

BAB III

METODE PENELITIAN

A. Rancangan Penelitian

Sesuai dengan tujuan penelitian ini yaitu ingin mengetahui hubungan antara pembelian impulsif (*impulsive buying*) dengan konsep diri, maka dalam penelitian ini menggunakan penelitian kuantitatif korelasional (Arikunto, 2006:37). Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui hubungan *impulsive buying* terhadap produk pakaian pada mahasiswi UIN Maliki Malang ditinjau dari konsep diri.

Penelitian dengan pendekatan kuantitatif menekankan analisisnya pada data-data numerical (angka) yang diolah dengan metoda statistika. Pada dasarnya pendekatan kuantitatif dilakukan pada penelitian inferensial (dalam rangka pengujian hipotesis) dan menyadarkan kesimpulan hasilnya pada suatu probabilitas kesalahan penolakan hipotesis nihil (Azwar,1998:5)

B. Identifikasi Variabel Penelitian

Variabel adalah gejala yang bervariasi, yang menjadi obyek penelitian atau apa yang menjadi titik perhatian suatu penelitian (Arikunto, 2006:118).

Adapun macam variabel dalam penelitian ini dapat dibedakan menjadi: (Azwar, 1999:62).

a. Variabel Independent :Suatu variabel yang variasinya mempengaruhi variabel lain dapat pula dikatakan variabel bebas adalah variabel yang pengaruhnya terhadap varibel lain ingin diketahui. Dalam bahasa Indonesia sering disebut sebagai variabel bebas yaitu merupakan variabel yang mempengaruhi, menjadi

sebab berubahannya atau timbulnya variabel dependent (terikat). Adapun Variabel bebas dalam penelitian ini adalah konsep diri.

b. Variabel Dependent: Variabel penelitian yang diukur untuk mengetahui besarnya efek atau pengaruh variabel lain. dalam bahasa Indonesia sering disebut sebagai variabel terikat atau variabel output, criteria, konsekuen. Variabel terikat merupakan variabel yang dipengaruhi atau yang menjadi akibat, karena adanya variabel bebas. Adapun variabel terikat dalam penelitian ini adalah pembelian impulsif (*impulsive buying*).

C. Definisi Operasional

Definisi operasional adalah definisi mengenai variabel yang dirumuskan berdasarkan karakteristik-karakteristik variabel yang diamati. Definisi operasional mempunyai arti tunggal dan diterima secara objektif, bilamana indikator variabel yang bersangkutan tersebut nampak (Azwar, 1997:74).

1. Konsep Diri

Konsep diri merupakan pandangan atau gambaran dan perasaan tentang diri sendiri yang mencakup fisik, psikis, sosial, dan moral. Konsep diri pada penelitian ini akan diungkap dalam skala dengan menggunakan aspek-aspek konsep diri yang meliputi aspek fisik, aspek psikis, aspek sosial, aspek moral.

2. Pembelian Impulsif (*Impulsive Buying*)

Pembelian Impulsif (*Impulsive buying*) adalah perilaku membeli secara spontan, tanpa pertimbangan konsekuensi di masa depan. Dalam penelitian ini produk yang dibeli adalah produk pakaian. Data perilaku pembelian *impulsive buying* terhadap produk pakaian diperoleh dengan menggunakan skala impulse

buying terhadap produk pakaian yang dibuat berdasarkan karakteristik *impulse buying behavior* terhadap produk pakaian antara lain spontanitas, kekuatan, kompulsi dan intensitas, kegairahan dan stimulasi, ketidak pedulian akan akibat.

D. Subyek Penelitian

1. Populasi

Populasi menurut Arikunto (2006:130) adalah keseluruhan subjek penelitian. Populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri atas obyek/subjek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya (sugiyono,2010:117). Populasi yang digunakan pada penelitian ini adalah seluruh mahasiswi UIN MALIKI MALANG angkatan 2012-2013 yang terdiri dari :

1. Fakultas Ilmu Tarbiyah dan Keguruan

- 1.1 Pendidikan Agama Islam,
- 1.2 Pendidikan Ilmu Pengetahuan Sosial,
- 1.3 Pendidikan Guru Marasah Ibtidaiyah,
- 1.4 Jurusan Pendidikan Bahasa Arab

2.Fakultas Syariah

- 2.1 Al-Ahwal Al-Syakhsiyah
- 2.2 Hukum Bisnis Syariah

3.Fakultas Humaniora

- 3.1 Bahasa dan Sastra Arab

3.2 Bahasa dan Sastra Inggris

4. Fakultas Psikologi

4.1 Psikologi

5. Fakultas Ekonomi

5.1 Manajemen

5.2 Akuntansi

5.3 Perbankan Syariah (D3)

5.4 Perbankan Syariah (S1)

6. Fakultas Sains dan Teknologi

6.1 Matematika

6.2 Biologi

6.3 Kimia

6.4 Teknik Informatika

6.5 Teknik Arsitektur

6.6 Farmasi

2.Sampel

Sampel adalah bagian dari populasi yang diambil melalui cara-cara tertentu yang juga memiliki karakteristik tertentu, jelas, dan lengkap yang bisa dianggap bisa mewakili populasi (Hasan, 2010:58). Apabila subyek penelitian kurang dari 100, lebih baik diambil semua, tetapi jika subyeknya besar atau lebih dari 100 maka dapat diambil antar 10-15% atau 20-25% atau lebih (Arikunto,2006:134). Secara umum semakin besar sampel maka semakin representative.

Penelitian ini mengambil sampel 10% dari populasi yang ada yaitu dari seluruh mahasiswi angkatan 2012-2013 UIN MALIKI MALANG. Populasi atau jumlah seluruh mahasiswi UIN MALIKI MALANG angkatan 2012-2013 adalah 3079 Maka sampel yang digunakan adalah 10% dari dari masing-masing jurusan dari bermacam-macam fakultas yang ada di UIN MALIKI MALANG. Pengambilan sampel yang berjumlah 10% adalah karena peneliti tidak mungkin mempelajari semua yang adapada populasi dikarenakan keterbatasan dana, waktu dan tenaga selain itu tidak semua mahasiswi bersedia untuk dimintai keterangan atau observasi. Adapun jumlah sampel yang diambil dianggap telah mampu mewakili dari jumlah populsi yang ada karena telah mewakili dari masing-masing angkatan.

Pengambilan sampel pada penelitian ini adalah dengan menggunakan purposive sampling dengan cara menentukan sampel dengan pertimbangan tertentu. Teknik ini diartikan sebagai suatu proses pengambilan sampel dengan menentukan jumlah sampel terlebih dahulu yang hendak diambil, kemudian pemilihan sampel dilakukan dengan berdasarkan tujuan tujuan tertentu, asalkan tidak menyimpang dari ciri-ciri sampel yang sudah ditetapkan dalam penelitian (Sugiono, 2008:85). Jumlah sampel yang digunakan adalah 10% pada setiap jurusan angkatan 2012-2013 Mahasiswi UIN MALIKI MALANG.

E. Metode Pengumpulan Data

Untuk memperoleh data dalam penelitian ini metode yang digunakan adalah:

1. Observasi

Observasi adalah kegiatan pemusatan perhatian terhadap suatu objek dengan menggunakan seluruh alat indera. Observasi dapat dilakukan dengan dua cara yakni observasi sistematis dan observasi non-sistematis. Disini peneliti menggunakan observasi non sistematis (tanpa pedoman). Observasi digunakan sebagai data awal untuk penelitian.

2. Wawancara

Wawancara adalah sebuah dialog yang dilakukan oleh pewawancara untuk memperoleh informasi dari terwawancara. Wawancara digunakan oleh peneliti untuk menilai keadaan seseorang (Arikunto, 2006: 155).

Wawancara merupakan pertemuan dua orang untuk bertukar informasi dan ide melalui tanya jawab sehingga, dapat dikonstruksikan makna dalam suatu topik tertentu (Sugiono, 2009: 231).

Dalam penelitian ini, peneliti menggunakan wawancara terstruktur, yaitu wawancara yang mana pewawancara mengajukan pernyataan-pernyataan yang disusun berdasarkan suatu pedoman yang telah dipersiapkan terlebih dahulu. Pertanyaan tersebut, memungkinkan pewawancara mendapat jawaban yang lebih spesifik sehingga sangat cocok untuk penyusunan kuisioner atau angket. Wawancara digunakan untuk mendapat data awal untuk penelitian yang selanjutnya.

3. Skala

Skala merupakan sejumlah pernyataan tertulis yang berupa konstruk atau konsep Psikologis yang menggambarkan aspek kepribadian individu, dan

pernyataan dalam skala sebagai stimulus yang tertuju pada indikator perilaku guna memancing jawaban yang merupakan refleksi dari keadaan diri subjek yang biasanya tidak disadari oleh respon yang bersangkutan (Azwar, 1998: 5).

Sebagai alat ukur, skala psikologi memiliki karakteristik khusus yang membedakannya dari berbagai bentuk alat pengumpulan data yang lain seperti angket (questionnaire), daftar isian, inventori, dan lain-lainnya (Azwar, 1998, h.3-4) skala yang digunakan dalam penelitian ini yaitu skala konsep diri dan skala *impulsive buying behavior* terhadap produk pakaian.

Peneliti menyusun skala dengan model *likert* (metode skala rating yang dijumlahkan), pemilihan ini didasarkan dengan bentuk angket *favourable* dan *unfavourable*.dimana dalam skala *likert* ini terdiri dari lima alternative jawaban yakni, Setuju Sekali (SS), Setuju (S), Ragu (R), Tidak Setuju (TS) dan Sangat Tidak Setuju (STS).

Tabel 3.1
Penentuan Nilai Skala

Respon	Skor	
	Favourable (F)	Unfavourable (U)
Setuju Sekali (SS)	5	1
Setuju (S)	4	2
Ragu (R)	3	3
Tidak Setuju (TS)	2	4
Sangat Tidak Setuju (TSS)	1	5

1. Skala Konsep Diri

Skala ini disusun berdasarkan aspek-aspek konsep diri, Menurut Berzonsky (dalam Fatimah. 2012) antara lain:

- a. Aspek Fisik
- b. Aspek Psikis
- c. Aspek Sosial
- d. Aspek Moral

Tabel 3.2
Blue Print Skala Konsep Diri

Aspek	Indikator	Nomor item		Jml
		Favorable	Unfavorable	
Aspek Fisik	Menilai kondisi fisik individu	1, 3, 24	16,13, 15	6
Aspek Psikis	Menilai kondisi psikologis yang meliputi pikiran, perasaan dan sikap terhadap dirinya.	2, 4, 5, 25, 27	8,12, 14, 26, 29	5
Aspek Sosial	Menilai keberadaan dirinya dalam berinteraksi dengan lainnya.	7,9, 10, 18	22,28,30,17	8
Aspek Moral	Penilaian individu tentang norma, prinsip yang membikan arti ke arah positif baginya.	21, 6, 11	19, 20, 23	6
Total		15	15	30

2. Skala pembelian impulsif(*impulsive buying*)

Skala ini disusun berdasarkan karakteristik pembeli impulsif (*impulsive buying*) Menurut Rook antara lain:

- a. Spontanitas
- b. Kekuatan, kompulsi dan intensitas
- c. Kegairahan dan stimulasi

d. Ketidak pedulian akan akibat.

Tabel 3.3
Blue Print Skala pembelian impulsif (*Impulsive Buying*)

Aspek	Indikator	Nomor item		Jumlah
		Favorable	Unfavorable	
Spontanitas	Membeli suatu barang secara spontan dan merespon stimulus yang ada.	2,3,6,25	14,20,21,26	8
Kekuatan, kompulsi, dan intensitas	termotivasi untuk mengesampingkan yang lain dan bertindak seketika	1,7,10	11,12,18	6
Kegairahan dan stimulasi	Terdesak secara mendadak yang disertai emosi	4,5,19 27	13,22,23,28	8
Ketidakpedulian akan akibat	Terdesakan untuk membeli begitu sulit ditolak sehingga akibat mungkin negatif diabaikan	8, 16, 24 30	15,17,29,9	8
Total		19	19	30

F. Validitas dan Reliabilitas

1. Validitas

Validitas adalah suatu ukuran yang menunjukkan tingkat-tingkat kevalidan atau kesahihan suatu instrumen. Suatu instrumen yang valid atau sah mempunyai validitas tinggi. Sebaliknya, instrumen yang kurang valid berarti memiliki validitas rendah (Arikunto,2006:168).

Pada penelitian ini, peneliti menggunakan tipe validitas isi yang pengujiannya menggunakan nalisis rasional. Cara untuk melihat terpenuhi atau tidak validitas ini yakni dengan melihat apakah item-item yang telah

ditulis sesuai dengan blue printnya sesuai dengan domain ukur yang telah ditetapkan semula dan memeriksa apakah masing-masing item telah sesuai dengan indikator perilaku yang hendak diungkap.

Untuk mengatur kesahihan validitas item maka peneliti menggunakan rumus korelasi *product moment* dari *pearson*. Uji validitas ini dilakukan dengan bantuan program SPSS (*Statistical Product and Service Solution*)16.0 *for windows*

Adapun rumus korelasi *product moment* tersebut adalah:

$$r = \frac{\sum xy - \frac{(\sum x)(\sum y)}{n}}{\sqrt{\left(\sum x^2 - \frac{(\sum x)^2}{n}\right) \left(\sum y^2 - \frac{(\sum y)^2}{n}\right)}}$$

Keterangan :

r = koefisien korelasi

X = variabel X

Y = variabel Y

n = besar sampel

2. Reliabilitas

Reliabilitas adalah suatu instrumen cukup dapat dipercaya untuk digunakan sebagai alat pengumpul data karena instrumen tersebut sudah baik. Instrumen yang baik tidak akan bersifat tendensius mengarahkan responden untuk memilih jawaban-jawaban tertentu (Arikunto,2006:178).

Dalam hal ini relatif sama berarti tetap adanya toleransi terhadap perbedaan-perbedaan kecil iantara hasil beberapa kali pengukuran. Bila perbedaan itu sangat besar dari waktu ke waktu maka hasil pengukuran tidak

dapat dipercaya dan dikatkn sebagai tidak reliabel (Azwar, 1998 :4) dalam penelitian ini uji realiabilitas menggunakan rumus Alpha.

Penggunaan rumus tersebut dikarenakan skor yang dihasilkan dari instrumen penelitian merupakan rentangan antara beberapa nilai atauyang terbentuk dalam skala 1-4, 1-5, dan seterusnya, bukan dengan hasil 1 dan 0.

Rumus Alpha tersebut adalah:

$$\alpha = \frac{k}{k-1} \left(1 - \frac{\sum s^2_j}{L} \right)$$

Keterangan:

α : koefisien Realibilitas Alpha

k : Banyaknya Belahan

s²_j: Varians Skor Belahan

s²_x : Varians Skor Total

uji reliabilitas dengan menggunakan rumus diatas dilakukan dengan menggunakan bantuan program SPSS (*Statistical product and Service Solution*) 16.0 for windows.

G. Uji Validitas Aitem

Uji Validitas aitem dalam penelitian ini dilakukan untuk menghindari pernyataan yang kurang jelas maksudnya sehingga responden tidak menemui kesulitan dalam menangkap maksud penelitian serta untuk mengetahui tingkat validitas dan reliabilitasnya.

Interpretasi koefisien validitas bersifat relatif, tidak ada batasan pasti mengenai koefisien terendh yng harus dipenuhi agar validitas dinyatakan memuaskan. Suatu kesepakatan umum menyatakan bahwa koefisien validitas

dapat dianggap memuaskan atau valid apabila melebihi $r_{vy} = 0,30$ ($>0,30$) maka butir-butir tersebut tidak valid dan dianggap gugur (Azwar,1998:179)

Tabel 3.4
Uji validitas Konsep Diri

Aspek	Indikator	Nomor item		Gugur	Jml
		Favorable	Unfavorable		
Aspek Fisik	Menilai kondisi fisik individu	1, 3, 24	16,13, 15		6
Aspek Psikis	Menilai kondisi psikologis yang meliputi pikiran, perasaan dan sikap terhadap dirinya.	2, 4, 5, 25, 27	8,12, 14, 26, 29	25	9
Aspek Sosial	Menilai keberadaan dirinya dalam berinteraksi dengan lainnya.	7,9, 10, 18	22,28,30,17	28	7
Aspek Moral	Penilaian individu tentang norma, prinsip yang memberikan arti ke arah positif baginya.	21, 6, 11	19, 20, 23	19, 23	4
Total		15	15	4	26

Hasil analisis pada skala konsep diri (impulsive buying) diperoleh 26 item yang valid dan 4 item yang gugur dari 30 item

Tabel 3.5
Uji Validitas Pembelian Impulsif (*Impulsive Buying*)

Aspek	Indikator	Nomor item		Gugur	Jumlah
		Favorable	Unfavorable		
Spontanitas	Membeli suatu barang secara spontan dan merespon stimulus yang ada.	2, 3 , 6, , 25	14,20, 21 ,26		8
Kekuatan, kompulsi, dan intensitas	termotivasi untuk mengesampingkan yang lain dan bertindak seketika	1,7,10	11, 12, 18	10	5
Kegairahan dan stimulasi	Terdesak secara mendadak yang disertai emosi	4, 5, 19 , , 27	13,,22, 23, 28	4	7
Ketidakpedulian akan akibat	Terdesakan untuk membeli begitu sulit ditolak sehingga akibat mungkin negatif diabaikan	8,, 16 , ,24,30,9	15, 17, 29	9, 24	8
Total		15	15	4	26

Hasil analisis pada skala pembelian impulsif (impulsive buying) diperoleh 26 item yang valid dan 4 item yang gugur dari 30 item

H. Uji Reliabilitas Aitem

Reliabilitas adalah tingkat kepercayaan hasil suatu pengukuran. Pengukuran yang memiliki reliabilitas tinggi, yaitu yang mampu memberikan hasil ukur yang terpercaya, disebut sebagai reliabel (Azwar, 200:1807)

Penghitungan reliabilitas juga dilakukan dengan bantuan komputer SPSS versi 20 for windows. koefisien keandalannya bergerak antara 0,000 sampai dengan 1,000 artinya semakin mendekati 1,000 maka semakin reliabel. Semakin tinggi koefisien reliabilitas mendekati angka 1,00 berarti semakin tinggi reliabilitasnya. Sebaliknya koefisien yang semakin rendah mendekati angka 0 berarti semakin rendah reliabilitasnya.

Berikut tabel rangkum reliabilitas variabel Pembelian Impulsif (Impulsive Buying) dan konsep Diri

Kedua skala tersebut masuk pada kategori reliabel, dimana $\geq 1,000$. Semakin tinggi koefisien reliabilitas mendekati angka 1,000 berarti semakin tinggi reliabilitasnya.

I. Metode Analisa Data

1. Uji Normalitas

Asumsi atau ujinormalitas bertujuan untuk menguji apakah residual dalam model regresi mengikuti sebaran normal atau tidak. Model Regresi yang baik adalah model dimana residualnya mengikuti distribusi normal. Metode yang digunakan dalam menguji normalitas adalah dengan grafik histogram dan normal P-P plot, serta uji Kolmogorov-Smirnov. Residual model dikatakan mengikuti distribusi normal apabila data pada grafik histogram mengikuti garis normal, dan sebaran data pada grafik normal P-P plot terletak disekitar garis

diagonal, serta nilai signifikansi uji Kolmogorov-smirnov lebih besar dari α yang digunakan. Suatu data dikatakan normal jika signifikan $(p) > 0,05$, jika $(p) < 0,05$, maka data tidak normal. (Priyatno, 2012) Analisis data konsep diri pada pembelian impulsif menggunakan SPSS 20 *for windows*.

2. Uji Heteroskedastisitas

Uji heteroskedastisitas bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi terjadi ketidaksamaan varian dari residual satu pengamatan ke pengamatan yang lain. Jika varian dari residual satu pengamatan ke pengamatan yang lain tetap, maka disebut homoskedastisitas dan jika berbeda akan disebut heteroskedastisitas. Model regresi yang baik adalah model yang tidak terjadi heteroskedastisitas (Ghozali, 2005). Metode yang dapat dipakai untuk mendeteksi gejala heteroskedastisitas dalam penelitian ini adalah metode grafik.

Untuk mendeteksi ada atau tidaknya heteroskedastisitas di dalam model regresi dapat dilihat dari grafik plot antara nilai prediksi variabel terikat (ZPRED) dengan residualnya (SRESID). Ada tidaknya gejala heteroskedastisitas dapat diketahui dengan dua hal, antara lain :

1. Jika pencaran data yang berupa titik-titik membentuk pola tertentu dan beraturan, maka terjadi masalah heteroskedastisitas.
2. Jika pencaran data yang berupa titik-titik tidak membentuk pola tertentu dan menyebar diatas dan dibawah sumbu Y, maka tidak terjadi masalah heteroskedastisitas.

Analisis data konsep diri pada pembelian impulsif menggunakan SPSS 20 *for windows*

3. Uji Linier

Uji linieritas merupakan uji prasyarat yang dilakukan jika akan melakukan analisis korelasi. Uji ini bertujuan untuk mengetahui apakah dua variabel secara signifikan mempunyai hubungan yang linier atau tidak. Dua variabel dikatakan mempunyai hubungan linier bila nilai signifikansi pada linieritas $< 0,05$. (Priyanto, 2012)

4. Analisis Korelasi

Untuk mengetahui adakah hubungan konsep diri dengan pembelian impulsif (*impulsive buying*) terhadap produk pakaian pada mahasiswi uin Malang. Pada penelitian ini analisa data dilakukan secara kuantitatif dengan menggunakan teknik korelasi *product moment*, yaitu suatu metode untuk menggambarkan hubungan antara dua variabel, yang terdiri dari satu variabel bebas (konsep diri) dan satu variabel terikat (pembelian impulsif). Menurut Winarsunu (2002: 74)

Rumus untuk menghitung koefisien korelasi *product moment*:

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

Keterangan:

r_{xy} = koefisien korelasi *product moment*

N = jumlah subjek

$\sum x$ = jumlah skor aitem (kemandirian)

$\sum y$ = jumlah skor total (intensi berwirausaha)

$\sum xy$ = jumlah perkalian aitem (x) dan skor total (y)

$\sum x^2$ = jumlah kuadrat skor aitem (kemandirian)

$\sum y^2$ = jumlah kuadrat skor total (intensi berwirausaha)

Data-data yang diperoleh dari penelitian tersebut kemudian diolah dan dianalisa untuk menuju upaya menjawab rumusan masalah dan hipotesis penelitian yang direncanakan. Pertama mengkatagorisasikan pembelini impulsif digunakan kategorisasi untuk variabel berjenjang dengan mengacu pada Mean dan standart deviasi (SD) dengan rumus sebagai berikut:

$$\text{Mean} = \frac{(\text{skor max} - \text{skor min})}{2} + \text{jumlah item}$$

$$\text{SD} = \frac{\text{mean hipotetik}}{6}$$

Keterangan :

Skor minimal : jumlah aitem x skor terendah

Skor maksimal : jumlah aitem x skor tertinggi

Kemudian dikategorisasikan menurut rumus berikut:

- a. Tinggi : $(M + 1SD) < x$
- b. Sedang: $(M - 1SD) < x \leq (M + 1SD)$
- c. Rendah : $x \leq (M - 1SD)$

Kemudian dilaksanakan proses prosentase dengan menggunakan rumus :

$$P = \frac{f}{n} \times 100\%$$

Keterangan :

P : Prosentase

F : Frekuensi

N : Jumlah subjek

Sesuai dengan tujuan penelitian ini, yaitu untuk mengetahui informasi mengenai korelasi antara variabel bebas (X) yaitu *konsep diri* (Y) yaitu Pembelian impulsif (*impulsive buying*) Maka peneliti menggunakan teknik analisis *product moment* dengan rumus sebagai berikut:

$$r_{xy} = \frac{N \cdot \sum XY - (\sum X)(\sum Y)}{\sqrt{N \cdot \sum X^2 - (\sum X)^2} \sqrt{N \cdot \sum Y^2 - (\sum Y)^2}}$$

Keterangan

r_{xy} : koefisien korelasi X terhadap Y

N : jumlah subjek

X : skor variabel bebas

Y : skor variabel terikat

Harga R_{xy} menunjukkan indeks korelasi antara dua variabel yang dikorelasikan, setiap nilai korelasi digunakan sebagai pedoman untuk menemukan suatu hipotesis dalam suatu penelitian. Analisis korelasi digunakan sebagai penentu besaran yang menyatakan kuat hubungan suatu variabel dengan variabel lain.

1. Jika nilai $r > 0,05$ artinya telah terjadi hubungan korelasi positif yaitu semakin besar nilai variabel x, makin besar variabel y, begitu sebaliknya.
2. Jika nilai $r < 0,05$ artinya telah terjadi hubungan korelasi negatif, yaitu semakin besar nilai variabel x, makin kecil variabel y, begitu sebaliknya.