

## **BAB III**

### **METODOLOGI PENELITIAN**

#### **3.1 Sifat dan Paradigma Penelitian**

Sifat dari penelitian ini adalah korelasional dengan paradigma positivistik. Penulis menggunakan paradigma positivistik karena ingin melihat efektivitas aktivisme daring #MulaiDariLemari di Instagram terhadap sikap fesyen lambat generasi milenial. Selain itu, jenis pendekatan dalam penelitian ini adalah pendekatan eksplanatif. Prasetyo dan Miftahul (2011, p. 41-44) tujuan dari pelaksanaan penelitian eksplanatif adalah mendapatkan penjelasan tentang suatu masalah atau fenomena melalui pembuktian adanya hubungan yang saling mempengaruhi dan dipengaruhi. Hasil akhir dari penelitian eksplanatif adalah gambaran yang menjelaskan ada atau tidaknya hubungan sebab dan akibat, serta keterkaitan antara dua variabel yang diuji.

#### **3.2 Metode Penelitian**

Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode kuantitatif, melalui survei dengan instrumen penelitian berbentuk kuesioner. Pengumpulan data yang bersifat kuantitatif dilakukan melalui dua metode, yaitu riset survei atau desain eksperimen (Creswell, 2013, p. 16). Metode dalam penelitian ini adalah riset survei melalui instrumen kuesioner online. Metode survei merupakan metode yang paling

tepat untuk dilakukan karena data yang harus dikumpulkan memiliki jumlah populasi yang besar hingga tak terbatas. Survei ini menjadi tolak ukur seberapa besar efektivitas aktivisme daring #MulaiDariLemari di Instagram terhadap sikap fesyen lambat generasi milenial.

Metode penelitian kuantitatif digunakan untuk meneliti populasi atau sampel tertentu dan pengambilan sampel tersebut dilakukan secara random atau dengan kriteria tertentu. Data yang telah terkumpul dianalisis melalui statistik agar bisa menguji hipotesis penelitian (Sugiyono, 2014, p. 8). Kuesioner yang dibuat akan berisi pertanyaan dan pilihan jawaban berupa skala Likert (1-4) yaitu sangat tidak setuju, tidak setuju, setuju, dan sangat setuju. Hasil dari kuesioner responden dapat digunakan untuk membuktikan pengaruh variabel independen terhadap variabel dependen dalam hipotesis yang telah dibuat peneliti.

### **3.3 Populasi dan Sampel**

Dalam sebuah penelitian, populasi dan sampel harus ditentukan terlebih dahulu sebelum menyebarkan kuesioner agar peneliti bisa mengetahui kriteria-kriteria yang harus dipenuhi seseorang agar dapat mengisi kuesioner.

#### **3.3.1 Populasi**

Sugiyono (2014, p. 38) mendefinisikan populasi sebagai area yang terdiri dari objek atau subjek dengan karakteristik tertentu. Populasi sasaran

dalam penelitian ini adalah pengikut akun Instagram @tukarbaju\_, yaitu sebanyak 23.600 akun.

### 3.3.2 Sampel

Sugiarto (2001, p.2) menjelaskan sampel sebagai bagian dari populasi yang dipilih dengan prosedur tertentu dengan tujuan sampel tersebut dapat mewakili populasinya. Sampel yang diambil dalam penelitian ini memiliki tiga kriteria utama, yaitu memiliki akun Instagram serta merupakan pengikut akun Instagram @tukarbaju\_, dan terlibat dalam kegiatan kampanye #MulaiDariLemari. Penentuan jumlah sampel yang akan digunakan dalam penelitian dihitung berdasarkan rumus Taro Yamane, dengan taraf signifikansi 0,05 (Bungin, 2010, p. 105).

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

$$n = 23,600 / 23,600 (0,05)^2 + 1 = 393,33 \text{ (dibulatkan menjadi 400)}$$

Keterangan

n : Sampel

N : Jumlah populasi

D : sig. 0,05 atau presisi 95%

Dua jenis teknik pengambilan sampel dalam sebuah penelitian adalah *probability* sampling dan *non-probability* sampling (Sarwono, 2006, p. 136). Teknik pengambilan sampel yang dilakukan dalam penelitian ini adalah *non-*

*probability purposive sampling*. Teknik *Non-probability* sampling adalah teknik pengambilan sampel yang antar anggota populasinya tidak memiliki peluang/kesempatan yang sama untuk dipilih menjadi sampel (Sugiyono, 2014, p. 120).

Sementara jenis *purposive sampling* merupakan teknik pengambilan sampel dengan memperhatikan persyaratan tertentu yang harus dipenuhi (Sugiyono, 2014, p.85). Sampel yang akan dipilih disesuaikan berdasarkan kriteria-kriteria yang ditetapkan berdasarkan tujuan penelitian atau permasalahan penelitian.

Sampel yang akan diambil dalam penelitian ini harus sesuai dengan kriteria sebagai berikut.

1. Memiliki akun Instagram.
2. Sudah mengikuti akun Instagram @tukarbaju\_ dan mengetahui tentang kampanye #MulaiDariLemari dalam rentan waktu Juli 2020 - Oktober 2020.
3. Terlibat dalam kegiatan kampanye #MulaiDariLemari melalui like, comment, share konten *feeds* di Instagram, atau melaksanakan aktivitas mingguan.

*Purposive sampling* dilakukan agar pengumpulan data dapat lebih difokuskan terhadap kriteria penelitian yang telah disebutkan di atas.

Berdasarkan rumus dari Taro Yamane, penelitian ini membutuhkan jumlah sampel adalah sebanyak 400 responden.

### **3.4 Operasionalisasi Variabel**

Dua variabel utama dalam penelitian ini (pesan kampanye dan terpaan media), merupakan variabel bebas dan variabel perubahan sikap yang merupakan variabel terikat. Skala Likert digunakan di penelitian ini untuk mengukur sikap responden terhadap pernyataan-pernyataan dalam kuesioner. Dalam kuesioner, responden dapat memberikan jawaban berupa sikap dari positif hingga negatif. Sikap dalam Skala Likert ini direpresentasikan dengan angka, 1 berarti “Sangat Tidak Setuju”, 2 berarti “Tidak Setuju”, 3 berarti “Setuju”, 4 berarti “Sangat Setuju”. Pilihan jawaban netral ditiadakan dalam penelitian ini dengan tujuan mengurangi ambiguitas jawaban dari responden.

### 3.4.1 Variabel Bebas

Menurut Creswell (2013, p.77), variabel bebas adalah variabel yang berpotensi memengaruhi dan memberikan efek kepada hasil penelitian. Variabel bebas dalam penelitian ini adalah aktivisme daring #MulaiDariLemari.

**Tabel 3.1 Operasionalisasi Variabel Aktivisme Daring**

Variabel	Dimensi	Definisi Konseptual	Definisi Operasional	Pernyataan Indikator	Skala
<u>Variabel X</u> Aktivisme Daring (Vegh, 2013)	<i>Awareness / Advocacy</i>	Media sosial digunakan untuk meningkatkan kesadaran masyarakat tentang suatu masalah yang dilakukan dengan menyebarkan informasi terkait peristiwa atau isu yang tidak diberitakan/tidak diberitakan oleh media tradisional.	Meliputi cara penyampaian informasi kepada publik sasaran terkait masalah limbah yang dihasilkan oleh fesyen cepat.	1. #MulaiDariLemari menginformasikan bahwa industri tekstil (terutama fesyen cepat) menghasilkan limbah yang berbahaya bagi lingkungan.  2. Informasi yang dipublikasikan #MulaiDariLemari menunjukkan jumlah limbah fesyen yang semakin meningkat.  3. #MulaiDariLemari memberitahukan bahwa	Likert (1-4)  1: Sangat Tidak Setuju  2: Tidak Setuju  3: Setuju  4: Sangat Setuju

				<p>limbah fesyen tidak dapat terurai selama puluhan tahun.</p> <p>4. #MulaiDariLemari menyampaikan informasi bahwa industri fesyen cepat merusak lingkungan.</p> <p>5. #MulaiDariLemari mempublikasikan informasi bahwa industri fesyen cepat memiliki skala polusi yang setara dengan industri batu bara, plastik, atau bahkan petrokimia.</p>	
	<i>Organization / Mobilization</i>	Media sosial digunakan untuk mobilisasi suatu gerakan yang dapat dilakukan dengan tiga cara, yaitu dengan menyebar undangan untuk melakukan aksi <i>offline</i> , dan undangan untuk melakukan aksi <i>online</i> .	Meliputi bentuk ajakan antara Zero Waste Indonesia dengan pengikutnya di media sosial.	<p>1. #MulaiDariLemari mengajak publik sasaran untuk ikut terlibat dalam diskusi terkait fesyen lambat di kolom komentar.</p> <p>2. Publik sasaran diajak untuk turut serta berkampanye dengan membagikan cerita selama terlibat dalam kegiatan #MulaiDariLemari.</p>	<p>Likert (1-4)</p> <p>1: Sangat Tidak Setuju</p> <p>2: Tidak Setuju</p> <p>3: Setuju</p> <p>4: Sangat Setuju</p>

				3. Mengajak publik sasaran untuk ikut serta menggunakan <i>hashtag</i> #MulaiDariLemari.	
	<i>Action / Reaction</i>	Media sosial digunakan untuk membangun ketertarikan atau menarik rasa minat audience untuk berpartisipasi dalam suatu gerakan.	#MulaiDariLemari membangun ketertarikan atau menarik minat publik sasaran untuk berpartisipasi dalam gerakan fesyen lambat.	<p>1. Kampanye #MulaiDariLemari membangun ketertarikan publik sasaran untuk merefleksikan isi lemari dan penggunaan pakaian mereka.</p> <p>2. #MulaiDariLemari menarik minat untuk memilah pakaian yang tidak ingin digunakan lagi (<i>decluttering</i>).</p> <p>3. Membangun kesadaran publik sasaran untuk mengidentifikasi pakaian yang sebenarnya dibutuhkan merupakan kegiatan dari #MulaiDariLemari.</p> <p>4. #MulaiDariLemari menarik minat publik sasaran untuk menggunakan kembali pakaian yang sudah dimiliki dengan tujuan</p>	<p>Likert (1-4)</p> <p>1: Sangat Tidak Setuju</p> <p>2: Tidak Setuju</p> <p>3: Setuju</p> <p>4: Sangat Setuju</p>



				memperpanjang umur penggunaan pakaian.	
--	--	--	--	-------------------------------------------	--

Sumber: Data Olahan Penelitian, 2021

### 3.4.2 Variabel Terikat

Menurut Creswell (2013, p.77), variabel terikat adalah variabel-variabel yang dipengaruhi oleh variabel bebas. Variabel terikat dalam penelitian ini adalah sikap fesyen lambat generasi milenial.

**Tabel 3.2 Operasionalisasi Variabel Sikap**

<b>Variabel</b>	<b>Dimensi</b>	<b>Definisi Konseptual</b>	<b>Definisi Operasional</b>	<b>Pernyataan Indikator</b>	<b>Skala</b>
<u>Variabel Y</u> Sikap (Venus, 2018)	Kognitif	Komponen keyakinan terhadap objek yang tidak didasarkan pada keyakinan tunggal, tetapi didasarkan pada sekumpulan keyakinan.	Pengetahuan mengenai gerakan fesyen lambat.	1. Saya mengetahui tentang adanya gerakan fesyen lambat sebagai counter movement dari fesyen cepat. 2. Saya mengenali beberapa kegiatan yang masuk dalam kategori fesyen lambat seperti <i>thrifting</i> dan tukar baju. 3. Saya memahami tujuan gerakan fesyen lambat adalah untuk memperpanjang usia penggunaan pakaian.	Likert (1-4) 1: Sangat Tidak Setuju 2: Tidak Setuju 3: Setuju 4: Sangat Setuju

				4. Saya mengetahui bahwa gerakan fesyen lambat bertujuan untuk mengurangi jumlah limbah tekstil yang mencemari lingkungan.	
	Afektif	Komponen munculnya perasaan dalam proses evaluasi objek. Komponen afektif memberikan hal positif dan negatif kepada persepsi seseorang tentang objek komunikasi tertentu.	Kecenderungan responden untuk bersikap/bertindak	1. Saya merasa dengan mengonsumsi produk dari merek fesyen cepat dapat merusak lingkungan. 2. Saya merasa umur penggunaan produk dari merek fesyen cepat pendek. 3. Bila saya mengurangi pembelian produk dari merek fesyen cepat, saya berkontribusi dalam mengurangi jumlah limbah tekstil.	Likert (1-4) 1: Sangat Tidak Setuju 2: Tidak Setuju 3: Setuju 4: Sangat Setuju
	Konatif	Komponen konatif bersifat relatif menetap. Sikap terhadap objek tertentu tidak muncul begitu saja, melainkan sikap dibentuk melalui proses interaksi dan	Komitmen/aksi nyata untuk merubah cara memilih pakaian agar lebih bertanggung jawab kepada lingkungan.	1. Saya lebih memilih untuk membeli pakaian bekas melalui <i>thrifting</i> ataupun tukar baju. 2. Saya meminimalisir pembelian pakaian baru, terutama dari merek fesyen cepat.	Likert (1-4) 1: Sangat Tidak Setuju 2: Tidak Setuju 3: Setuju

		sosialisasi seseorang dengan lingkungannya.		3. Saya mengutamakan penggunaan pakaian yang diproduksi secara sadar lingkungan.	4: Sangat Setuju
--	--	---------------------------------------------	--	----------------------------------------------------------------------------------	------------------

Sumber: Data Olahan Penelitian, 2021

## **3.5 Teknik Pengumpulan Data**

Data yang akan digunakan dalam penelitian terdiri dari dua jenis, yaitu data primer dan data sekunder.

### **3.5.1 Data Primer**

Data primer adalah data yang didapatkan secara langsung dari objek penelitian (Sugiyono, 2014, p. 193). Dalam penelitian ini, data dapat didapatkan berdasarkan hasil penyebaran kuesioner ke responden. Kuesioner berisikan pertanyaan-pertanyaan dari hasil operasionalisasi konsep.

Jenis kuesioner dalam penelitian ini adalah angket tertutup. Kriyantono (2006, p. 98) menjelaskan bahwa angket tertutup memiliki isi pernyataan yang telah menyediakan alternatif jawaban bagi responden. Pilihan jawaban dalam pertanyaan di angket tertutup telah disediakan oleh peneliti dan bisa langsung dipilih oleh responden. Berbeda dengan angket terbuka yang memberikan kolom bagi responden untuk menulis pendapat pribadi mereka mengenai pertanyaan yang diberikan pada kuesioner. Angket tertutup seringkali dianggap efektif karena responden dapat langsung memilih jawaban yang sesuai dengan mereka. Teknik pengumpulan kuesioner dilakukan secara daring melalui media Google Form. Sebelum mengisi kuesioner, responden telah terlebih dahulu menyetujui untuk memberikan data secara sadar, tanpa paksaan. Data ini dijamin keamanannya dan menjadi rahasia antar peneliti dan responden.

### **3.5.2 Data Sekunder**

Data sekunder dalam penelitian ini didapatkan melalui berbagai sumber seperti buku, jurnal, dan studi kepustakaan lainnya yang kami gunakan untuk mendukung pernyataan-pernyataan dalam penelitian ini.

## **3.6 Teknik Pengukuran Data**

Berdasarkan dari kuesioner yang sudah disebarakan, hasil data yang terkumpul akan diubah ke dalam skala interval di Microsoft Excel. Beberapa peneliti berpandangan bahwa skala likert merupakan skala ordinal yang tidak bisa dianalisis dengan alat analisis parametrik seperti analisis regresi, namun beberapa peneliti juga berpandangan bahwa skala likert merupakan skala interval maka bisa dianalisis melalui alat analisis parametrik (Suliyanto, 2011). Dalam penelitian ini, sudut pandang yang diambil adalah skala likert sebagai skala ordinal, maka dari itu data yang diperoleh akan dinaikkan terlebih dahulu menjadi skala interval dengan menggunakan *Metode Succesive Interval* (MSI) agar data dapat dianalisis dengan menggunakan analisis regresi. Kemudian data yang sudah di *transform* akan diolah dan diukur melalui *Statistics for Social Science* (SPSS) versi 26.0 *for Windows* sehingga data dapat diartikan dalam angka, dan dapat diukur dalam bentuk persentase.

### **3.6.1 Uji Validitas**

Uji validitas merupakan tahap krusial dalam proses pembuatan kuesioner untuk sebuah penelitian, karena hasil uji dapat menentukan apakah pertanyaan sudah sesuai dengan penelitian atau belum. Hasil uji sangatlah penting karena dapat menentukan kualitas kuesioner. Uji validitas data dilakukan untuk menguji apakah pertanyaan dalam kuesioner layak untuk digunakan atau tidak (Ghozali, 2012, p. 52). Kuesioner disebut valid, apabila pernyataan kuesioner dapat merepresentasikan konsep yang akan diukur dalam kuesioner tersebut (Ghozali, 2012). Uji validitas menguji apakah indikator yang dirancang untuk mengukur konsep sebuah penelitian benar - benar mengukur konsep tersebut (Ghozali, 2016, p.52). Dalam penelitian ini, uji validitas menguji efektivitas aktivisme daring #MulaiDariLemari yang dilakukan melalui akun Instagram @tukarbaju\_ terhadap sikap fesyen lambat generasi milenial.

Dalam mengukur tingkat validitas pertanyaan, peneliti menggunakan SPSS untuk menganalisa angka *Pearson Correlation* per item kuesioner. Data kuesioner dikatakan valid apabila memenuhi kriteria berikut (Ghozali, 2012, p.53):

1. Jika  $r_{hitung} > r_{tabel}$ , maka data dikatakan valid
2. Jika  $r_{hitung} < r_{tabel}$ , maka data dikatakan tidak valid
3. Jika  $sig. < \alpha$ , maka data dikatakan valid

4. Jika sig. > alpha, maka data dikatakan tidak valid.

Dalam tahap uji validitas, dilakukan pre-test pada 100 responden. Pernyataan indikator dinilai valid dengan tingkat toleransi kesalahan 5% (0,05). Nilai r tabel pearson untuk 100 responden (dengan df = 98) adalah 0.256.

**Tabel 3.3 Uji Validitas Variabel X**

Variabel	r hitung	r tabel	Keterangan
X1	0,748	0.256	VALID
X2	0,731	0.256	VALID
X3	0,726	0.256	VALID
X4	0,633	0.256	VALID
X5	0,663	0.256	VALID
X6	0,485	0.256	VALID
X7	0,605	0.256	VALID
X8	0,571	0.256	VALID
X9	0,474	0.256	VALID
X10	0,681	0.256	VALID
X11	0,588	0.256	VALID
X12	0,581	0.256	VALID

Sumber: Data Olahan Penelitian, 2021

Berdasarkan uji validitas yang sudah dilakukan, terbukti bahwa seluruh pernyataan indikator untuk variabel X (aktivisme daring) dianggap valid karena nilai r hitung > r tabel. Berikut, adalah hasil uji validitas untuk variabel Y:



**Tabel 3.4 Uji Validitas Variabel Y**

<b>Variabel</b>	<b>r hitung</b>	<b>r tabel</b>	<b>Keterangan</b>
Y1	0,620	0.256	VALID
Y2	0,654	0.256	VALID
Y3	0,609	0.256	VALID
Y4	0,573	0.256	VALID
Y5	0,597	0.256	VALID
Y6	0,549	0.256	VALID
Y7	0,651	0.256	VALID
Y8	0,426	0.256	VALID
Y9	0,447	0.256	VALID
Y10	0,499	0.256	VALID

Sumber: Data Olahan Penelitian, 2021

Berdasarkan uji validitas yang sudah dilakukan, terbukti bahwa seluruh pernyataan indikator untuk variabel Y (sikap) dianggap valid karena nilai r hitung > r tabel.

### **3.6.2 Uji Reliabilitas**

Uji reliabilitas dilakukan untuk mengukur tingkat konsistensi dari sebuah pertanyaan dan untuk mengukur stabilitas pertanyaan untuk dijadikan sebuah instrumen pengukuran kuesioner. Reliabilitas menunjukkan konsistensi internal dari pengukuran sebuah konstruk. Dalam menilai apakah pengukuran tersebut memiliki reliabilitas atau tidak, ada tiga faktor penting yang harus dipertimbangkan (Bryman, 2016, p.168):

1. Stabilitas, apakah hasil dari sampel tersebut tidak berfluktuasi?
2. Reliabilitas internal, apakah skor responden pada indikator yang satu cenderung terkait dengan skor pada indikator lainnya?
3. Reliabilitas antar penilai, apakah penilaian subjektif terlibat dalam penelitian ini?

Pengujian reliabilitas dalam penelitian ini dilakukan melalui perbandingan Cronbach Alpha dengan r tabel. Apabila hasil perhitungan diperoleh nilai alfa > 0,6, maka instrumen penelitian yang digunakan dinilai reliabel (Sujarweni, 2014).

**Tabel 3.5 Hasil Uji Reliabilitas**

No.	Variabel	Cronbach's Alpha	r tabel	Interpretasi
1.	Aktivisme Daring	0.786	0.6	Reliabel
2.	Sikap	0.726	0.6	Reliabel

Sumber: Data Olahan Penelitian, 2021

Berdasarkan uji reliabilitas yang sudah dilakukan untuk variabel X, nilai alfa yang diperoleh adalah 0,786 yang artinya lebih besar dari 0,6. Dapat disimpulkan bahwa instrumen dalam variabel aktivisme daring reliabel. Kemudian, berdasarkan uji reliabilitas yang sudah dilakukan untuk variabel Y, nilai alfa yang diperoleh adalah 0,726 yang artinya lebih besar dari 0,6. Dapat disimpulkan bahwa instrumen dalam variabel sikap reliabel.

## **3.7 Teknik Analisis Data**

Menurut Bungin (2010), penelitian eksplanatif dilakukan untuk menjelaskan hubungan berupa perbedaan dan pengaruh antar variabel satu dengan variabel lainnya.

### **3.7.1 Uji Normalitas**

Uji normalitas dilakukan dengan tujuan menguji normal atau tidaknya nilai residual pada model regresi berdistribusi. Peneliti menggunakan uji normalitas dengan analisis grafik histogram sebagai pendukung untuk memastikan normalitas data (Ghozali, 2016, p.154). Data yang telah didapatkan dianggap berdistribusi normal apabila hasil dari grafik histogram memberikan pola cenderung ke arah kanan.

### **3.7.2 Uji Linearitas**

Uji linearitas dilakukan untuk melihat apakah model yang dibangun mempunyai hubungan linear atau tidak. Dalam uji linearitas diharapkan agar hasil pengujiannya menghasilkan hipotesis nol diterima, artinya persamaan regresi linear sederhana yang diperoleh itu yang merupakan persamaan regresi linear sederhana sebenarnya cocok dengan data pengamatan (Heriyanto, 2017, p.163). Jika garis regresi tidak linear maka analisis regresi tidak dapat dilanjutkan (Sugiyono, 2014, p.265).

### **3.7.3 Uji Heterokedastisitas**

Tujuan dari dilakukannya uji heteroskedastisitas adalah untuk mengetahui apakah terdapat ketidaksamaan *variance* dari residual antar pengamatan. Ghozali (2016, p. 134) berpendapat bahwa heteroskedastisitas bisa dideteksi dengan melihat ada atau tidak ada pola pada grafik scatterplot antara SRESID dan ZPRED.

### 3.7.4 Uji Regresi Linear Sederhana

Uji regresi linear adalah uji yang dilakukan jika korelasi antara dua variabel mempunyai hubungan sebab akibat. Regresi ditujukan untuk mencari bentuk hubungan dan variabel atau lebih dalam bentuk fungsi atau persamaan. Untuk mengetahui bagaimana variabel dependen dapat diprediksi melalui variabel indepen, analisis regresi dilakukan. Analisis regresi linear memiliki dua bentuk yaitu regresi linear sederhana dan regresi linear berganda. Pada penelitian ini, karena terdapat dua variabel, yaitu variabel X (aktivisme daring #MulaiDariLemari) dan variabel Y (sikap fesyen lambat), peneliti menggunakan regresi linear sederhana. Persamaan regresi linear sederhana dirumuskan sebagai berikut.

$$Y = a + bX$$

Keterangan:

Y= variabel tidak bebas/ variabel terikat

X= variabel bebas

a = konstanta (nilai Y apabila X=0)

b = koefisien regresi (nilai peningkatan ataupun penurunan)

Analisis ini dilakukan menggunakan program SPSS 26.0 untuk mengetahui apakah variabel aktivisme daring #MulaiDariLemari berpengaruh dan efektif dalam membangun sikap fesyen lambat. Jika hasil uji regresi menunjukkan nilai sigma lebih kecil dari 0,05 maka terdapat korelasi antara variabel X dan Y.

Untuk analisis korelasi dapat dilihat dari nilai R pada tabel model summary hasil uji. Nilai korelasi dilihat untuk mengetahui apakah ada hubungan di antara variabel dependen dan independen. Nilai korelasi juga dianalisis untuk mengetahui tingkat koefisien korelasi (Ghozali, 2016, p. 93).

**Tabel 3.6 Pedoman Koefisien Korelasi**

<b>Interval Koefisien</b>	<b>Tingkat Hubungan</b>
0,00 – 0,199	Sangat Lemah
0,20 – 0,399	Lemah
0,40 – 0,599	Sedang (Cukup Berarti)
0,60 – 0,799	Kuat
0,80 – 1,00	Sangat Kuat

Sumber: Sugiyono, 2014