

BAB II

TINJAUAN PUSTAKA

2.1 Penelitian Terkait

Penelitian terkait adalah usaha peneliti untuk mencari perbandingan, dimana peneliti mencantumkan berbagai hasil penelitian sebelumnya yang relevan dengan penelitian yang akan dilakukan serta membuat ringkasannya untuk membantu dalam proses penelitian tersebut.

Penelitian yang dilakukan Cliffadika Aqshal Winata Purba[2] melakukan penelitian “Kualitas Layanan Fintech Dompot Digital Terhadap Kepuasan Pelanggan Menggunakan Model Kano Selama Covid-19 Tahun 2022(Studi Kasus Pada Fintech Dompot Digital ShopeePay Dan GoPay Di Kota Bandung). Kepuasan pelanggan berdasarkan kebutuhan dan keinginan dengan menganalisis fitur kualitas layanan platform, dan selanjutnya digambarkan dengan customer satisfaction mapping. Melalui penelitian ini didapatkan bahwa fitur layanan yang dimiliki dompet digital ShopeePay dan Gopay terdapat ke dalam kategori *one dimensional*, *must be* dan *indifference*. Perusahaan harus memprioritaskan perbaikan pada fitur yang terdapat pada kuadran *one dimensional* serta meningkatkan fitur yang memiliki tingkat koefisien kepuasan pengguna yang tinggi, sehingga nantinya dapat dilakukan penyempurnaan pada fitur yang ditawarkan dan memastikan kepuasan layanan yang ditawarkan dan menang dalam persaingan peluang yang besar ini.

Penelitian yang dilakukan M Iqbal Mustofa[3] melakukan penelitian “Evaluasi Kepuasan Pengguna Website dengan Kano Model”. Hasil analisis menggunakan Model Kano menunjukkan bahwa atribut-atribut layanan *website* terbagi ke dalam beberapa kategori, yaitu *Attractive* (A), *One Dimensional* (O), *Must Be* (M), dan *Indifferent* (I). Atribut yang termasuk dalam kategori *Attractive* (A) merupakan atribut yang dapat meningkatkan kepuasan pengguna secara signifikan apabila tersedia, namun tidak menimbulkan ketidakpuasan jika tidak ada. Atribut dalam kategori *One Dimensional* (O) memiliki hubungan linier dengan kepuasan pengguna, artinya semakin baik kinerjanya maka semakin tinggi pula tingkat kepuasan pengguna. Atribut kategori *Must Be* (M) merupakan atribut dasar yang wajib ada, karena jika tidak tersedia akan menimbulkan ketidakpuasan yang tinggi, meskipun jika tersedia tidak secara signifikan meningkatkan kepuasan. Sedangkan atribut *Indifferent* (I) adalah atribut yang keberadaannya tidak terlalu memengaruhi tingkat kepuasan maupun ketidakpuasan pengguna.

Penelitian berikutnya adalah penelitian yang dilakukan oleh Rakhmat Safri[4] dengan judul “Analisis Kepuasan Pengguna E-Learning Di Perguruan Tinggi Menggunakan Model Kano)”. Hasil analisis Model Kano menunjukkan bahwa dari 29 atribut yang diuji, terdapat 7 atribut yang tergolong memuaskan pengguna dan 14 atribut yang tergolong menyebabkan ketidakpuasan pengguna. Atribut yang paling berpengaruh terhadap kepuasan pengguna adalah atribut yang masuk dalam kategori *One Dimensional*, karena atribut ini memiliki hubungan linier dengan kepuasan, dimana semakin baik kinerjanya maka semakin tinggi tingkat kepuasan pengguna. Beberapa atribut yang termasuk kategori *one dimensional* dan memiliki pengaruh

besar antara lain berasal dari dimensi infrastruktur, interaktivitas, dan *user interface*. Selain itu, atribut yang masuk dalam kategori *Must Be* harus tetap dipertahankan karena merupakan kebutuhan dasar pengguna, sedangkan atribut yang masuk dalam kategori *Indifferent* dan *Reverse* dinilai kurang memberikan kontribusi signifikan terhadap kepuasan. Secara keseluruhan, hasil penelitian merekomendasikan agar pihak pengelola sistem *e-learning* memprioritaskan perbaikan pada atribut yang tergolong ketidakpuasan, khususnya pada kategori *One Dimensional* dan *Must Be*, untuk meningkatkan tingkat kepuasan pengguna secara menyeluruh.

Penelitian berikutnya yaitu penelitian yang dilakukan oleh Bob Simon S dan Fergie Joand[5] dengan judul “Analisis *Service Quality* pada aplikasi DANA berdasarkan sudut pandang pelanggan di daerah Bandung Barat Menggunakan Metode *Serqual* dan Model Kano”. Penelitian ini bertujuan untuk mencari tahu tingkat kepuasan pelanggan DANA terhadap kualitas layanan yang diberikan oleh aplikasi DANA serta mencari tahu atribut yang mempengaruhi kepuasan pelanggan. Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah Metode *Servqual* dan Model Kano dimana metode *Servqual* akan mengukur kualitas layanan berdasarkan harapan dan persepsi pelanggan tentang layanan yang mereka terima, lalu Model Kano menyelidiki ada atau tidak adanya atribut dapat mengubah tingkat kepuasan pelanggan. Hasil analisis menggunakan metode *Servqual* menunjukkan bahwa terdapat gap negatif antara persepsi dan harapan pelanggan terhadap kualitas layanan DANA khususnya pada dimensi *responsiveness* (daya tanggap) dengan nilai gap rata-rata yaitu -0,89. Hasil analisis menggunakan model Kano menunjukkan bahwa terdapat 10 atribut yang

mempengaruhi tingkat kepuasan pelanggan DANA dan 6 atribut diantaranya akan meningkatkan kepuasan pelanggan.

Penelitian yang dilakukan oleh Rahmawita[6] melakukan penelitian “Analisis Kepuasan Mahasiswa Dengan Metode EUCS Dalam Penggunaan Siasy Fakultas Tarbiyah Dan Keguruan”. Penelitian ini dilakukan terhadap 99 responden mahasiswa dengan metode kuantitatif dan analisis data menggunakan PLS-SEM melalui aplikasi SmartPLS 3.0. Hasil penelitian menunjukkan bahwa tiga dari lima variabel, yaitu *Content*, *Ease of Use*, dan *Timeliness*, terbukti berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pengguna sistem Siasy. Sementara itu, dua variabel lainnya, yaitu *Accuracy* dan *Format*, tidak berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pengguna.

2.2 Landasan Teori

Landasan teori adalah penulisan dalam mengkaji ilmu pengetahuan berdasarkan teori-teori yang ada

2.2.1 Analisis

Analisis merupakan suatu kegiatan berfikir untuk menguraikan atau memecahkan suatu permasalahan dari unit menjadi unit terkecil[7]. Analisis merupakan proses atau sebuah kegiatan saat mengevaluasi atau mengidentifikasi berbagai macam masalah yang akan dihadapi sebuah sistem dari suatu sistem informasi yang utuh dan telah dibagi kedalam berbagai komponennya, sehingga masalah yang akan datang dapat diperbaiki. Kata analisis berasal dari kata Bahasa Inggris yaitu “*analysis*”.

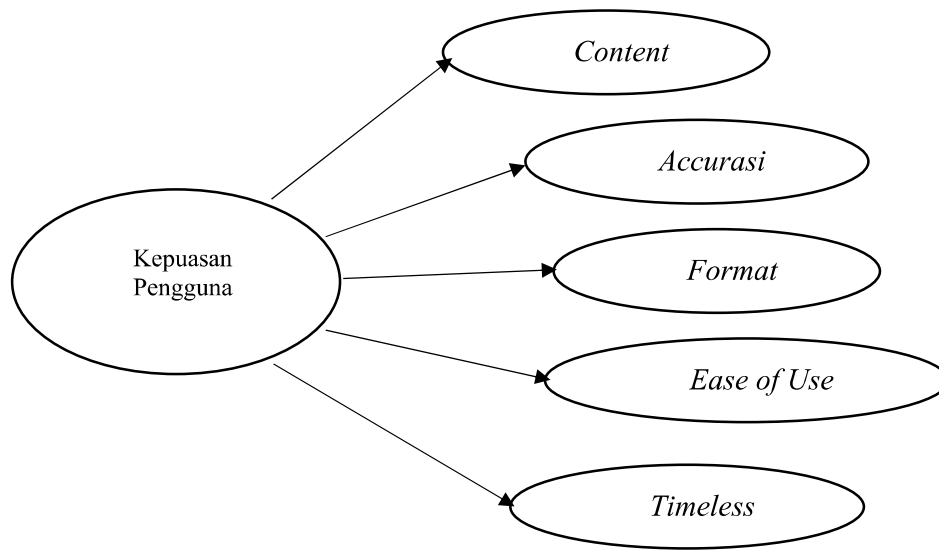
2.2.2 Website

Website didefinisikan sebagai kumpulan halaman yang menampilkan informasi berupa teks, gambar, animasi, suara, video, maupun gabungan dari semuanya[8]. *Website* adalah kumpulan dari halaman-halaman situs, yang biasanya terangkum dalam sebuah domain atau subdomain, yang tempatnya berada di dalam *World Wide Web* (WWW) di Internet. Sebuah halaman web adalah dokumen yang ditulis dalam format HTML (*Hyper Text Markup Language*), yang hampir selalu bisa diakses melalui HTTP, yaitu protokol yang menyampaikan informasi dari *server website* untuk ditampilkan kepada para pemakai melalui *web browser*. Semua publikasi dari *website-website* tersebut dapat membentuk sebuah jaringan informasi yang sangat besar.[9]

2.2.3 End User Computing Satisfaction (EUCS)

End User Computing Satisfaction (EUCS) adalah pendekatan untuk menilai sejauh mana sistem informasi memenuhi harapan pengguna akhir dengan membandingkan antara ekspektasi pengguna dan kenyataan yang mereka alami selama penggunaan sistem. Menurut Nurhalizah[10] *End User Computing Satisfaction* (EUCS) adalah metode untuk mengukur tingkat kepuasan dari pengguna suatu sistem informasi dengan membandingkan antara harapan dan kenyataan.

Metode ini telah banyak di uji coba oleh peneliti lain untuk menguji realibilitasnya dan hasilnya menunjukkan tidak ada perbedaan yang signifikan walaupun instrument ini telah di terjemahkan dalam bahasa yang berbeda-beda. Evaluasi menggunakan metode ini lebih menekankan pada kepuasan pengguna akhir terhadap aspek teknologi, dengan menilai lima variabel yaitu *content, accuracy, ease of use, format, timeliness*.



Gambar 2. 1 Model EUCS

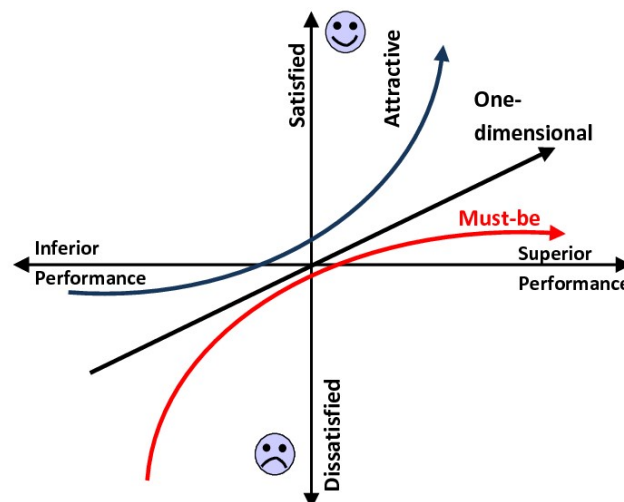
Dimensi EUCS[11] adalah sebagai berikut :

1. Dimensi konten atau isi(*content*) mengukur user satisfaction (kepuasan pengguna) berdasarkan konten sistem. Isi sistem biasanya terdiri dari fungsi dan modul yang dapat digunakan pengguna sistem tersebut, serta informasi yang didapatkan oleh sistem..
2. Dimensi akurasi (*accuracy*) mengukur kepuasan pengguna dari sisi keakuratan data ketika sistem menerima masukan dan mengolahnya menjadi informasi, dimensi akurasi (akurasi) mengukur kepuasan pengguna berdasarkan keakuratan data. Dimensi format atau bentuk mengukur kepuasan pengguna dari sisi tampilan program aplikasi itu sendiri.
3. Dimensi tampilan (*Format*) mengukur kepuasan pengguna dari tampilan dan estetika antarmuka sistem, format laporan atau informasi yang dihasilkan oleh sistem.

4. Dimensi kemudahan dalam penggunaan (*ease of use*) mengukur kepuasan pengguna sesuai dengan kegunaan atau keramahan pengguna saat menggunakan sistem, seperti proses penginputan data, pemrosesan data, dan pencarian informasi yang diperlukan.
5. Dimensi Ketepatan Waktu (*Timeliness*) mengukur kepuasan pengguna sesuai dengan ketepatan waktu sistem dalam menampilkan atau menyediakan data dan informasi yang dibutuhkan pengguna

2.2.4 Model Kano

Metode Kano adalah metode yang dikembangkan oleh Noriaki Kano, yang bertujuan untuk mengategorikan atribut-atribut dari produk atau jasa berdasarkan seberapa baik atribut tersebut mampu memuaskan kebutuhan pelanggan[12]. Metode ini tidak hanya menilai apakah suatu fitur disukai atau tidak, tapi juga sejauh mana fitur tersebut berkontribusi terhadap kepuasan atau ketidakpuasan pengguna. Metode Kano adalah pendekatan yang digunakan untuk mengklasifikasikan atribut produk atau layanan berdasarkan dampaknya terhadap kepuasan pelanggan.



Gambar 2. 2 Diagram Model Kano

Model Kano pada Gambar 2.2 mengelompokkan berbagai faktor kualitas dari suatu produk atau layanan ke dalam beberapa kategori, yang dapat diklasifikasikan berdasarkan aspek objektif maupun subjektif, antara lain:

1. *Must-be*

Kategori ini mencakup elemen-elemen yang wajib ada. Jika tidak terpenuhi, hal tersebut akan menimbulkan ketidakpuasan pada pengguna. Namun, jika dipenuhi, tingkat kepuasan pengguna tidak akan meningkat secara signifikan karena dianggap sebagai hal yang sudah semestinya ada.

2. *One-dimensional*

Kategori ini menunjukkan bahwa tingkat kepuasan pengguna sebanding dengan performa atribut yang diberikan. Semakin baik kinerja suatu fitur atau atribut, maka semakin tinggi pula kepuasan yang dirasakan oleh pengguna.

3. *Attractive*

Atribut dalam kategori ini tidak akan menimbulkan ketidakpuasan jika tidak tersedia. Namun, jika atribut ini ditambahkan, maka dapat memberikan dampak positif yang besar terhadap kepuasan pengguna karena sifatnya yang menyenangkan dan tidak terduga.

Setiap atribut dalam kuesioner dianalisis menggunakan model Kano melalui tabel evaluasi khusus. Dalam model ini, setiap atribut disajikan dalam dua bentuk pernyataan, yaitu pernyataan positif dan pernyataan negatif, yang merupakan komponen dari kuesioner Kano. Untuk menentukan kategori dari masing-masing atribut, dilakukan klasifikasi berdasarkan frekuensi jawaban pada tiap dimensi Kano. Dimensi dengan jumlah frekuensi tertinggi akan digunakan untuk

menetapkan kategori akhir dari atribut tersebut.

Dalam menganalisis data menggunakan kano terlebih dahulu harus mengklasifikasikan atribut dengan tahapan sebagai berikut yaitu:

1. Menentukan kategori atribut tiap responden berdasarkan tabel evaluasi.

Tabel 2. 1 Evaluasi Kano

Customer Reequiptment		Disfungsional				
		1.Like	2.Must-Like	3.neutral	4.Live With	5.Dislike
Fungsional	1. Like	Q	A	A	A	O
	2. Must-Like	R	I	I	I	M
	3. Neutral	R	I	I	I	M
	4. Live With	R	I	I	I	M
	5. Dislike	R	I	I	I	Q

Dengan ketentuan sebagai berikut :

A : *Attractive*

O : *One-Dimensional*

M : *Must be*

I : *Indifferent*

R : *Reverse*

Q : *Questionable*

Berikut adalah cara Bagaimana memproses jawaban fungsional dan disfungsional responden kedalam tabel evaluasi kano:

Questionnaire

Customer Requirement Functional Form	1. I like it that way 2. I must be that way 3. I am neutral 4. I can live with it that way 5. I dislike it that way
Customer Requirement Dysfunctional Form	1. I like it that way 2. I must be that way 3. I am neutral 4. I can live with it that way 5. I dislike it that way

Kano Evaluation Table

Customer Requirements		Dysfunctional (negative question)				
		1. Like	2. Must be	3. Neutral	4. Live with	5. Dislike
Functional (positive question)	1. Like it					0
	2. Must be					
	3. Neutral					
	4. Can live with it					
	5. Dislike it					

Tabulations of surveys

CR	A	M	O	R	Q	I	TOTAL	GRADE
1			1					
2								
3								
...								

Gambar 2. 3 Evaluasi Kano

2. Menentukan kategori kano untuk setiap atribut dengan menggunakan Blauth's formula.
 - a. Jika $(one-dimensional + attractive + must-be) > (indifferent + reverse + questionable)$, maka *grade* diperoleh dari ujung yang paling maksimum dari $(one-dimensional, attractive + must-be)$.
 - b. Jika $(one-dimensional + attractive + must-be) < (indifferent + reverse + questionable)$, maka *grade* diperoleh dari ujung yang paling maksimum dari $(indifferent, reverse, questionable)$.
 - c. Jika $(one-dimensional + attractive + must-be) = (indifferent + reverse + questionable)$, maka *grade* diperoleh dari nilai yang paling maksimum di antara $(one-dimensional, attractive, must-be, indifferent, reverse, questionable)$. Pada

dasarnya model kano terdiri dari tiga kategori yaitu *attractive*, *one-dimensional*, dan *must-be*. Akan tetapi dalam respon konsumen selalu ada dan muncul kategori *indifferent*, *reverse*, dan *questionable*.

3. Menghitung tingkat kepuasan dan ketidakpuasan dari hasil perhitungan jumlah kategori-kategori tiap atribut diperoleh, maka dapat dihitung koefisien kepuasan ketidakpuasan konsumen dengan rumus *Better Worse*:

- a. Tingkat kepuasan

$$Better = \frac{A+O}{A+O+M+I} \quad (2.1)$$

Koefisien tingkat kepuasan berkisar antara 0 sampai dengan 1, semakin dekat dengan nilai 1 maka semakin mempengaruhi kepuasan konsumen, sebaliknya jika nilai mendekati ke 0 maka dikatakan tidak begitu mempengaruhi kepuasan konsumen.

- b. Tingkat ketidakpuasan

$$Worse = \frac{A+O}{(A+O+M+I)(-1)} \quad (2.2)$$

Jika nilai semakin mendekati angka -1 maka pengaruh terhadap kekecewaan konsumen semakin kuat, sebaliknya jika nilainya 0 maka tidak mempengaruhi kekecewaan konsumen.

2.2.5 Populasi dan Sampel

A. Populasi

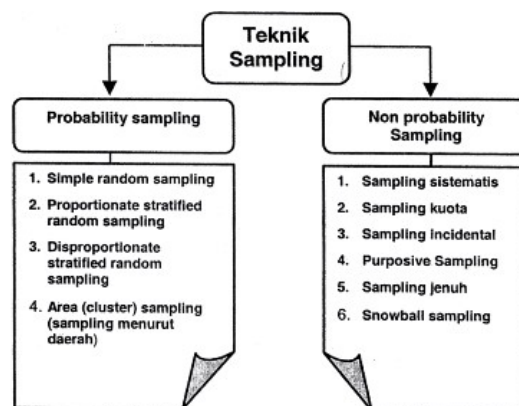
Populasi[13] adalah generalisasi yang terdiri atas objek/ subjek yang mempunyai kuantitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya. Sedangkan populasi adalah keseluruhan subjek penelitian. Populasi dapat disebut seluruh populasi atau objek yang akan diteliti.

B. Sampel

Sampel adalah bagian dari populasi yang menggambarkan kondisi populasi. Sampel merupakan bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki populasi tersebut. Dengan demikian sampel merupakan sebagian dari populasi yang karakteristiknya hendak diselidiki, dan boleh mewakili keseluruhan populasi sehingga jumlahnya lebih sedikit dari populasi.

2.2.6 Teknik Sampling

Teknik pengambilan sampel atau biasa disebut sampling adalah proses menyeleksi jumlah elemen dari populasi yang diteliti untuk dijadikan sampel. Teknik sampling adalah metode sistematis untuk memilih sebagian individu atau unit dari populasi target sebagai representasi yang valid untuk dianalisis. Tujuannya adalah memperoleh data yang dapat digeneralisasi tanpa harus meneliti seluruh populasi, karena keterbatasan waktu, biaya, dan sumber daya[14]. Pengambilan Teknik sampling dapat dibagi menjadi 2 jenis teknis yaitu pengambilan sampel *Probability sampling* dan *Nonprobability sampling*



Gambar 2. 4 Teknik Sampling

1. ***Probability Sampling***

Probability sampling[15] berarti bahwa setiap item dalam populasi memiliki kesempatan yang sama untuk dimasukkan dalam sampel. Salah satu cara untuk melakukan pengambilan sampel acak adalah jika peneliti terlebih dahulu membuat kerangka sampel dan kemudian menggunakan program komputer generasi acak untuk mengambil sampel dari kerangka sampel.

a. *Simple Random Sampling*

Simple random sampling adalah teknik pengambilan sampel di mana setiap anggota populasi memiliki peluang yang sama untuk terpilih.

b. *Proportionate Stratified Random Sampling*

Proportionate Stratified Random Sampling biasa digunakan pada populasi yang mempunyai susunan bertingkat berlapis-lapis.

c. *Disproportionate Stratified Random Sampling*

Disproportionate Stratified Random Sampling digunakan untuk menentukan jumlah sampel bila populasinya berstrata tetapi kurang proporsional.

d. *Cluster Sampling*

Cluster Sampling (Area Sampling) juga cluster random sampling. Teknik pengampilan sampel ini digunakan bilamana populasi tidak terdiri dari individu-individu melainkan terdiri dari kelompok-kelompok individu atau *cluster*

2. ***Nonprobability Sampling***

Non Probability Sampling adalah teknik yang tidak memberikan peluang yang sama terhadap anggota populasi untuk di pilih menjadi sampel.

a. *Sampling sistematis*

Systematic Sampling merupakan teknik penentuan sampel berdasarkan urutan dari anggota populasi yang telah diberi nomor urut.

b. *Quota Sampling*

Teknik ini mempertimbangkan populasi, tetapi dapat dibagi menjadi beberapa kelompok. Sampel di peroleh dengan menetapkan kuota atau kuorum tertentu ke kelompok.

c. *Sampling incidental*

Teknik pengambilan sampel ini didasarkan pada kebetulan. Dengan peneliti dapat digunakan sebagai sampel jika orang yang kebetulan ditemuinya cocok sebagai sumber data.

d. *Purposive sampling*

Purpose Sampling adalah teknik penentuan sampel dengan pertimbangan tertentu. Pemilihan kelompok subjek didasarkan pada ciri-ciri tertentu yang dipandang mempunyai sangkut paut yang erat dengan ciri-ciri populasi yang sudah di ketahui sebelumnya.

e. *Sampling jenuh*

Sampling Jenuh adalah teknik penentuan sampel bila semua anggota populasi digunakan sebagai sampel. Hal ini sering dilakukan bila jumlah populasinya relative kecil.

f. *Snowball sampling*

Snowball Sampling adalah teknik pengambilan sampel yang awal mula jumlahnya kecil, kemudian sampel ini disuruh memilih teman-temannya untuk dijadikan sampel.

Menurut Sugiyono, ukuran sampel dapat ditentukan berdasarkan beberapa metode tergantung pada jenis penelitian yang dilakukan dan populasi yang diteliti. Rumus Lemeshow menentukan ukuran sampel saat populasi belum pasti, memastikan sampel representatif agar hasil penelitian akurat dan dapat digeneralisasikan dan rumus lemeshow digunakan untuk menentukan sampel ketika populasi tidak diketahui atau berubah-ubah.

$$n = \frac{Z^2 X P X (1-P)}{d^2} \quad (2.3)$$

Dimana:

n = ukuran sampel yang dibutuhkan

Z = nilai Z dari distribusi normal yang sesuai dengan tingkat kepercayaan yang diinginkan (misalnya, Z = 1.96 untuk tingkat kepercayaan 95%)

p = proporsi yang diharapkan dalam populasi (sering kali diambil 0.5 jika tidak diketahui)

d = *margin of error* (kesalahan yang dapat diterima, misalnya 0.05 untuk 5%)

Margin of error mengacu pada komponen statistic yang menunjukkan potensi kesalahan dalam pengambilan sampel *survey*. Margin ini menunjukkan seberapa dekat data yang diperoleh dari sampel mencerminkan data populasi sebenarnya. *Margin of error* yang lebih besar menunjukkan bahwa sampel tersebut lebih akurat

mewakili populasi sebenarnya. *Margin of error* menunjukkan Tingkat ketidakpastian yang terkait dengan hasil sampel dapat menyimpang dari nilai sebenarnya dalam populasi.

Berikut adalah beberapa tingkatan *Margin of error* yang umum digunakan:

- a. 10% (0.10): Digunakan dalam penelitian eksploratif atau *survey* awal tujuan mendapatkan gambaran umum.
- b. 5% (0.05): Tingkatan yang paling umum digunakan dalam sosial, Pendidikan dan Bisnis. Ini memberikan keseimbangan antara ukuran sampel dan Tingkat akurasi yang diinginkan.
- c. 1% (0.01): Digunakan dalam penelitian yang membutuhkan Tingkat akurasi sangat tinggi, seperti dalam penelitian medis atau ilmiah.

2.2.7 Uji Validasitas dan Reliabilitas

A. Uji Validitas

Uji validitas merupakan suatu proses atau kegiatan yang di lakukan untuk mengukur kuesioner apakah valid atau tidak. Sebuah pertanyaan pada kuesioner apabila dapat mengungkapkan sesuatu yang akan diukur oleh kuesioner terkait maka kuesioner tersebut dapat dikatakan valid[16]. Tujuan dari melakukan uji validitas yaitu untuk mengetahui Tingkat keakuratan serta kebenaran kuesioner yang telah dibuat oleh peneliti sebagai instrument penelitian dalam hal ini mengukur tingkat kepuasan pengguna *Website*. Rumus berikut ini merupakan rumus yang dapat digunakan untuk melakukan uji validasi dengan Teknik *pearson product moment* (2.4).

$$r = \frac{n \sum XY - (\sum X)(\sum Y)}{\sqrt{\{n \sum X^2 - (\sum X)^2\} \{n \sum Y^2 - (\sum Y)^2\}}} \quad (2.4)$$

Keterangan :

r : Koefisien Validasi

n : Jumlah responden

X : Nilai Pembanding

Y : Nilai satu instrument yang akan dicari validitasnya

Penentuan tingkat signifikansi menggunakan rumus sebagai berikut seperti pada rumus

(2.5) :

$$Df = N - 2 \quad (2.5)$$

Keterangan :

Df : Tingkat signifikansi

N : Banyaknya sampel

Uji signifikansi untuk melihat valid tidaknya data dapat dilakukan dengan membandingkan nilai r *hitung* dengan t *tabel* untuk *degree of freedom* (df) = $n-1$, dalam hal ini n adalah jumlah banyak sampel jika t *dihitung* lebih besar dari t *tabel*, maka instrumen kuesioner dinyatakan valid. Pengujian validitas item (instrument pengumpulan data), berlandaskan pada beberapa ketentuan, yaitu:

1. Membandingkan nilai signifikansi korelasi satu item dengan item total, dengan aturan bila nilai signifikansi $< 0,05$ maka item valid, tetapi nilai signifikansi $> 0,05$ maka item tidak valid.
2. Membandingkan nilai r *hitung* (nilai *pearson correlation*) dengan nilai r *tabel*. Nilai r *tabel* ini dicari menggunakan Tingkat signifikansi 0,05 dengan uji 2 sisi dan melihat N (jumlah subjek) dikurangi 2 (df=N-2). Bila r *hitung* (nilai *pearson*

correlation) > *r tabel*, maka item valid. Sebaliknya bila *r hitung* (nilai *pearson correlation*) > *r tabel*, maka item tidak valid.

B. Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas adalah sebuah uji yang digunakan untuk mengetahui apakah suatu kuesioner yang digunakan dalam pengumpulan data penelitian sudah dapat dikatakan reliabel atau tidak. Uji reliabilitas dilakukan dengan pengujian *statistic Cronbach alpha*, dengan ketentuan variabel yang dikatakan reliabel adalah nilai *Cronbach alpha* diatas 0,6[17]. Uji reliabilitas dalam penelitian ini menggunakan rumus *Cronbach Alpha* (α) untuk mengukur konsistensi internal antar item instrumen. Rumus *Cronbach Alpha* (α) ini dinyatakan seperti pada rumus (2.6):

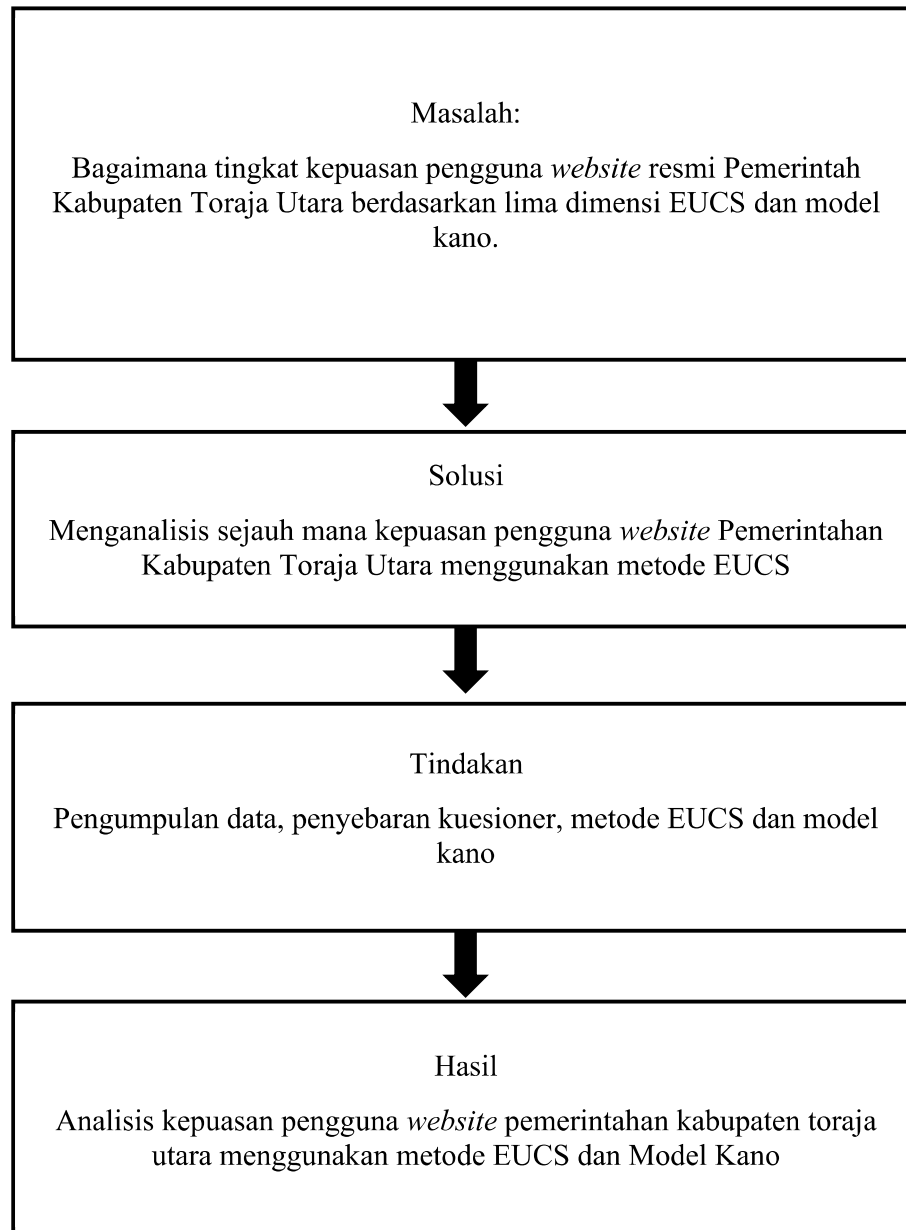
$$r = \left(\frac{k}{k-1} \right) \left(1 - \frac{\sum \sigma_b^2}{\sigma_t^2} \right) \quad (2.6)$$

Keterangan :

- r : Reabilitas Instrumen
- k : Jumlah Butir Pertanyaan
- $\sum \sigma_b^2$: Jumlah Variasi Butir
- σ_t^2 : Variasi Total

2.3 Kerangka Pikir

Kerangka pikir pada penelitian ini dapat dilihat pada Gambar 2.5 berikut ini



Gambar 2. 5 Kerangka Pikir