Asumsi Klasik

Alat analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

3.5.3.1 Uji Normalitas

Menurut Ghazali dalam Nanincova (2019), uji normalitas bertujuan untuk menguji apakah variabel independen dan dependen berdistribusi normal dalam model regresi. Model regresi yang baik memiliki distribusi data yang normal atau mendekati normal. Artinya, distribusi tidak bergeser

ke kiri atau ke kanan (kurva normal). Ada dua metode untuk menguji apakah data terdistribusi normal: analisis grafik (Plot) dan pengujian statistik.

1. Analisis Grafik (P-Plot)

Uji Normalitas residual menggunakan metode grafik histogram dengan membandingkan antara data observasi dengan distribusi yang mendekati distribusi normal. Selain itu, terdapat metode yang lebih handal yaitu dengan melihat normal *probability plot* (p-plot) dengan membandingkan distribusi kumulatif dari distribusi normal. Setelah itu, distribusi normal akan membentuk sebuah garis lurus diagonal pada grafik normal p-plot of regression standardized residual dan plotting data residual akan dibandingkan dengan garis diagonal. Uji normalitas grafik (p-plot) dapat dideteksi dengan melihat penyebaran data (titik-titik) pada sumbu diagonal dari grafik dari residualnya. Adapun dasar pengambilan keputusan:

- Data yang digambarkan dengan titik-titik tersebar di sekitar diagonal, dan data yang diplot sepanjang arah diagonal menunjukkan bahwa pola data terdistribusi normal. Artinya, regresi memenuhi asumsi normalitas.
- Jika data yang diwakili oleh titik-titik tersebar jauh dari diagonal dan tidak mengikuti arah diagonal, hal ini menunjukkan bahwa pola data tidak berdistribusi normal. Artinya, regresi tidak memenuhi asumsi normalitas.

2. Analisis Statistika (*One sample kolmogorov smirnov*)

Uji normalitas dengan menggunakan grafik harus dilengkapi dengan uji statistik. dalam penelitian ini untuk melakukan uji normalitas residual menggunakan uji *kolmogorov-smirnov*, untuk mengetahui distribusi data mengikuti distribusi normal, *poisson*, *uniform* atau *exponential* atau tidak. Residual berdistribusi secara normal jika memiliki nilai *Assymp.sig. (2-tailed)* lebih dari 0,05.

3.5.3.2 Uji Multikolinearitas

Menurut Ghazali dalam Nanincova (2019), uji multikolinearitas bertujuan untuk menguji apakah model regresi menemukan korelasi antar variabel bebas. Model regresi yang baik adalah model yang tidak ada korelasi antar variabel independen. Uji multikolinearitas ditunjukkan dengan analisis VIF (Variance Infation Factor).

Pengambilan keputusan yang dipakai untuk menunjukkan ada atau tidaknya multikolinearitas sebagai berikut:

- Jika nilai tolerance $> 0,10$ dan nilai VIF < 10 , maka tidak terdapat multikolinearitas antar variabel independen dalam model regresi.
- Jika nilai tolerance $< 0,10$ dan nilai VIF > 10 , maka terdapat multikolinearitas antar variabel independen dalam model regresi.

3.5.3.3 Uji Heterokedastisitas

Menurut Ghozali dalam Mulyono (2019) uji heterokedastisitas bertujuan untuk mengujii apakah pada sebuah model regresi terjadi ketidaknyamanan varian dari residual dari satu pengamatan ke pengamatan lainnya.

Jika variance dari residual satu pengamatan ke pengamatan lain tetap sama, maka disebut Homoskedastisitas dan jika berbeda disebut Heterokedastisitas.

Model regresi yang baik adalah yang Homokedastisitas. Adapun cara untuk mendeteksi ada atau tidaknya gejala heterokedastisitas, antara lain:

1. Analisis Grafik (*Scatterplot*)

Untuk mendeteksi ada atau tidaknya gejala heterokedastisitas dapat melakukan pengamatan oleh grafik *scatterplot* antara *standardized predicted value*. Jika gambar menunjukkan bahwa titik-titik menyebar secara acak serta tersebar baik di atas maupun dibawah angka 0 pada sumbu Y, maka dapat disimpulkan bahwa tidak terjadi heterokedastisitas pada model regresi layak untuk digunakan dalam melakukan pengujian.

2. Uji Glejser

Dalam pengujian ini peneliti menggunakan uji Glejser sebagai berikut :

- Jika nilai signifikansi $< 0,05$ maka terjadi heteroskedastisitas.
- Jika nilai signifikansi $> 0,05$ maka tidak terjadi heteroskedastisitas

3.5.3.4 Uji Autokorelasi

Menurut Ghozali (2018) uji autokorelasi bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi ada korelasi antara kesalahan pengganggu pada periode t dengan kesalahan pengganggu pada periode $t-1$ sebelumnya. Autokorelasi terjadi karena pengamatan yang berurutan berdekatan atau berhubungan satu sama lain . Uji autokorelasi dilakukan dengan menggunakan metode Durbin Watson (DW) dan pengambilan keputusan berdasarkan :

1. $0 < d < dl =$ ada autokorelasi positif
2. $Dl \leq d \leq du =$ tidak ada autokorelasi positif
3. $4 - dl < d < 4 =$ ada autokorelasi negatif
4. $4 - du \leq d \leq 4 - dl =$ tidak ada autokorelasi negatif
5. $Du < d < 4 - du =$ tidak ada autokorelasi positif atau negatif

3.5.4 Analisis Regresi Linier Berganda

Menurut Ghozali dari Aini (2021), “Metode analisis data yang digunakan untuk menguji hipotesis menggambarkan regresi yang digunakan untuk mengetahui bagaimana variabel bebas mempengaruhi variabel terikat.”

Selain itu, analisis regresi dapat menunjukkan arah hubungan antara variabel dependen dan independen. Hasil dari metode ini digunakan karena penulis ingin mengetahui bagaimana variabel harga (X1), kualitas pelayanan (X2), dan periklanan (X3) mempengaruhi retensi pelanggan (Y).

Rumus persamaan regresi berganda secara statistika adalah sebagai berikut:

$$Y = a + b_1X_1 + b_2X_2 + \epsilon$$

Keterangan:

Y = Loyalitas Pelanggan

a = Konstanta

b_1 b_2 = Koefisien Regresi

X_1 = Harga

X_2 = Kualitas Pelayanan

X_3 = Promosi

ϵ = Variabel lain yang mempengaruhi Y

3.5.5 Analisis Koefisien Determinasi (R^2)

Menurut Ghozali dalam Meiryani (2021), koefisien determinasi merupakan salah satu statistik yang dapat digunakan untuk mengukur kemampuan suatu model dalam menjelaskan bagaimana pengaruh suatu variabel independen terhadap variabel dependen secara simultan (simultan). Dengan nilai kuadrat yang disesuaikan dari *R-Squared*. Koefisien determinasi yang kecil berarti variabel independen memiliki kemampuan yang sangat terbatas untuk menjelaskan variabel dependen. Sebaliknya, nilai yang mendekati 1 (satu) dan jauh dari 0 (nol) berarti variabel bebas dapat memberikan semua informasi yang dibutuhkan untuk memprediksi variabel terikat.

3.5.6 Uji Hipotesis

Menurut Hussein dalam artikelnya yang berjudul “Uji Hipotesis” (2021), uji hipotesis merupakan sebuah proses untuk melakukan evaluasi kekuatan bukti dari sampel, dan memberikan dasar pengambilan keputusan terkait dengan populasinya.

Menurut Sugiyono dalam Aini (2021) menyatakan, hipotesis diartikan sebagai jawaban sementara terhadap rumusan masalah penelitian.

3.5.6.1 Uji Simultan (Uji-F)

Menurut Ghozali dalam Meiryani (2021), uji F digunakan untuk mengetahui apakah suatu variabel bebas mempengaruhi variabel terikat secara

simultan (bersama-sama). Uji-F dilakukan untuk melihat bagaimana semua variabel independen (harga, kualitas pelayanan, dan promosi) mempengaruhi variabel dependen (loyalitas pelanggan). Untuk menentukan besarnya F dihitung menggunakan rumus sebagai berikut:

$$F\text{-hitung} = \frac{R^2/k}{(1-R^2)/(n-k-1)}$$

Sumber: Sugiyono (2021)

Keterangan:

R = Koefisien Korelasi Ganda

K = Jumlah Variabel Independen

n = Jumlah Anggota Sampel

Dalam hal ini berlaku ketentuan, jika F hitung > F Tabel, maka koefisien korelasi ganda yang diuji adalah signifikan, hal ini berlaku untuk seluruh populasi. F. tabel dapat dicari dengan didasarkan pada taraf kesalahan 5% dan dk = (n-k-1)

3.5.6.2 Uji Parsial (Uji-T)

Uji-t digunakan untuk menguji hipotesis penelitian secara parsial tentang pengaruh masing-masing variabel independen (harga, kualitas pelayanan, dan promosi) terhadap variabel dependen (loyalitas pelanggan). Menurut Sudjiono dalam Meiryani (2021), uji-t merupakan salah satu uji statistik yang digunakan untuk menguji kebenaran hipotesis bahwa tidak ada perbedaan yang signifikan antara dua mean sampel yang diambil secara acak dari populasi yang sama. Untuk menguji signifikansi pengaruh variabel bebas (Harga, Kualitas Pelayanan dan Promosi) terhadap variabel terikat (Loyalitas Pelanggan), maka perlu di uji signifikansinya dengan cara menguji hipotesis sebagai berikut:

1. Untuk menguji signifikansi apakah pengaruh yang ditemukan berlaku untuk seluruh populasi yang berjumlah 100 orang, maka perlu diuji signifikansinya. Harga T hitung tersebut selanjutnya dibandingkan dengan

harga T tabel. Rumus uji signifikansi korelasi *product moment* ditunjukkan pada rumus berikut:

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

Keterangan:

r = Korelasi produk tertentu

n = Jumlah Responden

n-2 = Derajat keabsahan

2. Nilai t hitung tersebut selanjutnya dibandingkan dengan nilai t tabel untuk kesalahan 5% uji dua pihak dan dk = n-2, jika t hitung > t tabel maka terdapat penolakan H₀, dan sebaliknya.

Maka berlaku hipotesis statistik sebagai berikut:

H₀ : bi = 0, (tidak ada hubungan)

H₁ : bi ≠ 0, (ada hubungan)