# BAB III

# METODE PENELITIAN

## A. Variabel Dan Definisi Operasional

### 1. Metode Penelitian

Metode penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah menggunakan penelitian kuantitatif korelasional antara dua variabel dengan menggunakan metode penghitungan statistic tertentu sehingga akan diketahui ada atau tidak hubungan antara dua variable yang diteliti. Skala adalah daftar pernyataan yang akan mengungkap performansi yang menjadi karakter tipikal pada subjek yang akan diteliti, yang akan dimunculkan dalam bentuk respon-respon terhadap situasi yang dihadapi (Azwar,2004)

### 2. Identifikasi Variabel

Indentifikasi Variabel yang akan ditentukan penulis adalah mengenai Hubunganantara *Store Atmosphere* dengan Kepuasan Pelanggan di Avan Supermarket , yaitu:

1. Variabel terikat (dependent variable) yaitu kepuasan pelanggan (Y).
2. Variabel bebas (independent variable) yaitu *Store Atmosphere*

   Dari variabel yang telah disebutkan tadi, maka penulis dapat mengetahui hubungan dari variabel X dengan kepuasan pelanggan (variabel Y) dalam Hubunganantara *Store Atmosphere* dengan Kepuasan Pelanggan di Avan Supermarket



digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

**3. Definisi operasional**

penelitian ilmiah tentu tidak dapat didasarkan pada konsep yang bermakna ganda, yang terbuka pada penafsiran subjektif setiap orang. Sifat ilmiahmenuntut pengertian objektif yang paling tidak harus merupakan kesepakatan bersama mengenai makna sesuatu. Pada saat itulah memerlukan definisi yang memiliki arti tunggal dan diterima secara objektif bilamana indicator variable yang bersangkutan tersebut tampak, yang dinamakan definisi operasional. Definisi operasional adalah suatu definisi mengenai variable yang dirumuskan berdasarkan karakteristik-karakteristik variable tersebyt yang dapat dipahami (Azwar, 2004)

***a. Store Atmosphere* (X)**

adalah Tingkat persepsi pelanggan pada suasana toko, adapun indikatornya :

*1. Exterior*

Variable ini menunjukkan bagian luar toko atau gedung diukur dengan menggunakan 5 buah indicator :

a. Papan tanda yang memuat nama dan logo di halaman depan , yang diukur adalah daya tarik papan tanda tersebut.

b. Bentuk bangunan *exterior*, yang diukur adalah keunikan bangunan tersebut.

c. Keluasan tempat parkir yang tersedia. Yang diukur adalah luasnya tempat parkir tersebut.

d. Jarak antara tempat parkir ke pintu masuk. Yang diukur adalah jarak tempat parkir ke pintu masuk.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

e. Keamanan area parker. Yang diukur adalah pelanggan merasa terjamin dengan kenyamanan area parkir.

2. *Store interior*

Variable ini menunjukkan bagian dalam toko atau gedung diukur dengan menggunakan 2 buah indicator :

a. kesan ruangan

1). Penggunaan tema warna didalam ruangan. Yang diukur kesesuaian penggunana warna di dalam ruangan.

2). Penggunanan jenis lantai. Yang diujur kesesuaian penggunaan jenis lantai di dalam ruangan.

3). Pencahayaan di dalam ruangan. Yang diukur adalah pencahayaan di dalam ruangan.

4). Jenis music yg diputar dalam ruanagn, yang diukur adalah kesesuaian jenis music yang diputar.

5). Wewangian yang digunakan dalam ruangan, yang diukur adalah kesesuaian penggunaan wewangian yang digunakan dalam ruangan.

6).Suhu di dalam ruangan, yang diukur adalah kesesuaiannya (tidak terlalu panas dan dingin)

7). Lebar lorong-lorong dalam ruangan. Yang akan diukur adalah apakah lorong-lorong di dalam ruangan cukup lebar sehingga pembelanja leluasa saat memilih barang

b. Pelayanan

1). Pegawai toko, yang dinilai kesopanan pegawai dalam memberikn pelayanan

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

2). Kebersihan didalam ruangan

3. *Store layout*

Variable ini menunjukkan pengelompokkan barang-barang diukur dengan menggunakan 2 buah indicator :

**a.** penempatan dan Pengelompokkan barang dagangan

1). Penempatan barang dagangan , yang diukur adalah barang-barang dagangan ditempatkan dengan tepat sehingga memudahkan pelanggan saat belanja

2). Pengelompokkan barang dagangan, yang diukur adalah barang-barang dagangan dikelompokkan dengan tepat sehingga memudahkan pelanggan saat belanja

**b.** Penempatan kasir

1). Penempatan kasir, yang diukur adalah lokasi nya strategis tidak.

4. *Interior display*

Variable ini Menampilkan barang dagangan mereka, diukur dengan menggunakan 3 buah indicator :

a. Kerapian *display*

Berkaitan dengan tingkat kerapian produk" yang dipamerkan oleh Avan Supermarket, yang diukur adalah apakah menurut pelanggan pihak Avan Supermarket menampilkan barang-barang dagangan merka dengan rapi.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

b. Tanda penunjuk

Berkaitan dengan penggunaan tanda-tanda di dalam ruangan yang berfungsi untuk memberikan petunjuk mengenai lokasi barang-barang dagangan. Yang akan diukur adalah apakah tanda petunjuk tersebut sudah jelas

c. Tema ruangan

(seperti tema-tema hari raya nasional) yang di desain menarik pelanggan memasuki Avan Supermarket.

**b. Kepuasan Pelanggan (Y)**

Kepuasan pelanggan dipengaruhi oleh persepsi atas kualitas jasa, persepsi atas harga, serta factor situasional dan factor personal. Kepuasan pelanggan juga dipengaruhi oleh kualitas produk atau barang-barang yang diberikan pada pelanggan dalam proses penyerahan jasa.

Jadi indicator untuk mendapatkan kepuasan pelanggan adalah :

1. Kualitas jasa
   a). Keramahan pegawai
   b). Kecepatan kasir
   c). Kualitas barang
2. Persepsi atas harga
   a). harga terjangkau
   b). banyak diskon
3. Factor situasional
   a). ketersediaan barang
   b). terjangkaunnya tempat
   c). fasilitas

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

## B. Populasi, Sampel Dan Teknik Sampling

Dalam penelitian ini adalah seluruh pelanggan Avan Supermarket yang sedang berbelanja di lokasi penelitian. Peneliti telah melakukan observasi pada tanggal 17 Oktober 2015 untuk mengetahui berapa pengunjung Avan Supermarket setiap harinya, telah didapat pengunjung Avan Supermarket rata-rata 350 pelanggan perhari.

Sampel adalah sebagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi. Dalam hal ini sampel yang dimaksud adalah orang-orang yang sedang berbelanja di Avan Supermarket. Menurut Arikunto, 2005 jika peneliti memeliki beberapa ratus subjek dalam populasi, maka mereka dapat menentukan kurang lebih 25-30% dari jumlah tersebut. Jika jumlah anggota subjek dalam populasi hanya meliputi anatar 100-150 orang, dan dalam pengumpulan datanya peneliti menggunakan angket maka sebaiknya sejumlah itu diambil seluruhnya. Namun apabila peneliti menggunakan teknik wawancara dan pengamatan, jumlah tersebut dapat dikurangi menurut teknik sampel dan sesuai dengan kemampuan peneliti.

Sampel haruslah sebesar-besarnya, semakin banyak sampel yang diambil maka akan semakin representative dan hasilnya dapat digenelisir dengan maksud mengangkat penelitia dari sampel sebagai sesuatu yang berlaku bagi populasi. Namun ukuran sampel yang diterima akan sangat bergantung pada jenis penelitiannya (Gay dan Diehl, 1992).

1. Jika penelitiannya bersifat deskriptif, maka sampel minimumnya adalah 10%dari populasi
2. Jika penelitiannya koresional, sampel minimumnya adalah 30 subjek

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

3. Apabila penelitian kausal perbandingan, sampelnya sebanyak 30 subjek per grup.
4. Apabila penelitian eksperimental, sampel minimumnya adalah 15 subjek per hari.

Teknik sampling adalah cara pengambilan sampel untuk menentukan jumlah sampel yang akan di gunakan dalam penelitian, yaitu sebanyak 100 subjek yang sedang berbelanja di Avan Supermarket. Penelitian ini dilakukan menggunakan *nonprobability sampling* dimana setiap elemen populasi tidak memiliki peluang atau probabilitas yang sama sebagai sampel. Prosedur *nonprobability sampling* yang dilakukan adalah *purposive sampling* , dimana teknik pengambilan sampel untuk tujuan tertentu saja dan hal ini juga dimaksudkan untuk menyesuaikan permasalahan dan tujuan penelitian (Rahmayanti,2009).

Purposive sampling adalah teknik penentuan sampel denganpertimbangan tertentu (Sugiyono dalam Rubiyanti, 2004:60), dilakukan dengancara mengambil orang – orang yang terpilih oleh peneliti sesuai dengan syaratkhusus yang dimiliki sampel untuk dijadikan responden Syarat respondennyaadalah :

a. Responden berusia minimal 17 tahun dan maksimal usia 55 tahun . Pemilihan usia tersebut dikarenakan dianggapmampu memahami pertanyaan yang diberikan dalam kuesioner serta mampu membaca dan menulis dalam artian tidak buta huruf.
b. Responden pernah datang ke Avan Supermarket minimal 2 kali.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

## C. Pengumpulan Data

### 1. Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data menggunakan penelitian kuantitatif korelasional antara dua variabel dengan menggunakan metode penghitungan statistik tertentu sehingga akan diketahui ada atau tidak hubungan antara dua variabel yang diteliti.

Adapun jenis skala yang digunakan adalah skala model Likert. Skala model Likert adalah metode penskalaan individu yan menggunakan distribusi respon sebagai dasar penentu nilai skalanya (Azwar, 2004). Subjek akan diberikan 4 alternatif pilihan jawaban, antara lain SS (Sangat Setuju), S (Setuju), TS (Tidak Setuju), dan STS (Sangat Tidak Setuju).

Skala ini ada yang mengandung sikap *favorable* (mendukung) dan ada juga yang mengandung *Unfavorable* (tidak mendukung). Untuk itu menentukan skor terhadap jawaban subjek, maka ditetapkan norma penskoran terhadap jawaban sebagai berikut :

Tabel 1.

Penilaian pernyataan *Favorable* dan pernyataan *Unfavorable*

| **Jawaban** | ***Favorable* (F)** | ***Unfavorable* (UF)** |
|---|---|---|
| Sangat setuju (SS) | 4 | 1 |
| Setuju (S) | 3 | 2 |
| Tidak Setuju (TS) | 2 | 3 |
| Sangat Tidak Setuju (STS) | 1 | 4 |

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

a. **Skala *Store Atmosphere***

Variabel *store Atmosphere* menurut Berman dan Evan ini mengukur 4 Dimensi, yaitu : *Exterior, Store Interior, Store layout,* dan *Interior Display*. Skala ini terdiri dari 59 pernyataan.

Tabel 2

*Blue Print* Skala *Store Atmosphere*

| No | Dimensi | Indikator | Jenis Aitem | | Jumlah |
|---|---|---|---|---|---|
| | | | F | UF | |
| 1. | Exterior | a. Papan tanda | 1, 26 | 29,49 | 4 |
| | | b. Bentuk bangunan | 2,35 | 30 | 3 |
| | | | 3,4,6 | 36, 27, 30 | 6 |
| | | c. Parkir | 5,24 | 31 | 3 |
| | | d. Pintu masuk | | | |
| 2. | Store Interior | a. Kesan ruangan | 7,8,9,10, 11,13,12 14,15,17 | 32,33,34, 12,35, 36,37, 39,28 | 20 |
| | | a. Pelayanan | 16,44 | 38,43 | 4 |
| 3. | Store Layout | a. Penempatan dan Pengelompokkan barang dagangan | 18,19 | 40,45,58 | 6 |
| | | b. Penempatan kasir | 27,46 | 28 | 3 |
| 4. | Interior Display | a. Kerapian Display | 41 | 47 | 2 |
| | | b. Tanda penunjuk | 20,21,22 | 42,48,49 | 5 |
| | | c. Tema ruangan (seperti tema-tema hari raya nasional) yang di desain menarik pelanggan memasuki Avan Supermarket. | 23 | 50 | 3 |
| Jumlah | | | | | 59 |

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

**b. Skala Kepuasan Pelanggan**

Skala Kepuasan pelanggan menurut Zeithmal ini yang memiliki 3 dimensi yaitu Kualitas jasa, persepsi atas harga, dan factor situasional. Skala Kepuasan pelanggan terdiri dari 32 aitem pernyataan.

Tabel 3

*Blue Print* Skala Kepuasan Pelanggan

| No | Dimensi | Indikator | Jenis Aitem | | Jumlah |
|---|---|---|---|---|---|
| | | | F | UF | |
| 1. | Kualitas jasa | a. Keramahan pegawai | 3,7,25 | 15 | 4 |
| | | b. Kesepatan kasir | 8,23 | 16 | 3 |
| | | c. Kualitas barang | 5,10,28 | 17 | 4 |
| 2. | Persepsi atas Harga | a. Harga terjangkau | 11 | 12 | 2 |
| | | b. Banyak Diskon | 18,26 | 19,27 | 4 |
| 3. | Fakor situasional | a. ketersediaan barang | 4,6 | 20 | 3 |
| | | b. terjangkaunnya tempat | 1,29 | 21 | 3 |
| | | c. fasilitas | 2, 14 9 | 22 | 3 |
| | | d. kebersihan | 13,32 | 24,31 | 3 |
| | | e. Keamanan | | 30 | 3 |
| JUMLAH | | | | | 32 |

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

## D. Validitas Dan Reliabilitas

### 1. Uji Validitas

Sebuah instrument dikatakan valid apabila dapat mengungkap data yang hendak di teliti secara tepat. Dalam Penelitian ini, peneliti menggunakan uji validitas dengan menggunakan teknik korelasi *kendall tau* dikarenakan data yang dimiliki peneliti tidak berdistribusi normal sehingga harus menggunakan uji Non Parametrik.

Setelah aitem terseleksi (diuji daya beda/daya diskriminasi aitem), selanjutnya yaitu memilih aitem yang valid dengan melihat daya beda/daya diskriminasi aitem yang tinggi, dengan kaidah yang ditentukan, harga koefisien *corrected item total correlation* lebih sama dengan ($\geq$ 0.3) maka dianggap memiliki daya beda/daya diskriminasi tinggi. Dari hasil uji daya beda/daya diskriminasi aitem diatas maka dapat disimpulkan aitem yang valid yaitu no Pada skala *Store Atmosphere* yang telah di uji cobakan pada 50 responden terdapat 50 aitem yang memiliki daya diskriminasi yang tinggi yaitu pada nomer 1, 2, 3, 4, 5, 6, 7, 8, 9, 10, 11, 13, 14, 15, 17, 18, 19, 20, 21, 23, 24, 25, 26, 27, 28, 29, 31, 32, 33, 34, 37, 38, 39, 40, 41, 42, 43, 44, 45, 46, 47, 48, 52, 53, 54, 55, 56, 57, 58, 59.Sedangkan aitem yang memiliki diskriminasi yang rendaah ada 9 aitem yaitu pada nomor 12, 16, 22 ,30, 35, 36, 49, 50, 51.

Dari hasil uji daya diskriminasi skala *store Atmosphere* didapat aitem yang valid berjumlah 50 aitem dan semua aitem yang tidak valid dibuang. Sehingga hanya indicator yang memiliki aitem valid yang digunakan untuk mengukur aspek-aspek *store atmosphere* dan diajukan

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

pada final tes. Adapun *blue print* skala *Store Atmosphere* yang digunakan untuk final tes sebgai berikut :

Tabel 4

*Blue Print* final tes Skala *Store atmosphere*

| No | Dimensi | Indikator | Jenis Aitem | | Jumlah |
|---|---|---|---|---|---|
| | | | F | UF | |
| 1. | Exterior | a. Papan tanda | 1, 26 | 29, | 3 |
| | | b. Bentuk bangunan | 2 | 30 | 2 |
| | | c. Parkir | 3,4,6 | 24 | 4 |
| | | d. Pintu masuk | 5, | 31 | 2 |
| 2. | Store Interior | a. Kesan ruangan | 7,8,9,10, 11,12, 13,14, 15,17 | 32,33,34, ,35, 36,37, 39,25 | 18 |
| | | b. Pelayanan | 16,44 | 38,43 | 4 |
| 3. | Store Layout | a. penempatan dan Pengelompokkan barang dagangan | 19,18 | 40,45,48 | 5 |
| | | b. Penempatan kasir | 27,46 | 28 | 3 |
| 4. | Interior Display | a. Kerapian Display | 41 | 56 | 2 |
| | | b. Tanda penunjuk | 20,22,21 | 42,47 | 5 |
| | | c. Tema ruangan (seperti tema-tema hari raya nasional) yang di desain menarik pelanggan memasuki Avan Supermarket. | 23 | ,49 | 2 |
| Jumlah | | | | | 50 |

Pada skala Kepuasan pelanggan yang telah di uji cobakan pada 50 responden terdapat 26 aitem yang memiliki daya diskriminasi yang tinggi yaitu pada nomer 1, 2, 4, 5, 7, 8, 9, 10, 11, 13, 14, 15, 16, 17, 18, 19, 20, 21, 22, 23, 24, 25, 26, 27, 30, 31 Sedangkan aitem yang memiliki

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

diskriminasi yang rendaah ada 6 aitem yaitu pada nomor 3, 6, 12, 28, 29, 32.

Dari hasil uji daya diskriminasi skala *store Atmosphere* didapat aitem yang valid berjumlah 32 aitem dan semua aitem yang tidak valid dibuang. Sehingga hanya indicator yang memiliki aitem valid yang digunakan untuk mengukur aspek-aspek kepuasan pelanggan dan diajukan pada final tes. Adapun *blue print* skala Kepuasan pelanggan yang digunakan untuk final tes sebgai berikut :

Tabel 5

*Blue Print* Final Skala Kepuasan Pelanggan

| No | Dimensi | Indikator | Jenis Aitem | | Jumlah |
|---|---|---|---|---|---|
| | | | F | UF | |
| 1. | Kualitas jasa | d. Keramahan pegawai | 2,5,20,22 | 12 | 4 |
| | | e. Kesepatan kasir | 6,20 | 13 | 3 |
| | | f. Kualitas barang | 4,8 | 14 | 4 |
| 2. | Persepsi atas Harga | c. Harga terjangkau | 9 | 12 | 2 |
| | | d. Banyak Diskon | 15,23 | 16 | 4 |
| 3. | Fakor situasional | e. ketersediaan barang | 3,6 | 17 | 3 |
| | | f. terjangkaunnya tempat | 1,24 | 18 | 3 |
| | | g. fasilitas | 2, 11 | 19 | 3 |
| | | h. kebersihan | 7 | 21,25 | 3 |
| | | i. Keamanan | 26 | 10 | 3 |
| JUMLAH | | | | | 32 |

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

**2. Uji Reliabilitas**

Pengukuran yang memiliki reliabilitas tinggi adalah pengukuran yang dapat menghasilkan data yang reliabel. Aitem-aitem yang valid diajukan reliabilitasnya dengan menggunakan teknik uji konsistensi internal alpha cronbach melalui program SPSS.

Teknik yang digunakan dalam menganalisis hasil reliabilitas skala *store atmosphere* dan kepuasan pelanggan adalah rumus alpha cronbach dengan menggunakan bantuan program SPSS. Dalam aplikasinya, reliabilitas dinyatakn oleh koefisien reiabilitas yang angkanya berada dalam rentang dari 0 sampai 1,00 semakin tinggi koefisien reliabilitas mendekati 1,00 berarti semakin tinggi reliabilitasnya, juga sebaliknya (Azwar, 2004)

Menurut Sugiyono (2010) uji reliabilitas adalah sejauh mana hasil pengukuran dengan menggunakan objek yang sama, akan menghasilkan data yang sama. Apabila korelasi 0.7 atau lebih maka dikatakan aitem tersebut memberikan tingkat reliable yang cukup, sebaliknya apabila nilai korelasi dibawah 0.7 maka dikatakan aitem tersebut kurang reliable.

Tabel 6

Reliabilitas Skala *Store Atmosphere* dan Kepuasan pelanggan

| **Variabel** | **Nilai Reliabilitas Alpha cronbach** | **Jumlah** |
|---|---|---|
| *Store Atmosphere* | 0,972 | 59 |
| Kepuasan pelanggan | 0,903 | 32 |

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

Dalam tabel uji coba diatas dapat dilihat alpha cronbach untuk skala *Store Atmosphere* sebesar 0,972 dan alpha cronbach untuk skala kepuasan pelanggan sebesar 0.903 maka instrument tersebut valid. Jadi dapat disimpulkan bahwa skala *store atmosphere* dan kepuasan pelanggan tersebut reliable.

## E. Analisis Data

Penelitian ini menggunakan teknik statistic korelasi *Kendall Tau*dikarenakan data yang dimiliki peneliti tidak berdistribusi normal sehingga menggunakan korelasi non parametrik. Teknik korelasi ini digunakan untuk mengetahui ada tidaknya hubungan antara *Store Atmosphere* dengan Kepuasan Pelanggan di Avan Supermarket. Dalam pengolahan data, peneliti menggunakan program SPSS 16.0 *for windows*.

Sebelum melakukan analisis data, maka terlebih dahulu dilakukan uji asumsi atau prasyarat yang meliputi uji normalitas dan uji linieritas. Uji normalitas dan linieritas merupakan syarat sebelum dilakukannya pengetesan nilai korelasi, dengan maksud agar kesimpulan yang ditarik tidak menyimpang dari kebenaran yang seharusnya ditarik (Hadi, 2000).

### 1. Uji Normalitas

Uji normalitas digunakan untuk menguji apakah variable penelitian ini terdistribusi secara normal atau tidak. Data yang layak digunakan sebagai data penelitian adalah data yang terdistribusi secara normal. Uji ini menggunakan teknik *Kolmogorov-Smirnov* dengan kaidah yang digunakan bahwa apabila signifikansi > 0.05 maka dikatakan distribusi

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

normal, begitu pula sebaliknya jika signifikansinya < 0.05 maka dikatakan distribusi tidak normal (Azwar, 2012).

**2. Uji Linieritas**

Uji linieritas dilakukan untuk mengetahui apakah variabel konsep diri dan kepercayaan diri memiliki hubungan yang linier, antara variable bebas dengan variable terikat. Selain itu, uji linieritas ini juga diharapkan dapat mengetahui taraf signifikansi penyimpangan dari linieritas hubungan tersebut. Kaidah yang digunakan untuk mengetahui linieritas hubungan antara variable bebas dengan variable terikat adalah jika p > 0.05 maka hubungannya linier, jika p < 0.05 maka hubungan tidak linier.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id