

BAB II

TINJAUAN PUSTAKA DAN DASAR TEORI

2.1 Tinjauan Pustaka

Penelitian yang dilakukan Leonardo dan Kristiani (2015) THERAPIE adalah perusahaan yang bergerak dalam bidang konseling dan mempunyai program pelatihan. Dalam sebuah perusahaan harus memiliki kemampuan mempublikasikan programnya kepada masyarakat. Penggunaan media cetak kurang efektif dalam publikasi suatu perusahaan, karena jangkauan publikasi terbatas dan membutuhkan biaya yang cukup besar. Penelitian ini bertujuan untuk merancang *website* profil perusahaan yang dapat membantu publikasi informasi THERAPIE dengan berbagai content dan fungsi. *Website* ini dibuat dengan menggunakan metode *user experience (the five planes)* untuk memberikan kenyamanan untuk para pengunjung *website*. Dalam proses pengujian, dilakukan hosting kemudian uji coba secara langsung kepada beberapa customer dengan menggunakan kuisisioner. Dari hasil kuisisioner, responden merasakan *website* ini mudah digunakan dan memberikan informasi berbagai *event* THERAPIE. Tujuan penelitian ini adalah untuk merancang dan menganalisis penerapan metode UX agar *website* yang akan dirancang bisa sesuai dengan keinginan THERAPIE dan para pengunjung *website* THERAPIE tidak kesulitan untuk mencari informasi yang telah disediakan di *website*.

Penelitian terdahulu yang dilakukan oleh Ependi (2017) yang membahas tentang respon dan tanggapan dari pengguna aplikasi Depo Auto 2000 Tanjung

Api-Api Palembang dalam menggunakan sistem tersebut serta mengevaluasi kinerja sistem aplikasi Depo Auto 2000 Tanjung Api-Api Palembang dengan menggunakan evaluasi heuristik. Hasil dari penelitian ini adalah mengevaluasi tingkat daya guna yang nantinya akan dijadikan rekomendasi pengembangan pada aplikasi tersebut, evaluasi heuristik juga membantu tingkat masalah usability pada aplikasi Depo Auto 2000 Tanjung Api-Api Palembang.

Penelitian yang dilakukan Kurniawan, dkk (2018) Membahas tentang *user experience*, *Website* merupakan salah satu media dalam menyebarkan sebuah informasi, salah satunya yaitu *website* Ki Purbo Asmoro. Namun, ditemukan beberapa keluhan dari para pengguna saat mengakses website tersebut. Untuk mengetahui masalah apa saja pada *website* tersebut, dibutuhkan sebuah analisis *user experience* dengan pendekatan *usability* melalui metode *Heuristic Evaluation*. Selain itu, untuk lebih mengetahui akan kesan, tujuan, serta harapan pengguna dalam menggunakan *website*, dibentuklah sebuah Persona sebagai representasi karakter fiksi pengguna potensial *website* tersebut. Evaluasi dilakukan sebanyak 2 tahap. Evaluasi tahap 1 guna menemukan masalah pada *website* awal. Evaluasi tahap 2 untuk menemukan masalah pada *prototype* perbaikan yang dibangun berdasarkan solusi atas masalah yang ditemukan pada evaluasi tahap 1 dan Persona. Hasil pada evaluasi tahap 1, prinsip heuristik yang banyak ditemukan masalah yaitu pada prinsip H4 - *Consistency and Standards*, dan pada H8 - *Aesthetic and Minimalist Design*. Sedangkan pada evaluasi tahap 2 ditemukan masalah pada prinsip H4 - *Consistency and Standards*, dan H7 - *Flexibility and Efficiency of use*. Perbaikan yang dilakukan berpengaruh pada

menurunya jumlah temuan masalah serta nilai *severity ratings* diantara kedua tahap evaluasi.

Penelitian yang dilakukan Faticha, Aziza dan Hidayat (2019), penelitian ini bertujuan untuk mengevaluasi desain *user interface* yang diterapkan pada *website* Tokopedia menggunakan metode *Heuristics Evaluation*. Metode ini memiliki 10 aspek *user interface* yang menjadi parameter apakah *user interface* tersebut berinteraksi terhadap user dengan baik atau tidak. Cara kerja metode ini yaitu dengan meminta responden mengisi kuisisioner yang berisi beberapa pertanyaan yang berkaitan dengan 10 aspek *user interface* dari metode ini, untuk ditarik hasil kesimpulan dan saran. Sehingga melalui paper ini, didapatkan catatan-catatan penting demi perbaikan dan pengembangan kualitas *website* Tokopedia sendiri dan *website e-commerce* lain kedepannya, agar perkembangan *e-commerce* di Indonesia semakin meningkat. Pada penelitian analisa usability dengan objek *Website* Tokopedia dengan total 40 responden ini mendapatkan nilai *Severity Rating* rata-rata 1 (Satu), dengan kata lain, *Website* Tokopedia mempunyai kekurangan atau kendala yang tidak dipermasalahkan atau berdampak besar bagi pengguna.

Penelitian lain yang dilakukan oleh Nuryanti dan Supriana (2019) menjelaskan penelitian ini bertujuan untuk mengetahui tingkat *usability* pada *website* penjualan PT Yudhistira. Pengukuran ini menggunakan konsep evaluasi heuristik dengan variabel – variabel sebagai berikut; visibilitas dari status sistem, kesesuaian antara sistem dan dunia nyata, kendali dan kebebasan pengguna, standar dan konsistensi, pencegahan kesalahan, adanya pengenalan, fleksibilitas

dan efisiensi, estetika dan desain yang minimalis, bantuan pengguna untuk mengenali, mendiagnosa dan mengatasi masalah serta fitur bantuan dan dokumentas. Dengan penerapan metode evaluasi heuristik maka dapat di jadikan sebagai pengukur dan evaluasi.

Tabel 2.1 Perbandingan Dengan Penelitian Sebelumnya

Penulis	Kuisisioner	Objek	Hasil
Leonardo dan Kristiani (2015)	Ya	Website THERAPIE	Dari hasil kuisisioner, responden merasakan <i>website</i> ini mudah digunakan dan memberikan informasi berbagai <i>event</i> THERAPIE. Tujuan penelitian ini adalah untuk merancang dan menganalisis penerapan metode UX agar <i>website</i> yang akan dirancang bisa sesuai dengan keinginan THERAPIE dan para pengunjung <i>website</i> THERAPIE tidak kesulitan untuk mencari informasi yang telah disediakan di <i>website</i> .
Ependi (2017)	Tidak	Aplikasi Depo Auto 2000 Tanjung Api-Api Palembang	Hasil dari penelitian ini adalah mengevaluasi tingkat daya guna yang nantinya akan dijadikan rekomendasi pengembangan pada aplikasi tersebut, evaluasi heuristik juga membantu tingkat masalah <i>usability</i> pada aplikasi Depo Auto 2000 Tanjung Api-Api Palembang.
Kurniawan, dkk (2018)	Ya	<i>website</i> Ki Purbo Asmoro	Hasil pada evaluasi tahap 1, prinsip heuristik yang banyak ditemukan masalah yaitu pada prinsip H4 - <i>Consistency and Standards</i> , dan pada H8 - <i>Aesthetic and Minimalist Design</i> . Sedangkan pada evaluasi tahap 2 ditemukan masalah pada prinsip H4 - <i>Consistency and Standards</i> , dan H7 - <i>Flexibility and Efficiency of use</i> . Perbaikan yang dilakukan berpengaruh pada menurunnya jumlah temuan masalah serta nilai <i>severity ratings</i> diantara kedua tahap evaluasi.

Tabel 2.1 Perbandingan Dengan Penelitian Sebelumnya Lanjutan

Penulis	Kuisisioner	Objek	Hasil
Aziza dan Hidayat (2019)	Ya	<i>Website Tokopedia</i>	Hasil pada penelitian analisa usability dengan objek <i>Website Tokopedia</i> dengan total 40 responden ini mendapatkan nilai <i>Severity Rating</i> rata-rata 1 (Satu), dengan kata lain, <i>Website Tokopedia</i> mempunyai kekurangan atau kendala yang tidak dipermasalahkan atau berdampak besar bagi pengguna.
Nuryanti dan Supriana (2019)	Ya	<i>website penjualan PT Yudhistira</i>	Pengukuran Usability <i>Website</i> Dengan Metode <i>Heuristic Evaluation</i> (Studi Kasus: <i>Website Penjualan Pt Yudhistira Ghalia Indonesia</i>) Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui tingkat <i>usability</i> pada <i>website</i> penjualan PT Yudhistira.
Pamungkas (2019)	Ya	Aplikasi <i>mysmartfren</i>	Hasil dari penelitian ini adalah diharapkan mampu mengevaluasi usability menggunakan metode heuristik di aplikasi <i>mobile</i> , serta memberikan masukan kepada aplikasi <i>mysmartfren</i> .

2.2 Dasar Teori

Menurut ISO 9241 – 11 (1998) , *Usability* adalah sejauh mana sebuah produk dapat digunakan oleh pengguna tertentu untuk mencapai tujuan tertentu dengan efektif, efisiensi dan pengguna menjadi puas dalam konteks penggunaan. Secara umum pengertian *Usability* adalah atribut dari kualitas yang

digunakan untuk mengevaluasi bagaimana mudahnya sebuah antar muka digunakan.

Pada *Usability* dilihat sejauh mana sebuah tugas mudah dikerjakan oleh sebuah produk, seminimal mungkin tahapan yang dikerjakan untuk mencapai tujuan tertentu melalui sebuah produk, dan bagaimana pengguna mengerjakan sebuah tugas dengan produk tersebut.

2.2.1 Usability

Usability adalah salah satu ukuran interaktivitas pengalaman pengguna yang terkait dengan antarmuka pengguna seperti sebuah website atau sebuah perangkat lunak dalam bentuk aplikasi (Tolle, 2017). Dalam buku “*Handbook of Usability Testing: How to Plan, Design, and Conduct Effective Test*” oleh Jeffrey dan Dana seperti dikutip dalam Handiwidjojo (2016) dinyatakan bahwa terdapat lima unsur yang menjadi pokok daya guna (*usability*), yaitu:

1. Kegunaan
2. Efisiensi
3. Efektivitas
4. Kepuasan
5. Aksesibilitas

Dalam bukunya Jeffrey dan Dana yang dikutip dalam Handiwidjojo (2016) menjelaskan bahwa untuk mengukur *usability* bergantung pada kemampuan pengguna menyelesaikan serangkaian tes. Beberapa parameter untuk mengukur *usability* meliputi:

1. *Success Rate*, mengukur tingkat keberhasilan pengguna dalam menyelesaikan semua “tugas” yang ada pada suatu website.
2. *The Time a Task Requires*, mengukur waktu yang dibutuhkan oleh seorang pengguna dalam menyelesaikan suatu “tugas” pada *website* tersebut.
3. *Error Rate*, tingkat kesalahan yang dilakukan oleh pengguna pada saat menyelesaikan “tugas” pada *website* tersebut.
4. *User’s Subjective Satisfaction*, tingkat kepuasan pengguna dalam menyelesaikan keseluruhan “tugas” ketika berinteraksi dalam *website* tersebut Handiwidjojo (2016).

Kata “*usability*” juga merujuk pada metode untuk meningkatkan kemudahan penggunaan selama proses desain, dilihat dari nilai atribut kualitas antarmuka pengguna yang digunakan. Menurut definisi Nielsen (2012) *usability* didefinisikan oleh lima komponen kualitas daya guna yaitu:

1. *Learnability*: Kemudahan belajar fungsi dan perilaku sistem.
2. Efisiensi: Tingkat produktivitas dicapai, setelah pengguna telah belajar sistem.
3. *Memorability*: Kemudahan mengingat fungsi sistem, sehingga pengguna biasa dapat kembali ke sistem setelah periode non-penggunaan, tanpa perlu belajar lagi bagaimana menggunakannya.
4. *Errors*: Kemampuan sistem untuk mengetahui berapa banyak kesalahan yang dilakukan pengguna, seberapa parah kesalahan

yang dilakukan, dan seberapa mudah sistem dapat pulih dari kesalahan.

5. *Satisfaction*: Mengukur di mana pengguna menemukan sistem menyenangkan untuk digunakan.

Dalam hal *errors*, Nielsen (2011) menyatakan terdapat sepuluh kesalahan yang paling banyak dilakukan dalam desain interface web yang bertentangan dengan *usability*. Sepuluh kesalahan tersebut adalah:

1. Sistem pencarian yang buruk (*Bad Search*).
2. Menampilkan materi bacaan dalam format PDF (*Files for Online Reading*).
3. Tidak mengganti warna dari tautan yang sudah dibuka (*Not Changing the Color of Visited Links*).
4. Tulisan yang susah dibaca sekilas (*Non-Scannable Text*).
5. Ukuran huruf yang tidak bisa diubah (*Fixed Font Size*).
6. Judul halaman yang kurang terbaca mesin pencari (*Page Titles With Low Search Engine Visibility*).
7. Seluruh materi terlihat seperti iklan (*Anything That Looks Like an Advertisement*).
8. Melanggar konvensi desain. (*Violating Design Conventions*).
9. Membuka jendela browser baru (*Opening New Browser Windows*).
10. Tidak menjawab pertanyaan pengguna (*Not Answering Users' Questions*).

2.2.2 Evaluasi Heuristik

Evaluasi heuristik yaitu sebuah metode evaluasi *usability* untuk memperbaiki sebuah rancangan secara efektif dengan menggunakan sekumpulan kriteria heuristik sederhana yang saling berhubungan. Proses dari evaluasi heuristik memungkinkan evaluator yang secara independen untuk melakukan evaluasi dan menilai sistem dari setiap kriteria heuristik yang menunjukkan masalah *usability* Dix (2003).

2.2.3 Kriteria Evaluasi Heuristik

Salah satu metode yang dapat digunakan untuk melakukan pengujian usabilitas adalah *Heuristic Evaluation*. Menurut Nielsen metode *Heuristic* digunakan untuk menentukan masalah usabilitas dalam desain antarmuka pengguna sehingga untuk menemukan masalah usabilitas dalam desain antarmuka pengguna sehingga metode tersebut dapat dimasukkan sebagai bagian dari proses *iterative design* (Nielsen, 1994).

Menurut Nielsen dan Molich (1990), secara umum *Heuristic Evaluation* memiliki 3 keunggulan yaitu mudah dalam proses evaluasi, proses evaluasi cepat, dan biaya atau *cost* yang dikeluarkan murah. Menurut Nielsen (1995) terdapat 10 kriteria di dalam *Heuristic Evaluation* yang sudah diakui secara umum yang masih berlaku dan valid, yaitu dapat dilihat di tabel 2.2 berikut.

Tabel 2.2 Heuristic Evaluation Menurut Nielsen (1995)

NO	Indikator	Pengertian
1	<i>Visibility of system status</i>	<i>Sistem harus selalu memberikan informasi kepada pengguna tentang apa yang terjadi, melalui respon yang baik dalam waktu yang wajar.</i>
2	<i>Match between system and the real world</i>	<i>sistem harus berbicara dengan bahasa pengguna, dengan kata – kata, frase, dan konsep yang familiar dengan pengguna daripada menggunakan istilah – istilah sistem.</i>
3	<i>User control and freedom</i>	<i>pengguna sering memilih fungsi yang salah secara tidak sengaja dan akan membutuhkan opsi “emergency exit” untuk meninggalkan keadaan yang tidak diinginkan tanpa harus melalui dialog yang panjang.</i>
4	<i>Consistency and standards</i>	<i>pengguna tidak harus berpikir apakah kata, situasi, dan aksi yang berbeda ternyata memiliki arti yang sama. Standarisasi sangat berhubungan dengan tingkat pemahaman user dalam melakukan kegiatannya.</i>
5	<i>Error prevention</i>	<i>Sistem didesain sehingga memecah pengguna melakukan kesalahan dalam penggunaan sistem. Bisa dilakukan dengan menggunakan pilihan konfirmasi.</i>
6	<i>Recognition rather than recall</i>	<i>membuat objek, aksi, dan pilihan yang ada harus visible (jelas). Pilihan, inputan ataupun aksi yang jelas akan sangat mempermudah user dalam menggunakan sistem.</i>
7	<i>Flexibility and efficiency of use</i>	<i>Permudah pengguna untuk melakukan kegiatannya dengan lebih cepat. Fleksibilitas dan efisiensi adalah hal yang sangat diutamakan dalam dunia IT saat ini.</i>
8	<i>Aesthetic and minimalist design</i>	<i>Dialog seharusnya tidak mengandung informasi yang tidak relevan atau tidak terlalu diperlukan. Pengguna sistem yang powerful dengan tanpa mengesampingkan faktor estetika serta simplisitas desain adalah standar baru dalam dunia software.</i>
9	<i>Help users recognize, diagnose, and recover from errors</i>	<i>Pesan kesalahan harus dijelaskan dalam bahasa yang jelas, menjelaskan masalah, dan memberikan solusi. Hal ini kembali berkaitan dengan pemahaman user terhadap kebutuhan sistem.</i>
10	<i>Help and documentation</i>	<i>Sistem menyediakan bantuan dan dokumentasi yang berisi informasi tentang penggunaan sistem. Help juga sangat dibutuhkan untuk memberikan pengetahuan mengenai cara manual penggunaan dan dokumentasi sistem.</i>

2.2.4 Sample

Sampel merupakan sebagian populasi yang diambil dari beberapa objek yang dapat mewakili populasi sebagai sumber data. Sugiyono (2006) menyatakan bahwa “sampel adalah bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi tersebut”. Sampel yang baik adalah sampel yang representatif artinya sampel tersebut dapat mewakili populasi. Dalam penelitian ini peneliti menggunakan rumus *Slovin* untuk menentukan jumlah sampel, yaitu:

$$n = \frac{N}{1+Ne^2} \dots\dots\dots (2.1)$$

Keterangan :

n = Ukuran sampel

N = Ukuran populasi

e = Persen kelonggaran ketidak telitian karena kesalahan-kesalahan pengambilan sampel yang masih dapat ditolerir atau diinginkan 10%.

2.2.5. Instrumen Penelitian

Instrumen penelitian yang digunakan pada penelitian ini adalah kuesioner, kuesioner yang digunakan dalam penelitian ini adalah kuesioner dengan model Skala *Likert*. Seperti yang telah dikemukakan oleh Sugiyono (2011) Skala *Likert* digunakan untuk mengungkap sikap, pendapat, dan persepsi seseorang atau sekelompok orang tentang fenomena sosial.

Dalam Skala *Likert*, variabel yang akan diukur dijabarkan menjadi indikator variabel. Kemudian indikaor tersebut dijadikan sebagai titik tolak untuk

menyusun item-item instrumen yang dapat berupa pernyataan atau pertanyaan. Jawaban setiap item instrumen yang menggunakan Skala *Likert* mempunyai gradasi dari sangat positif sampai dengan negatif. Untuk mengukur variabel diatas digunakan Skala *Likert* sebanyak lima tingkat sebagai berikut:

- a. Sangat Setuju (SS)
- b. Setuju (S)
- c. Ragu-ragu (RR)
- d. Tidak Setuju (TS)
- e. Sangat Tidak Setuju (STS)

Setiap poin jawaban memiliki skor yang berbeda-beda, yaitu: untuk jawaban SS memiliki skor 5, jawaban S memiliki skor 4, jawaban RR memiliki skor 3, jawaban TS memiliki skor 2, dan jawaban STS memiliki skor 1.

2.2.6 Analisis Data

Analisis data adalah proses mencari dan menyusun secara sistematis data yang diperoleh dari hasil wawancara, catatan lapangan, dan bahan-bahan lain sehingga dapat mudah dipahami, dan temuannya dapat di informasikan kepada orang lain.

Rumus yang digunakan menggunakan teknik persentase menurut Azwar (2000) yaitu sebagai berikut:

$$P = \frac{F}{N} \times 100\% \dots\dots\dots(2.2)$$

Keterangan :

P = Hasil persentase

F = Frekuensi hasil jawaban

N = Jumlah responden

Dalam rumus statistik terhadap perhitungan rata-rata yaitu sebagai berikut:

$$\bar{x} = \frac{x_1 + x_2 + \dots + x_n}{n} \dots\dots\dots(2.3)$$

Keterangan :

\bar{x} = rata-rata hitung

x_i = nilai sampel ke-i

n = jumlah sampel

Penafsiran data terhadap hasil perhitungan jawaban pada angket menurut Krisnayani (2016), yakni :

Tabel 2.2 Kategori Nilai Persentase

No	Persentase Batas Interval	Kategori Penilaian
1	0 – 20 %	Sangat rendah
2	21 – 40 %	Rendah
3	41 – 60 %	Sedang
4	61 – 80 %	Tinggi
5	81 – 100 %	Sangat Tinggi

Tabel 2.2 diatas adalah penafsiran yang di kemukakan oleh Krisnayani dibagi dalam 5 kategori dari sangat rendah, rendah, sedang, tinggi dan sangat tinggi. Persentase adalah cara untuk mengekspresikan sebuah angka sebagai bagian dari keseluruhan. penyusunan suatu data mulai dari terkecil sampai terbesar yang membagi banyaknya data kedalam beberapa kelas.

2.2.7 Uji Reliabilitas

Ghozali (2018) menyatakan bahwa reliabilitas adalah alat untuk mengukur suatu kuesioner yang merupakan indikator dari peubah atau konstruk. Suatu kuesioner dikatakan reliabel atau handal jika jawaban seseorang terhadap pernyataan adalah konsisten atau stabil dari waktu ke waktu. Reliabilitas suatu test merujuk pada derajat stabilitas, konsistensi, daya prediksi, dan akurasi. Pengukuran yang memiliki reliabilitas yang tinggi adalah pengukuran yang dapat menghasilkan data yang reliabel.

Pengukuran reliabilitas dilakukan dengan cara *one shot* atau pengukuran sekali saja kemudian hasilnya dibandingkan dengan pertanyaan lain atau mengukur korelasi antar jawaban pertanyaan. SPSS memberikan fasilitas untuk mengukur reliabilitas dengan uji statistik *Cronbach Alpha* (α) (Ghozali, 2018). Suatu konstruk atau variabel dikatakan reliabel jika memberikan nilai *Cronbach Alpha* $> 0,6$ Ghozali (2018). Rumus yang digunakan untuk menghitung *Cronbach Alpha* yaitu sebagai berikut :

$$r_x = A = \left(\frac{n}{n-1} \right) \left(1 - \frac{\sum \sigma_t^2}{\sigma^2} \right) \dots\dots\dots(2.4)$$

Keterangan:

r_x = reliabilitas yang dicari

n = jumlah item pernyataan

$\sum \sigma t^2$ = jumlah varians skor tiap item

σt^2 = varians total

2.2.8 Uji Validitas

Ghozali (2018) menyatakan bahwa uji validitas digunakan untuk mengukur sah, atau valid tidaknya suatu kuesioner. Suatu kuesioner dikatakan valid jika pertanyaan pada kuesioner mampu untuk mengungkapkan sesuatu yang akan diukur oleh kuesioner tersebut. Jadi validitas ingin mengukur apakah pertanyaan dalam kuisoner yang sudah kita buat dapat betul-betul mengukur apa ya hendak akan diukur.

Suatu tes dapat dikatakan memiliki validitas yang tinggi jika tes tersebut menjalankan fungsi ukurnya, atau memberikan hasil ukur yang tepat dan akurat sesuai dengan maksud dikenakannya tes tersebut. Tes yang memiliki validitas rendah dapat menggunakan rumus korelasi produk momen pearson:

$$r = \frac{\sum xy - \frac{(\sum x)(\sum y)}{n}}{\sqrt{(\sum x^2 - \frac{(\sum x)^2}{n})(\sum y^2 - \frac{(\sum y)^2}{n})}} \dots\dots\dots(2.5)$$

Keterangan:

r = koefisien korelasi pearson

$\sum xy$ = jumlah perkalian x dan y

$\sum x^2$ = jumlah dari kuadrat nilai x

$\sum y^2$ = jumlah dari kuadrat nilai y

$(\sum x)^2$ = jumlah nilai x kemudian dikuadratkan

$(\sum y)^2$ = jumlah nilai y kemudian dikuadratkan

n = jumlah responden

2.2.9 Uji Korelasi

Variabel yang diteliti adalah 100 data rasio maka teknik statistik yang digunakan adalah korelasi *Pearson Product Moment* (Sugiyono,2014:248).

Menurut Sugiyono (2014:248) penentuan koefisien korelasi dengan menggunakan metode analisis korelasi *Pearson Product Moment* dengan menggunakan rumus sebagai berikut:

$$r_{xy} = \frac{n \sum x_i y_i - (\sum x_i)(\sum y_i)}{\sqrt{\{n \sum x_i^2 - (\sum x_i)^2\} \{n \sum y_i^2 - (\sum y_i)^2\}}} \dots\dots\dots(2.6)$$

Keterangan:

r = koefisien korelasi *pearson*

x = variabel independen

y = variabel dependen

n = banyak sampel

Sebagai bahan penafsiran terhadap koefisien korelasi yang ditemukan besar atau kecil, maka dapat berpedoman pada ketentuan berikut (Sugiyono,2014).

Tabel 2.3 Pedoman Menginterpretasikan Koefisien Korelasi

Interval Korelasi	Tingkat Hubungan
0,00 – 0,199	Sangat rendah
0,20 – 0,399	Rendah
0,40 – 0,599	Sedang
0,60 – 0,799	Kuat
0,80 – 1,000	Sangat Kuat

Adapun hipotesis yang diperlukan untuk mengetahui hubungan antar variabel, seperti pada tabel 2.4 berikut.

Tabel 2.4 Hipotesis Korelasi

Hipotesis	Ketentuan	Keterangan
H_0	Ho ditolak jika sig kurang dari 0,05	Tidak ada hubungan
H_a	Ha ditolak jika sig lebih dari 0,05	Ada hubungan