

BAB III

OBYEK DAN METODE PENELITIAN

3.1 Obyek Penelitian

3.1.1 Sejarah PT. XL-AXIATA Tbk

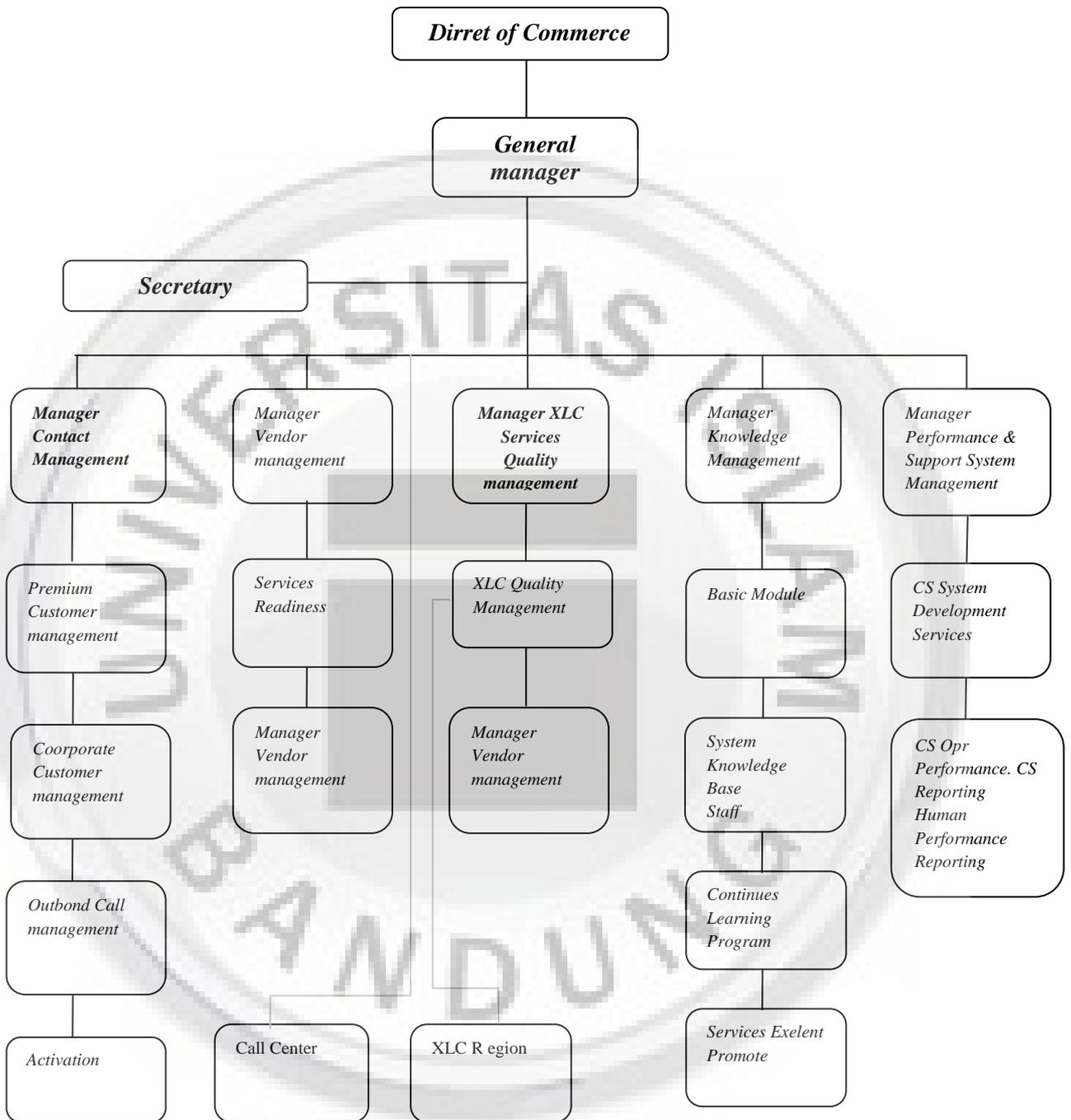
PT XL Axiata Tbk. ("XL") didirikan pada tanggal 8 Oktober 1989 dengan nama PT Grahame Metropolitan Lestari, bergerak di bidang perdagangan dan jasa umum. Enam tahun kemudian, XL mengambil suatu langkah penting seiring dengan kerja sama antara Rajawali Group - pemegang saham PT Grahame Metropolitan Lestari - dan tiga investor asing (NYNEX, AIF, dan Mitsui). Nama XL kemudian berubah menjadi PT Excelcomindo Pratama dengan bisnis utama di bidang penyediaan layanan telepon dasar.

Pada tanggal 6 Oktober 1996, XL mulai beroperasi secara komersial dengan fokus cakupan area di Jakarta, Bandung dan Surabaya. Hal ini menjadikan XL sebagai perusahaan tertutup pertama di Indonesia yang menyediakan jasa teleponi dasar bergerak seluler.

Bulan September 2005 merupakan suatu tonggak penting untuk XL. Dengan mengembangkan seluruh aspek bisnisnya, XL menjadi perusahaan publik dan tercatat di Bursa Efek Jakarta (sekarang Bursa Efek Indonesia). Kepemilikan saham XL saat ini mayoritas dipegang oleh Axiata Group Berhad ("Axiata") melalui Axiata Investments (Indonesia) Sdn Bhd (66,6%) dan Emirates Telecommunications Corporation (Etisalat) melalui Etisalat International Indonesia Ltd. (13,3%).

XL pada saat ini merupakan penyedia layanan telekomunikasi seluler dengan cakupan jaringan yang luas di seluruh wilayah Indonesia bagi pelanggan ritel dan menyediakan solusi bisnis bagi pelanggan korporat. Layanan XL mencakup antara lain layanan suara, data dan layanan nilai tambah lainnya (*value added services*). Untuk mendukung layanan tersebut, XL beroperasi dengan teknologi GSM 900/DCS 1800 serta teknologi jaringan bergerak seluler sistem IMT-2000/3G. XL juga telah memperoleh Ijin Penyelenggaraan Jaringan Tetap Tertutup, Ijin Penyelenggaraan Jasa Akses Internet (*Internet Services Provider/ISP*), Ijin Penyelenggaraan Jasa Internet Teleponi untuk Keperluan Publik (*Voice over Internet Protocol/VoIP*), dan Ijin Penyelenggaraan Jasa Interkoneksi Internet (“NAP”).

3.1.2 Struktur Organisasi



Gambar 3.1
Struktur Organisasi

3.1.3 Program CSR PT. XL-AXIATA BANDUNG

Menurut Kotler dan Lee (Solihin 2009: 131) mengatakan bahwa program CSR dapat dilaksanakan melalui enam jenis pelaksanaan salah satunya adalah “*Corporate Philanthropy*”.

Dalam program ini, perusahaan memberikan sumbangan langsung dalam bentuk derma untuk kalangan masyarakat tertentu. Sumbangan tersebut biasanya berbentuk pemberian uang secara tunai, paket bantuan, atau pelayanan secara cuma-cuma. *Corporate Philanthropy* berkaitan dengan berbagai kegiatan sosial yang dilaksanakan perusahaan, antara lain sebagai berikut:

1. Program dalam bentuk sumbangan tunai.
2. Program dalam bentuk hibah
3. Program dalam bentuk penyediaan beasiswa
4. Program dalam bentuk pemberian produk
5. Program dalam bentuk pemberian layanan cuma-cuma
6. Program dalam bentuk penyediaan keahlian teknis oleh karyawan secara Cuma cuma.
7. Program yang dilakukan perusahaan dengan cara menawarkan penggunaan peralatan yang dimiliki oleh perusahaan.

Program Community development (comdev) yang merupakan implementasi dari CSR PT.XL-AXIATA dilaksanakan di banyak wilayah di Indonesia seperti Pulau Sumatera, Sulawesi, Kalimantan dan Jawa. Dalam penelitian ini Penulis hanya akan meneliti program CSR di Jawa Barat, tepatnya di kota Bandung.

3.1.4 Bentuk CSR PT. XL-Axiata di Desa Cihideung Lembang kabupaten Bandung.

Layanan Kesehatan Gratis dari XL & IDI untuk Warga Ds. Cihideung Lembang Bandung

Sektor Kesehatan di Masyarakat Indonesia saat ini sedang mengalami tantangan yang sangat tinggi. Adanya problematika kesehatan yang terjadi di masyarakat diprediksikan akan semakin kompleks di masa mendatang, karena semakin terkaitnya masalah kesehatan berskala nasional dengan masalah kesehatan berskala global.



Gambar 3.2
Bentuk pelayanan kesehatan gratis untuk masyarakat

Kondisi ini dapat dilihat dari terjadinya berbagai kasus penyakit menular seperti flu burung, SARS, chikungunya dan sebagainya, disamping penyakit menular endemis tetap tinggi angka kejadiannya. Kepedulian PT XL Axiata, Tbk (XL) yang memperhatikan kesenjangan yang semakin besar melalui program tanggung jawab sosial perusahaan (CSR) kembali melakukan kegiatan layanan kesehatan gratis untuk warga Desa Cihideung Lembang Bandung. Kegiatan yang dilaksanakan Sabtu, 16 Juli 2011 terlaksana berkat kerjasama XL dengan Ikatan Dokter Indonesia (IDI). Vice Presiden XL Central Region, Kencono Wibowo mengatakan, "pengobatan gratis ini merupakan salah satu bentuk kepedulian perusahaan terhadap sesama. Ditambahkan, kegiatan bakti sosial merupakan bagian dari komitmen XL dalam mewujudkan *Good Corporate Citizenship* (GCC) sebagai perusahaan yang merupakan bagian dari kehidupan masyarakat Indonesia. Lokasi pengobatan gratis di Desa Cihideung merupakan salah satu area layanan XL di daerah Bandung Barat. Selain melaksanakan pengobatan gratis, pada saat yang bersamaan juga diadakan hiburan gratis kepada masyarakat kampung Desa Cihideung dan penyerahan bantuan satu unit komputer dan fasilitas internet gratis XL yang diserahkan kepada Kepala Desa Cihideung.

3.2 Metode Penelitian

3.2.1 Jenis Penelitian

Jenis penelitian yang digunakan adalah jenis penelitian **Verifikatif**, yaitu penelitian yang bertujuan untuk mengetahui pengaruh variabel *independent* dengan variabel *dependent*. Sedangkan metode yang digunakan adalah **studi**

kasus, yaitu penelitian yang berfungsi mengetahui suatu fenomena, gejala, yang khas atau unik dari suatu individu kelompok, atau objek sosial lainnya. Sehingga dapat diperoleh suatu deskripsi yang rinci mengenai fenomena atau gejala tersebut.

3.2.2 Data yang dibutuhkan dalam penelitian adalah Jenis Data dan Sumber Data

1. Guna menjawab perumusan masalah no. 1 (Bagaimana kegiatan pelaksanaan *Corporate Social Responsibility (CSR)* pada PT. XL-AXIATA), data yang dibutuhkan yaitu pelaksanaan program CSR yang dilakukan PT. XL-AXIATA → Jenis data: Sekunder → Sumber data: Manager Contact Managemen PT. XL-AXIATA BANDUNG
2. Guna menjawab perumusan masalah no. 2 (Bagaimana tanggapan masyarakat terhadap CSR yang dilakukan oleh PT. XL _ AXIATA), data yang dibutuhkan yaitu tanggapan masyarakat daerah kota Bandung tentang pelaksanaan kegiatan CSR PT. XL-AXIATA → Jenis data: Primer → Sumber Data: Masyarakat yang pernah terlibat dalam pelaksanaan program CSR PT. XL-AXIATA
3. Guna menjawab perumusan masalah no. 3 (Seberapa besar pengaruh CSR yang dilakukan PT.XL-AXIATA terhadap *Citra Perusahaan* mereka), data yang dibutuhkan yaitu Grafik atau Diagram perkembangan pelanggan PT.XL-AXIATA → Jenis Data: Sekunder → Sumber Data: Manager Contact Management PT. XL-AXIATA BANDUNG

3.2.3 Populasi, Teknik Sampling dan Sampel

Teknik penarikan sampel untuk responden dilakukan dengan teknik *non-probability sampling*, ialah teknik penarikan sampel yang tidak memberikan kesempatan (peluang) pada setiap anggota populasi untuk dijadikan anggota sampel. Teknik *non-probability sampling* digunakan karena jumlah populasi yang tidak diketahui (Sugiyono, 2009:122).

Teknik *non-probability sampling* yang digunakan ialah insidental sampling. Insidental sampling merupakan teknik penentuan sampel berdasarkan faktor spontanitas, artinya siapa saja yang secara tidak sengaja bertemu dengan peneliti dan sesuai dengan karakteristik (ciri-cirinya), maka orang tersebut dapat digunakan sebagai sampel (responden). Karakteristik yang ditetapkan adalah konsumen Wellborn Company di Bandung. Namun, karena jumlahnya yang sangat banyak maka peneliti harus membatasi jumlah sampel. Konsumen yang loyal adalah knsumen yang membeli lebih dari satu kali.

Salah satu metode yang digunakan untuk menentukan jumlah sampel adalah dengan menggunakan rumus Slovin (selvilla et.al 1960: 182)

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

n = jumlah sempel

N = jumlah populasi

E = batas toleransi kesalahan linear

$$n = N / (1 + Ne^2) = 10980 / \{1+(10980 \times 0,10^2)\} = 99,09 \approx 100$$

Dengan demikian jumlah sampel yang di butuhkan adalah 100 sampel

3.2.4 Variabel dan Operasionalisasi Variabel

Sugiyono (2008:58) menyatakan bahwa variabel penelitian adalah segala sesuatu yang berbentuk apa saja yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari sehingga diperoleh informasi tentang hal tersebut, kemudian ditarik kesimpulannya. Dalam penelitian ini terdapat dua variabel yang digunakan yaitu:

1. Variabel Independen (variabel bebas), yaitu variabel yang mempengaruhi atau yang menyebabkan timbulnya variabel dependen. Variabel independen dalam penelitian ini adalah *Coorporate Social responsibility (X)*.
2. Variabel Dependen (variabel terikat), yaitu variabel yang dipengaruhi atau yang menjadi akibat adanya variabel bebas. Variabel dependen dalam penelitian ini adalah Citra perusahaan (Y)

Operasionalisasi variabel merupakan batasan yang dibuat oleh peneliti terhadap variabel penelitian, sehingga diharapkan dapat memberi suatu kejelasan pemahaman terhadap makna pengertian variabel yang dimaksud dalam penelitian. Manfaat dari operasionalisasi variabel adalah sebagai berikut:

- a. Untuk menentukan skala data.
- b. Sebagai acuan dalam pembuatan instrument.
- c. Sebagai acuan dalam penentuan alat analisis (rumus statistik).

Tabel 3.1
Tabel Operasional Variabel

Variabel	Sub Variabel	Dimensi	Indikator	Item kuisisioner	Skala data
<p>Corporate social responsibility (X) CSR adalah kepedulian perusahaan yang menisihkan sebagian keuntungan (<i>profit</i>) bagi kepentingan pembangunan manusia (<i>people</i>) dan lingkungan (<i>planet</i>) secara berkelanjutan berdasarkan prosedur (<i>procedure</i>) yang tepat dan profesional.</p> <p>Edi Suharto(<i>csr&comdev 2008:3</i>)</p>	-	<ul style="list-style-type: none"> Economy Responcibility (Consumer Issue) Tanggung jawab sosial utama perusahaan adalah tanggung jawab ekonomi karena lembaga bisnis terdiri atas aktivitas ekonomi yang menghasilkan barang dan jasa bagi masyarakat secara menguntungkan 	<ul style="list-style-type: none"> Tingkat pengeluaran anggaran program CSR untuk masyarakat Tingkat pemberian manfaat kegiatan CSR bagi masyarakat dan konsumen 	<ul style="list-style-type: none"> Kegiatan CSR PT XL-AXIATA rutin dilakukan setiap tahun Selain memberikan bantuan dari sktor pendidikan, kesehatan dan sosial ekonomi, kegiatan CSR yang dilakukan perusahaan bermaksud untuk memberikan hiburan kepada masyarakat seperti mengadakan lomba dll. Kegiatan PT XL-AXIATA dalam bidang pendidikan seperti sangat membantu masyarakat Kegiatan PT XL-AXIATA dalam bidang kesehatan sangat membantu masyarakat Salah satu kegiatan PT XL-AXIATA dalam bidang sosial ekonomi adalah pemberian barang dan jasa kepada masyarakat 	

Variabel	Sub Variabel	Dimensi	Indikator	Item kuisisioner	Skala data
			<ul style="list-style-type: none"> Tingkat kepuasan pengguna produk perusahaan 	<ul style="list-style-type: none"> Layanan produk XL banyak memberikan variasi pilihan dan sangat memenuhi kebutuhan konsumen dalam telekomunikasi Layanan produk XL mudah diakses di manapun dan kapanpun 	
		<ul style="list-style-type: none"> Legal Responsibility (Community Involment and Development) Masyarakat berharap bisnis dijalankan dengan menaati hukum dan peraturan yang berlaku di mana hukum dan peraturan tersebut pada hakikatnya dibuat oleh masyarakat melalui lembaga legislatif. 	<ul style="list-style-type: none"> Tingkat Status Kegiatan CSR Tingkat hubungan perusahaan dengan <i>Stakeholders</i> 	<ul style="list-style-type: none"> Kegiatan CSR yang dilakukan PT XL-AXIATA memperoleh izin dari pemerintah setempat Kegiatan CSR PT XL-AXIATA memperoleh izin keramaian dari pihak kepolisian setempat Program CSR PT XL-AXIATA memperoleh dukungan dari masyarakat Program CSR PT XL-AXIATA memperoleh dukungan dari pemerintah salah satunya dari kepala desa setempat 	

Variabel	Sub Variabel	Dimensi	Indikator	Item kuisioner	Skala data
		<ul style="list-style-type: none"> Ethical Responsibility (Labor Practice dan Fair Operating Practices) Masyarakat berharap perusahaan menjalankan bisnis secara etis. Etika bisnis menunjukkan refleksi moral yang dilakukan oleh pelaku bisnis secara perorangan maupun secara kelembagaan (organisasi) untuk menilai sebuah isu di mana penilaian ini merupakan pilihan terhadap nilai yang berkembang dalam suatu masyarakat. 	<ul style="list-style-type: none"> Tingkat kepuasan masyarakat terhadap CSR yang dilakukan perusahaan Tingkat pelayanan perusahaan terhadap masyarakat 	<ul style="list-style-type: none"> Kegiatan CSR PT XL-AXIATA banyak diharapkan oleh masyarakat Masyarakat sangat antusias menunggu kegiatan CSR yang diadakan oleh PT XL-AXIATA khususnya disektor pendidikan dan layanan kesehatan gratis Program CSR PT XL-AXIATA bertujuan untuk memenuhi kebutuhan masyarakat Keikutsertaan manajer perusahaan dalam kegiatan CSR 	
		<ul style="list-style-type: none"> Discretionary Responsibility (Human Rights and Environment) Masyarakat mengharapkan keberadaan perusahaan dapat memberikan manfaat bagi mereka. Ekspektasi masyarakat tersebut dipenuhi oleh perusahaan melalui berbagai program yang bersifat filantropis. <p><i>Carrol (Solihin2009:21)</i></p>	<ul style="list-style-type: none"> Tingkat pemberian manfaat kegiatan CSR bagi masyarakat 	<ul style="list-style-type: none"> Dampak kegiatan CSR yang dilakukan perusahaan terhadap masyarakat Program CSR PT XL-AXIATA membantu masyarakat dalam mencapai kesejahteraan seperti memberi sumbangan berupa materi kepada keluarga yang kurang mampu 	

Variabel	Sub Variabel	Dimensi	Indikator	Item kuisioner	Skala data
Citra Perusahaan (Y) merupakan kombinasi dampak terhadap observer dari semua komponen-komponen verbal maupun visual perusahaan baik yang direncanakan ataupun tidak atau dari pengaruh eksternal Gregory (dalam Anwar, 2007)	-	<ul style="list-style-type: none"> Personality Keseluruhan karakteristik perusahaan yang dipahami publik sasaran seperti perusahaan yang dapat dipercaya, perusahaan yang mempunyai tanggung jawab sosial. 	<ul style="list-style-type: none"> Tingkat keyakinan masyarakat pada perusahaan 	<ul style="list-style-type: none"> PT XL AXIATA peduli terhadap masyarakat dalam bidang pendidikan PT XL-AXIATA peduli terhadap masyarakat dalam bidang kesehatan PT XL-AXIATA memberikan sumbangan berupa materi kepada keluarga yang dianggap kurang mampu 	
		<ul style="list-style-type: none"> Reputation Hal yang telah dilakukan perusahaan dan diyakini publik sasaran berdasarkan pengalaman sendiri maupun pihak lain seperti kinerja keamanan transaksi sebuah bank. 	<ul style="list-style-type: none"> Tingkat keamanan kinerja perusahaan 	<ul style="list-style-type: none"> Kenyamanan masyarakat pada saat berlangsungnya kegiatan CSR 	
		<ul style="list-style-type: none"> Value Nilai-nilai yang dimiliki suatu perusahaan dengan kata lain budaya perusahaan seperti sikap manajemen yang peduli terhadap pelanggan, karyawan yang cepat tanggap terhadap permintaan maupun keluhan pelanggan 	<ul style="list-style-type: none"> Tingkat kepedulian perusahaan kepada konsumen 	<ul style="list-style-type: none"> Produk XL membantu konsumen dalam berkomunikasi 	
		<ul style="list-style-type: none"> Corporate Identity Komponen yang mempermudah pengenalan publik sasaran terhadap perusahaan seperti logo, warna dan slogan. <i>Kasali (2003:28)</i> 	<ul style="list-style-type: none"> Tingkat kemudahan mengenal logo <i>Shirley Harrison (2004:71)</i> 	<ul style="list-style-type: none"> PT XL-AXIATA memiliki logo dan nama produk yang menarik 	

Sumber: ISO

3.3. Instrumen, Syarat Instrumen yang Baik untuk Pedoman Kuesioner, dan Bentuk Instrumen untuk Pedoman Kuesioner.

3.3.1 Instrumen

a. Pedoman Wawancara

Alat yang dilakukan untuk memperoleh data dengan cara tanya jawab dan tatap muka dengan Pihak Perusahaan PT.XL AXIATA, terkait dengan aspek *Corporate Social responsibility*

b. Pedoman Kuesioner

Alat yang dilakukan untuk memperoleh data dari masyarakat dan *stakeholder* atau lembaga yang terkait dengan kegiatan CSR PT.XL dibanding yaitu dengan cara mengajukan pertanyaan-pertanyaan yang mengacu pada indikator dari variabel independen, yaitu *Corporate Social Responsibility* dan variabel dependen, yaitu Citra Perusahaan.

3.3.2 Uji Validitas dan Reliabilitas

Syarat instrumen yang baik untuk pedoman kuesioner, yaitu meliputi:

1. Diujicoba (*try out*) kepada 30 orang responden dan 30 orang responden tersebut tidak dapat dimasukkan kembali pada anggota responden untuk pedoman kuesioner yang sebenarnya.
2. Memenuhi persyaratan validitas. Uji validitas digunakan untuk mengukur sah atau valid tidaknya suatu kuesioner. Suatu kuesioner dikatakan valid jika pertanyaan pada kuesioner mampu untuk

mengungkap sesuatu yang akan diukur oleh kuesioner tersebut (Imam Ghozali, 2002).

$$R_{xy} = \frac{n\sum X1.1 - \sum X1.1\sum X1}{\sqrt{((n\sum X1.1^2 - (\sum X1.1)^2)(n\sum X1^2 - (\sum X1)^2))}}$$

di mana:

R= koefisien korelasi

n = jumlah responden

X = skor pertanyaan

Y = skor total

Uji validitas dapat dilakukan dengan melihat korelasi antara skor masing-masing item dalam kuesioner dengan total skor yang ingin diukur yaitu menggunakan *Coefficient Corelation Pearson* dalam SPSS. Jika nilai signifikansi (P Value)>0,05 maka tidak terjadi hubungan yang signifikan. Sedangkan apabila nilai signifikansi (P Value) < 0,05 maka terjadi pengaruh yang signifikan.

3. Memenuhi persyaratan reliabilitas. Reliabilitas adalah alat untuk mengukur suatu kuesioner yang merupakan indikator dari variabel. Suatu kuesioner dikatakan reliabel atau handal jika jawaban seseorang terhadap pertanyaan adalah konsisten atau stabil dari waktu ke waktu (Azwar, 2010;117). Selain menggunakan dengan bantuan SPSS uji reliabilitas dapat dilakukan dengan menggunakan koefisien alpha cronbach:

$$(a) = \frac{k \cdot r}{1 + (k - 1) \cdot r}$$

Di mana:

k = jumlah variabel manifest yang membentuk variabel laten

r = rata-rata korelasi antar variabel manifest

3.3.3 Bentuk Instrumen untuk Pedoman Kuesioner

Mengingat hasil melakukan operasionalisasi variabel diperoleh skala data variabel independent yaitu ordinal dan skala data variabel dependen juga ordinal, maka bentuk instrumen dalam penelitian ini adalah skala *Likert*. Skala *Likert* digunakan untuk mengukur sikap, pendapat, dan persepsi seseorang atau kelompok orang tentang fenomena sosial (Sugiyono, 2008:132). Dengan asumsisekurang-kurangnya skala data ordinal, maka variabel yang akan diukur dijabarkan menjadi indikator variabel. Kemudian indikator tersebut dijadikan sebagai tolak ukur untuk menyusun item-item instrumen yang dapat berupa pertanyaan atau pernyataan. Setiap jawaban item instrument yang menggunakan skala *Likert* mempunyai gradasi darisangat positif sampai sangat negatif.

Tabel 3.2
Kriteria Jawaban dan Skoring Penilaian Responden

No.	Keterangan	Skor Nilai
1	Sangat Setuju (SS)	5
2	Setuju (S)	4
3	Cukup setuju (c)	3
4	Tidak Setuju (TS)	2
5	Sangat Tidak Setuju (STS)	1

Sumber: Sugiyono (2008:133)

3.4 Metode Analisis Data

3.4.1 Analisis Tanggapan responden

Dalam menggolongkan dari hasil tanggapan responden yang berupa variabel CSR dan variabel Citra Perusahaan yang digunakan untuk mengetahui kategori responden tersebut, sehingga peneliti membuat rentang klasifikasi dari tanggapan responden. Dengan langkah-langkahnya adalah sebagai berikut:

1. Menentukan data terbesar dan data terkecil

$$\text{Data terbesar} = 100 \times 5 \text{ (nilai tertinggi)} = 500$$

$$\text{Data terkecil} = 100 \times 1 \text{ (nilai terendah)} = 100$$

2. Menentukan jangkauan (R)

$$R = \text{data terbesar} - \text{data terkecil}$$

$$R = 500 - 100 = 400$$

3. Menentukan banyaknya kelas (k)

Pada penelitian ini menggunakan skala *Likert*, sehingga kelas yang digunakannya pun berdasarkan skala tersebut, yang terdiri dari 5 (lima) jawaban, sehingga dalam menentukan kelas juga akan mengikuti dari banyaknya jawaban dan dalam hal ini maka kelasnya pun menjadi 5 (lima).

4. Membuat panjang interval kelas (int)

$$\text{int} = \frac{R}{k} = \frac{400}{5} = 80$$

5. Membuat tabel rentang klasifikasi

Tabel 3.3
Rentang Klasifikasi Variabel

No	Lebar	Kategori	
	Interval	X	Y
1	100-180	Sangat Tidak Baik	Sangat Tidak Baik
2	181-260	Tidak Baik	Tidak Baik
3	261-340	Cukup baik	Cukup baik
4	341-420	Baik	Baik
5	421-500	Sangat Baik	Sangat Baik

Sumber: data olahan

3.4.2 Regresi Linier Sederhana

Rumus regresi linear sederhana sebagai berikut:

$$Y' = a + bX$$

Keterangan:

Y' = Variabel dependen (nilai yang diprediksikan)

X = Variabel independen

a = Konstanta (nilai Y' apabila $X = 0$)

b = Koefisien regresi (nilai peningkatan ataupun penurunan)

Rumus untuk b adalah sebagai berikut:

$$b = \frac{N \sum XY - (\sum X)(\sum Y)}{N \sum X^2 - (\sum X)^2}$$

Dan rumus untuk mendapatkan nilai a adalah sebagai berikut:

$$a = \frac{\sum Y}{N} - b \frac{\sum X}{N}$$

Dalam regresi linear sederhana juga ada yang disebut dengan koefisien korelasi yang menunjukkan bahwa nilai suatu variabel bergantung pada perubahan nilai variabel yang lain. Rumus untuk menghitung koefisien korelasi adalah sebagai berikut:

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

Analisis regresi linier sederhana adalah hubungan secara linear antara satu variabel independen (X) dengan variabel dependen (Y). Fungsi Analisis ini untuk mengetahui arah hubungan antara variabel independen dengan variabel dependen apakah positif atau negatif dan untuk memprediksi nilai dari variabel dependen apabila nilai variabel independen mengalami kenaikan atau penurunan. Data yang digunakan biasanya berskala interval atau rasio.

Berdasarkan hasil melakukan operationalisasi variabel dalam penelitian ini, Variabel independent dan variabel dependent itu ordinal. Guna memenuhi rumus yang menghubungkan antara variabel (x) dan (y).

Asumsi rumus ini interval, maka guna memenuhi persyaratan asumsi ini skala data ordinal harus dirubah menjadi interval dengan menggunakan rumus Method Successive Interval yang sekurang-kurangnya interval.

3.4.3 *Method Successive Interval*

Agar data yang terkumpul dalam bentuk ordinal dapat diperoleh lebih lanjut, maka perlu dilakukan pengubahan data ke dalam bentuk interval menggunakan *Method of Successive interval (MSI)*. Langkah kerja yang harus dilakukan adalah:

1. Menghitung frekuensi setiap pilihan jawaban untuk setiap pertanyaan
2. Menghitung proporsi untuk setiap pilihan jawaban dengan cara membagi setiap bilangan (*frekuensi*) f dan n

3. Menghitung proporsi kumulatif dengan menjumlahkan proporsi secara berurutan untuk setiap responden
4. Proporsi kumulatif dianggap mengikuti distribusi normal baku, selanjutnya hitung nilai Z berdasarkan pada proporsi kumulatif
5. Menentukan nilai kepadatan (*density*) untuk setiap proporsi kumulatif dengan memasukkan nilai Z di atas pada rumus distribusi normal
6. Menghitung *scale value* (nilai interval rata-rata) untuk setiap pilihan jawaban dengan rumus:

$$\text{Scale Value} = \frac{(\text{Kepadatan batas bawah}) - (\text{Kepadatan batas atas})}{(\text{Daerah di bawah batas atas}) - (\text{Daerah di bawah batas bawah})}$$

Keterangan

- Scale value : nilai skala
- Kepadatan batas bawah : diperoleh dari tabel tinggi ordinal normal untuk pilihan jawaban dengan nilai yang lebih rendah
- Kepadatan batas atas : diperoleh dari tabel tinggi ordinal normal untuk pilihan jawaban dengan nilai yang tinggi
- Daerah di bawah batas atas : diperoleh dari kumulatif proporsi untuk pilihan jawaban dengan nilai yang tinggi
- Daerah di bawah batas bawah : diperoleh dari kumulatif proporsi untuk pilihan jawaban dengan nilai yang lebih rendah

7. Menghitung skor (nilai hasil transformasi) untuk setiap pilihan jawaban.

$$\text{Skor} = \text{Nilai Skor} + [\text{Nilai Skor Minimum}] + 1$$

3.4.4 Uji Koefisien Regresi Sederhana

Uji t

Uji ini digunakan untuk mengetahui apakah variabel independen (X) berpengaruh secara signifikan terhadap variabel dependen (Y). Signifikan berarti pengaruh yang terjadi dapat berlaku untuk populasi (dapat digeneralisasikan).

Dari hasil analisis regresi di atas dapat diketahui nilai t hitung dengan langkah- langkah pengujian sebagai berikut:

1. Menentukan Hipotesis

H_0 : Ada pengaruh secara signifikan antara variabel X dengan variabel Y

H_a : Tidak ada pengaruh secara signifikan antara variabel X dengan variabel Y

2. Menentukan tingkat signifikansi

Tingkat signifikansi menggunakan $\alpha = 5\%$ (signifikansi 5% atau 0,05 adalah ukuran standar yang sering digunakan dalam penelitian

3. Menentukan t hitung

Menentukan t hitung berdasarkan tabel

4. Menentukan t tabel

Tabel distribusi t dicari pada $\alpha = 5\% : 2 = 2,5\%$ (uji 2 sisi) dengan derajat kebebasan (df) $n-k-1$ atau $20-2-1 = 17$ (n adalah jumlah kasus dan k adalah jumlah variabel independen).

5. Kriteria Pengujian

H_0 diterima jika $-t_{\text{tabel}} < t_{\text{hitung}} < t_{\text{tabel}}$

H_0 ditolak jika $-t_{\text{hitung}} < -t_{\text{tabel}}$ atau $t_{\text{hitung}} > t_{\text{tabel}}$

6. Membandingkan t hitung dengan t tabel

Nilai t hitung $>$ t tabel maka H_0 ditolak

Nilai t hitung $<$ t tabel maka H_0 diterima