

## **BAB III**

### **METODE PENELITIAN**

#### **3.1 Objek Penelitian**

Objek penelitian merupakan sasaran untuk mendapatkan suatu data. Menurut Sugiyono (2010:13) menyatakan bahwa objek penelitian adalah sasaran ilmiah untuk mendapatkan data dengan tujuan dan kegunaan tertentu, tentang suatu hal objektif, valid dan reliabel tentang suatu hal (variabel tertentu).

Objek penelitian merupakan sasaran untuk mendapatkan tujuan tertentu mengenai suatu hal yang dibuktikan secara objektif untuk mendapatkan data sesuai dengan tujuan dan kegunaan tertentu. Adapun objek penelitian yang penulis teliti adalah minat beli yaitu minat beli Mahasiswa Universitas Widyatama yang dikaitkan dengan kesadaran merek dan kualitas produk Teh Botol Sosro. Pelaksanaan penelitian ini untuk mengetahui seberapa besar pengaruh kesadaran merek dan kualitas produk Teh Botol Sosro pada Mahasiswa Universitas Widyatama.

##### **3.1.1 Sejarah Singkat PT. Sinar Sosro**

PT. Sinar Sosro adalah perusahaan teh siap minum dalam kemasan botol yang pertama di Indonesia dan di dunia. Berdirinya perusahaan ini tak lepas dari keluarga Sosrodjojo. Tahun 1940 keluarga ini memulai usahanya dengan menjual teh kering dengan merek Teh Cap Botol di wilayah Jawa Tengah. Kemudian pada tahun 1953, bisnis ini dikembangkan di ibukota Jakarta. Awalnya teh tersebut disajikan dengan cara diseduh, namun karena prosesnya lama cara tersebut kurang berhasil. Pada tahun 1969 muncul gagasan untuk menjual teh siap minum (ready to drink tea) dalam kemasan botol, dan pada tahun 1974 didirikan PT SINAR SOSRO oleh Bapak Soegiharto Sosrodjojo, yang berlokasi di Jalan Raya Sultan Agung, Bekasi. (<http://www.sinarsosro.id/about/corporate-profile>, diakses 13 Februari 2019).

### **3.2 Metode Penelitian**

Menurut Sugiyono (2013:2) “Metode penelitian pada dasarnya merupakan cara ilmiah untuk mendapatkan data dengan tujuan dan kegunaan tertentu.” Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode deskriptif verifikatif dengan pendekatan kuantitatif.

Menurut Sugiyono (2011:21) mengenai metode deskriptif ini diungkapkan bahwa “ Metode deskriptif adalah metode yang digunakan untuk menggambarkan atau menganalisis suatu hasil penelitian tetapi tidak digunakan untuk membuat kesimpulan yang lebih luas.” Sedangkan penelitian verifikatif menurut Sugiyono (2012:55) adalah “ Metode verifikatif merupakan penelitian yang bertujuan untuk mengetahui hubungan antara dua variabel atau lebih.”

Selanjutnya mengenai pendekatan kuantitatif, Sugiyono (2010:8) juga mengatakan bahwa:

“Metode penelitian kuantitatif dapat diartikan sebagai metode penelitian yang berlandaskan pada filsafat positivisme, digunakan untuk meneliti pada populasi atau sampel tertentu, pengumpulan data menggunakan instrumen penelitian, analisis data yang bersifat kuantitatif atau statistik, dengan tujuan untuk menguji hipotesis yang telah ditetapkan.”

Dalam penelitian ini, peneliti menggunakan metode deskriptif dan verifikatif. Metode ini digunakan untuk menguji lebih dalam mengenai pengaruh kesadaran merek dan kualitas produk terhadap minat beli produk Teh Botol Sosro di Universitas Widyatama Bandung.

#### **3.2.1 Populasi dan Sampel**

Menurut Sugiyono (2016:80) populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri atas objek atau subjek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya. Populasi dalam penelitian ini yaitu konsumen Teh Botol Sosro yang jumlahnya tidak diketahui secara pasti.

Sedangkan definisi sampel menurut Sugiyono (2016:81) sampel adalah bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi tersebut. Sampel merupakan suatu cara dalam pengumpulan data yang sifatnya tidak menyeluruh yaitu sampel merupakan sebagian dari populasi”.

Terdapat teknik dalam pengambilan sampel untuk penelitian, menurut Sugiyono (2013:116) Teknik sampling pada dasarnya dapat dikelompokkan menjadi dua yaitu *probability sampling* dan *nonprobability sampling*. Teknik yang digunakan dalam penelitian ini adalah *nonprobability sampling*, yaitu teknik sampling yang tidak memberikan peluang atau kesempatan yang sama bagi setiap unsur atau anggota populasi untuk dipilih menjadi sampel. *Nonprobability sampling* terdiri dari sampling sistematis, sampling kuota, *incidental sampling*, sampling jenuh, dan *snow ball sampling*. Pada penelitian ini peneliti menggunakan *incidental sampling*, menurut Sugiyono (2013:122) “*Incidental sampling* yaitu teknik penentuan sampel berdasarkan kebetulan yaitu siapa saja yang secara kebetulan bertemu dengan peneliti dan dapat digunakan sebagai sampel bila dipandang orang yang kebetulan ditemui itu cocok sebagai sumber data”.

Jumlah populasi dalam penelitian ini tidak diketahui maka menurut Malhotra (2004) besarnya jumlah sampel yang diambil dapat ditentukan dengan mengalikan 4 atau 5 kali banyaknya item-item variabel yang diamati atau diobservasi. Berdasarkan rumus tersebut dapat dicari sampelnya sebagai berikut :

$$\begin{aligned} \text{Sampel} &= \text{Jumlah sub variabel} \times 5 \\ &= 17 \times 5 \\ &= 85 \end{aligned}$$

Dari perhitungan di atas dapat diketahui sampel dalam penelitian ini sebanyak 85 responden. Menurut Hair dkk (2016) besarnya sampel bila terlalu besar akan menyulitkan untuk mendapat model yang cocok dan disarankan ukuran sampel yang sesuai antara 100-200 responden. Oleh karena itu sampel yang

ditentukan dalam penelitian ini adalah 172 responden untuk mengurangi kesalahan.

### **3.3 Sumber Data dan Teknik Pengumpulan Data**

Sumber data yang digunakan dalam penelitian ini adalah primer dan sekunder, yaitu :

#### **3.3.1 Data Primer**

Sumber data yang diperoleh langsung dari objek penelitian yang berupa pernyataan dan penilaian dari konsumen sebagai responden yang disebarakan melalui kuesioner. Penyebaran kuesioner kepada responden dilakukan untuk mendapatkan tanggapan mengenai kesadaran merek dan kualitas produk terhadap minat beli.

#### **3.3.2 Data Sekunder**

Sumber yang tidak langsung memberikan data kepada pengumpul data. Menggunakan data sekunder karena menampilkan informasi yang diolah oleh pihak lain yang berfungsi sebagai pelengkap data primer. Data primer dapat diperoleh dari berbagai literatur, buku-buku dan catatan yang berkaitan erat dengan masalah yang akan diteliti.

Sesuai dengan metode penelitian yang digunakan, maka teknik pengumpulan data yang digunakan dalam penyusunan skripsi ini adalah :

##### **1. Penelitian Lapangan (*Field Research*)**

Penelitian yang dilakukan secara langsung kepada objek yang akan diteliti, cara yang dilakukan adalah dengan menyebarkan kuesioner. Kuesioner merupakan teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan cara memberi Sugiyono (2012:142). Setelah kuesioner terisi dan terkumpul maka data akan diolah, diseleksi, dan dianalisis oleh peneliti.

## 2. Studi Kepustakaan (*Library Research*)

Studi kepustakaan berkaitan dengan kajian teoritis dan referensi lain yang berkaitan dengan nilai, budaya, norma yang berkembang pada situasi sosial yang diteliti, selain itu studi kepustakaan sangat penting dalam melakukan penelitian, hal ini dikarenakan penelitian tidak akan lepas dari literatur-literatur ilmiah (Sugiyono, 2012:291).

### 3.4 Operasionalisasi Variabel

Menurut Hartanto (2012:159) variabel-variabel dalam suatu penelitian harus didefinisikan secara jelas makna dan pengukurannya. Variabel-variabel yang digunakan dalam penelitian ini adalah :

#### 3.4.1 Variabel Independent/Bebas (Variabel X)

Menurut Sugiyono (2016:39) Variabel bebas sering disebut sebagai variabel stimulus, predictor, dan antecedent. Dalam bahasa Indonesia disebut variabel bebas. Variabel bebas adalah variabel yang mempengaruhi atau yang menjadi sebab perubahannya atau timbulnya variabel terikat.

#### 3.4.2 Variabel Dependent/Terikat (Variabel Y)

Menurut Sugiyono (2016:39) variabel dependen sering disebut sebagai variabel *output*, kriteria, konsekuen. Dalam bahasa Indonesia sering disebut variabel terikat. Variabel terikat merupakan variabel yang dipengaruhi atau yang menjadi akibat karena adanya variabel bebas.

Dari variabel-variabel tersebut dapat dijabarkan ke dalam operasionalisasi penelitian yang dapat dilihat pada tabel berikut :

**Tabel 3.1**  
**Operasionalisasi Variabel**

<b>Variabel</b>	<b>Konsep Variabel</b>	<b>Sub Variabel</b>	<b>Indikator</b>	<b>Skala</b>
<b>Variabel Independen (X<sub>1</sub>)</b> Kesadaran Merek	Kesanggupan seorang calon pembeli untuk mengenali, mengingat kembali suatu merek sebagai bagian dari suatu kategori produk tertentu. <b>Durianto (2013)</b>	1. <i>Top Of Mind</i> (puncak pikiran)	Menjadi merek yang pertama kali muncul dalam benak konsumen	Ordinal
		2. <i>Brand Recognition</i> (Pengenal merek)	Kemampuan konsumen untuk mengenal logo merek	
		3. <i>Brand Recall</i> (Peningkatan kembali terhadap merek)	Kemampuan mengingat merek tanpa bertanya kepada orang lain	
<b>Variabel Independen (X<sub>2</sub>)</b> Kualitas Produk	Kualitas produk adalah kemampuan suatu barang untuk memberikan hasil atau kinerja yang sesuai bahkan melebihi dari apa yang diinginkan pelanggan. <b>Kotler dan Keller (2016)</b>	1. <i>Performance</i> (Kinerja)	Manfaat yang didapatkan saat mengkonsumsi produk	Ordinal
		2. <i>Features</i> (fitur atau ciri-ciri tambahan)	Kemasan yang menarik pada produk	
		3. <i>Conformance</i> (Kesesuaian)	Kesesuaian produk aman untuk dikonsumsi	
		4. <i>Durability</i> (Daya Tahan)	Masa kadaluwarsa produk	

Variabel	Konsep Variabel	Sub Variabel	Indikator	Skala
<b>Variabel Dependen (Y)</b> Minat Beli	Minat beli adalah keinginan untuk memiliki produk, minat beli akan timbul apabila seseorang konsumen sudah terpengaruh terhadap mutu dan kualitas dari suatu produk dan informasi seputar produk. <b>Durianto (2016)</b>	1. Minat Eksploratif	Keingintahuan mencari informasi mengenai produk	Ordinal
		2. Minat Transaksional	Keinginan untuk membeli produk	
		3. Minat Referensial	Keinginan untuk merekomendasikan produk	

### 3.5 Skala Pengukuran

Keperluan analisis, penulis mengumpulkan dan mengolah data yang diperoleh dari kuesioner dengan cara memberikan bobot penilaian dari setiap pertanyaan berdasarkan skala likert. Menurut Sugiyono (2016:93), skala *Likert* adalah skala yang digunakan untuk mengukur sikap, pendapat, dan persepsi seseorang atau sekelompok orang tentang fenomena sosial. Dengan skala *Likert*, maka variabel yang akan diukur dijabarkan menjadi indikator variabel. Kemudian indikator tersebut dijadikan sebagai titik tolak untuk menyusun item-item instrumen yang dapat berupa pernyataan atau pertanyaan.

Adapun kriteria penilaian dapat dilihat dari tabel dibawah ini:

**Tabel 3.2****Skala Likert**

<b>Pertanyaan</b>	<b>Jawaban</b>	<b>Skor Nilai</b>
Sangat Setuju	SS	5
Setuju	S	4
Ragu-Ragu	RR	3
Tidak Setuju	TS	2
Sangat Tidak Setuju	STS	1

Sumber: Sugiyono (2016:93)

Selanjutnya pernyataan dalam kuesioner disesuaikan dengan variabel-variabel yang diperlukan, yaitu pernyataan mengenai variabel bebas (X1) Kesadaran merek, variabel bebas (X2) Kualitas produk, dan Minat beli sebagai variabel terikat (Y), sedangkan untuk mengelola data penulis menggunakan analisis koefisien korelasi, yang dihitung berdasarkan nilai yang diperoleh dari hasil pengolahan kuesioner.

### **3.6 Analisis Pengolahan Data**

#### **3.6.1 Uji Validitas**

Uji validitas digunakan untuk mengukur sah atau tidaknya suatu kuesioner. Suatu kuesioner dikatakan sah jika pertanyaan pada kuesioner mampu mengungkapkan sesuatu yang akan diukur oleh kuesioner tersebut. Uji validitas dilakukan dengan membandingkan nilai  $r$  hitung (untuk setiap butir dapat dilihat pada kolom *item-total correlation*) dengan  $r$  tabel untuk *degree of freedom* ( $df$ ) =  $n-k$ , dalam hal ini  $n$  adalah jumlah sampel dan  $k$  adalah jumlah item. Jika  $r$  hitung  $>$   $r$  tabel, maka pertanyaan tersebut dikatakan valid (Ghozali:2011).

Semua item kuesioner yang digunakan untuk mengukur pernyataan tiap variabel yang akan diuji validitasnya. Nilai validitas masing-masing butir pernyataan dapat dilihat dari nilai *Corrected Item-Total Correlation* masing-

masing butir pertanyaan. Apabila data perhitungan SPSS koefisien korelasi ( $r$ ) diketahui bahwa seluruh korelasi item variabel X lebih besar dari  $r$  tabel maka instrument dinyatakan valid. Begitu pula untuk variabel Y, jika seluruh korelasi item variabel Y lebih besar dari  $r$  tabel maka instrumen dinyatakan valid.

Kriteria pengujian validitas menurut Suliyanto (2005:42) keputusan pada sebuah pertanyaan dapat dianggap valid, dapat dilakukan dengan beberapa cara berikut:

1. Jika koefisien korelasi product moment  $> r$ -tabel ( $\alpha; n-2$ ),  $n$  = jumlah sampel.
2. Nilai sig.  $\geq \alpha$ .

Dalam pengujian reliabilitas menggunakan SPSS, langkah yang dapat ditempuh yaitu sama dengan langkah pengujian validitas, karena output keduanya muncul bersamaan.

### **3.6.2 Uji Reliabilitas**

Uji reliabilitas merupakan alat untuk mengukur suatu kuesioner yang merupakan indikator dari variabel atau konstruk. Suatu kuesioner dikatakan reliabel atau handal jika jawaban seseorang terhadap pertanyaan konsisten atau stabil dari waktu ke waktu. SPSS memberikan fasilitas untuk mengukur realibilitas dengan uji statistik Cronbach Alpha ( $\alpha$ ). Suatu variabel dikatakan reliabel jika memberikan nilai  $\alpha > 0,60$  (Ghozali, 2011).

Untuk kuesioner yang mempunyai item banyak (*multi item questionnaire*) umumnya diketahui melalui Cronbach Alpha. Pengukuran reliabilitas yang digunakan oleh penulis adalah One Shot atau pengukuran sekali saja yaitu pengukuran yang dilakukan sekali dan kemudian hasilnya dibandingkan dengan skor total. SPSS memberikan fasilitas untuk mengukur reliabilitas dengan uji statistik Cronbach Alpha. Suatu konstruk atau variabel dikatakan reliabel jika memberikan nilai Cronbach Alpha 0,6. Kriteria uji reliabilitas : Jika alpha ( $\alpha$ )  $> 0,6$  (artinya variabel dinyatakan reliabel).

### **3.6.3 Uji Asumsi Klasik**

Uji asumsi klasik terhadap model regresi yang digunakan, dilakukan agar dapat diketahui apakah model regresi tersebut merupakan model regresi yang baik atau tidak (Ghozali, 2005). Dalam penelitian ini uji asumsi klasik yang digunakan adalah uji multikolinieritas.

#### **3.6.3.1 Uji Normalitas**

Uji normalitas data dilakukan untuk menguji kenormalan distribusi data, dimana data yang normal atau terdistribusi secara normal akan memusat pada nilai rata-rata dan median. Uji normalitas bertujuan untuk mengetahui seberapa besar data terdistribusi secara normal dalam variabel yang digunakan di dalam penelitian ini. Data yang baik yang dapat dipakai dalam suatu penelitian adalah data yang telah terdistribusi secara normal. Uji normalitas dilakukan dengan mengamati dan melakukan pengujian Kolmogorov-Smirnov, dengan kriteria pengujian :

- a. Angka Signifikansi (Sig.)  $> 0,05$  maka data terdistribusi normal.
- b. Angka Signifikansi (Sig.)  $< 0,05$  maka data tidak terdistribusi normal.

#### **3.6.3.2 Uji Multikolinieritas**

Multikolinieritas dapat dideteksi dengan menganalisis matrik korelasi variabel-variabel independen atau dengan menggunakan perhitungan nilai toleransi dan VIF. Jika antar variabel independen ada korelasi cukup tinggi (lebih dari 0,900) maka hal ini menunjukkan adanya multikolinieritas atau jika nilai Tolerance kurang dari 0,100 atau nilai VIF lebih dari 10, maka hal ini menunjukkan adanya multikolinieritas (Ghozali, 2006).

#### **3.6.3.3 Uji Heteroskedastisitas**

Uji heteroskedastisitas bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi terjadi ketidaksamaan variance dari residual satu pengamatan ke pengamatan yang lain. Cara yang digunakan dalam penelitian ini untuk mendeteksi adanya

heteroskedastisitas adalah dengan melihat ada tidaknya pola tertentu pada grafik scatterplot antara SRESID dan ZPRED, dimana sumbu Y adalah Y yang telah diprediksi, dan sumbu X adalah residual ( $Y_{\text{prediksi}} - Y_{\text{sesungguhnya}}$ ) yang telah distandardized.

Dasar pengambilan keputusan untuk uji heteroskedastisitas adalah (Ghozali, 2009) :

- a. Jika ada pola tertentu, seperti titik yang ada membentuk pola tertentu teratur (bergelombang, melebur kemudian menyempit), maka mengindikasikan telah terjadi heteroskedastisitas.
- b. Jika tidak ada pola jelas, serta titik-titik menyebar di atas dan di bawah angka 0 pada sumbu Y, maka tidak terjadi heteroskedastisitas.

#### **3.6.4 Analisis Deskriptif**

Analisis deskriptif adalah statistik yang digunakan untuk menganalisa data dengan cara mendeskripsikan atau menggambarkan data yang telah terkumpul sebagaimana adanya tanpa bermaksud membuat kesimpulan yang berlaku untuk umum atau generalisasi.

#### **3.6.5 Analisa Regresi Linier Berganda**

Analisa regresi linier berganda adalah teknik statistika yang berguna untuk memeriksa dan memodelkan hubungan diantara variabel-variabel. Regresi berganda sering kali digunakan untuk mengatasi permasalahan analisis regresi yang mengakibatkan hubungan dari dua atau lebih variabel bebas. Model persamaan regresi linier berganda adalah sebagai berikut :

$$Y' = a + b_1x_1 + b_2x_2 + \dots + b_nx_n$$

Dimana :

$Y'$  = Nilai pengaruh yang diprediksikan

$a$  = Konstanta atau bilangan harga  $X=0$

$b$  = Koefisien Regresi

$X$  = Nilai Variabel

Untuk menilai ketepatan fungsi regresi sample dalam menaksir nilai akurat dapat diukur dari nilai statistik  $t$ , nilai statistik  $F$  dan nilai koefisien determinasi.

### 3.6.5.1 Uji Model Regresi (Uji $F$ )

Menurut Ghozali (2011) koefisien determinasi ( $R^2$ ) dimaksudkan untuk mengetahui tingkat ketepatan paling baik dalam analisa regresi dimana hal yang ditunjukkan oleh besarnya koefisien determinasi ( $R^2$ ) antar 0 (nol) dan 1 (satu). Apabila nilai koefisien determinasi ( $R^2$ ) semakin mendekati angka 1, maka model regresi dianggap semakin baik karena variabel independen yang dipakai dalam penelitian ini mampu menjelaskan variabel dependennya. Untuk mengevaluasi model regresi terbaik, penelitian ini berpatokan pada nilai Adjusted  $R$  Square atau koefisien determinasi yang sudah disesuaikan karena apabila memakai nilai  $R$  Square akan menimbulkan suatu bias yang dapat meningkatkan  $R^2$  jika ada penambahan variabel independen. Berbeda dengan  $R$  Square, nilai adjusted  $R$  Square tidak akan menimbulkan bias karena nilai  $R$  Square dapat naik atau turun apabila sebuah variabel independen ditambahkan dalam model.

### 3.6.5.2 Uji Hipotesis (Uji $t$ )

Uji  $t$  digunakan untuk menguji apakah variabel independen berdampak pada variabel dependen. Pengujian ini dilakukan dengan asumsi bahwa variabel-variabel lain adalah nol. Menurut Sugiyono (2011:97), dalam uji signifikansi ada dua jenis kriteria pengujian. Pengujian yang dilakukan dalam penelitian ini adalah pengujian satu arah (*one tailed test*).

Pengujian satu arah digunakan ketika penelitian memiliki dasar teori yang kuat mengenai bagaimana pengaruh variabel independen terhadap variabel dependen. Penelitian ini menggunakan pengujian satu arah karena arah hipotesis

sudah diketahui sebelumnya (yakni positif). Dengan kata lain penelitian ini tidak hanya untuk mengetahui ada atau tidak hubungan antara variabel independen dengan variabel dependen, namun untuk membuktikan apakah hubungan antara variabel independen dengan variabel dependen adalah positif.

Langkah-langkah melakukan pengujian dengan menggunakan uji signifikansi adalah sebagai berikut :

### 1. Menentukan Hipotesis Penelitian

Kriteria uji menentukan penerimaan dan penolakan dengan atas hipotesis dengan kriteria pengujian :

- a.  $H_0$  ditolak dan  $H_1$  diterima apabila  $t_{hitung} \geq t_{tabel}$
- b.  $H_0$  diterima dan  $H_1$  ditolak apabila  $t_{hitung} \leq t_{tabel}$

### 2. Menentukan Tingkat Signifikansi

Taraf nyata signifikan penelitian yang diterapkan dalam penelitian ini sebesar 5% atau 0,05 karena dinilai cukup untuk menguji pengaruh antara variabel-variabel yang diuji atau menunjukkan bahwa pengaruh antara kedua variabel cukup nyata. Taraf nyata signifikansi penelitian 0,05 artinya kemungkinan besar dari hasil penarikan kesimpulan mempunyai probabilitas 95% atau toleransi kesalahan sebesar 5%.

### 3. Kriteria Signifikansi

- a. Jika nilai sig.  $\leq 0,05$  maka terdapat pengaruh yang signifikan antara variabel independen terhadap variabel dependen.
- b. Jika nilai sig.  $\geq 0,05$  maka tidak terdapat pengaruh yang signifikan antara variabel independen terhadap variabel dependen.

#### 3.6.5.3 Analisis Korelasi

Metode korelasi yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode korelasi *Rank Spearman*. Jonathan dan Ely (2010:26) menyatakan bahwa korelasi *Rank Spearman* digunakan untuk mengetahui hubungan atau pengaruh antara dua variabel berskala ordinal, yaitu variabel bebas dan variabel terikat. Untuk menilai seberapa besar pengaruh variabel X terhadap Y, maka digunakan koefisien

determinasi (KD) yang merupakan koefisien korelasi yang biasa dinyatakan dalam persentase. Berikut adalah rumus koefisien determinasi :

$$KD = r_s^2 \times 100\%$$

Keterangan :

KD = Koefisien Determinasi

$r_s$  = Koefisien *Rank Spearman*

Untuk melihat seberapa kuat tingkat hubungan yang dimiliki antar variabel, hasil perhitungan koefisien dapat diinterpretasikan berdasarkan tabel dibawah ini :

**Tabel 3.3 Interpretasi Nilai  $r_s$**

$r_s$	Interpretasi
0,00 – 0,199	Sangat Rendah
0,20 – 0,399	Rendah
0,40 – 0,599	Sedang
0,60 – 0,799	Kuat
0,80 – 1,00	Sangat Kuat

Sumber : Sugiyono (2010:250)