

BAB III

METODE PENELITIAN

A. Desain Penelitian

Desain penelitian pada skripsi ini akan dilakukan dengan menggunakan metode penelitian lapangan (*field reseach*), yaitu penelitian yang mengambil data dari lapangan dengan cara menyebarkan Kuesioner dan wawancara. Dalam hal ini, objek penelitian adalah pelanggan Gerai Pro You yang dianggap sebagai pelanggan yang loyal yaitu pelanggan yang telah membeli produk berulang lebih dari dua kali.

Jenis penelitian yang akan dilakukan dalam penelitian ini adalah deskriptif kuantitatif yaitu penelitian yang akan memberikan gambaran atas suatu gejala (rumidi, 2002). Penelitian ini akan menggambarkan tentang pengaruh customer intimacy dan aksesibilitas terhadap loyalitas pelanggan dalam membeli produk pada gerai pro you dan kemudian diformulasikan dan dianalisis menggunakan teori-teori yang relevan.

B. Lokasi Penelitian

Lokasi dalam penelitian ini akan dilakukan di cabang Gerai Pro You yang beralamat di Jl. Jogokaryan No.35 Mantrijeron, Kota Yogyakarta, Daerah Istimewa Yogyakarta.

C. Waktu Pelaksanaan Penelitian

Waktu penelitian dilakukan pada bulan 25 juni sampai 5 juli dan dilakukan selama seminggu dengan membagikan kuesioner kepada pelanggan pro-you yang memiliki kriteria pelanggan yang loyal yaitu telah membeli dari Gerai Pro You lebih dari dua kali.

D. Objek Penelitian

Objek penelitian adalah sesuatu yang penting dalam sebuah penelitian karena menjadi unsur masalah utama dalam sebuah penelitian. Menurut (Sugiono, 2012) objek penelitian adalah sasaran ilmiah untuk mendapatkan data dengan tujuan dan kegunaan tertentu tentang sesuatu hal yang objektif, valid dan reliabel tentang suatu hal (variabel tertentu).

Oleh karena itu objek dalam penelitian ini adalah pelanggan yang loyal dalam membeli barang di Gerai Pro You.

E. Populasi dan Sampel

1. Populasi

Populasi menurut (Sugiono, 2012) adalah wilayah generalisasi yang terdiri dari obyek/subyek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya.

Populasi untuk penelitian ini yaitu semua pelanggan gerai pro you yang pernah membeli produk lebih dari dua kali di gerai pro you cabang Jogokaryan yang memiliki faktor loyal. Pengambilan data akan dilakukan dengan menyebarkan kuesioner kepada pelanggan pro you yang telah membeli lebih dari dua kali. Karena pelanggan pro you terlalu banyak sehingga tidak dapat di ketahui berapa jumlah pastinya maka tidak memungkinkan untuk menyebarkan angket/kuesioner kepada semua pelanggan dengan alasan waktu, biaya dan lain sebagainya maka penelitian ini akan menggunakan sampel dalam menyebarkan kuesioner.

2. Sampel

Menurut (Sugiono, 2012) sampel adalah bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi. Dari definisi tersebut sampel pada penelitian ini akan diambil dari jumlah populasi yaitu pelanggan gerai pro you yang memiliki faktor loyal. Metode pengambilan sampel yang digunakan dalam penelitian ini adalah *purposive sampling*, yaitu pengambilan sampel yang berdasarkan pada ciri-ciri atau sifat-sifat tertentu yang diperkirakan mempunyai sangkut paut erat dengan ciri-ciri atau sifat-sifat yang ada dalam populasi yang sudah diketahui sebelumnya. Sehingga, ciri-ciri atau sifat-sifat spesifik yang ada atau dilihat dalam populasi dijadikan kunci untuk pengambilan sampel (Sugiyono, 2000).

Sampel dalam penelitian ini adalah pelanggan pro you yang sudah dikategorikan kedalam pelanggan yang loyal yaitu telah membeli produk apapun di gerai pro you lebih dari dua kali sebanyak 60 orang responden.

F. Sumber Data

Sumber data dalam penelitian ini dibagi menjadi dua bagian yaitu data primer dan data sekunder.

1. Data primer

Data primer adalah data yang diperoleh atau dikumpulkan langsung di lapangan oleh orang yang melakukan penelitian. Data primer disebut juga data asli atau data baru. Contoh: data kuisisioner, data survei, data observasi, dan sebagainya.

2. Data sekunder

Data sekunder adalah data yang di peroleh atau dikumpulkan oleh orang yang melakukan penelitian dari sumber-sumber yang telah ada. Data ini biasanya diperoleh dari perpustakaan atau laporan-laporan penelitian terdahulu. Contoh: yang sudah tersedia di tempat-tempat tertentu, seperti perpustakaan, BPS, kantor-kantor, dan sebagainya (Nurhayati, 2008).

G. Teknik Pengumpulan Data

Metode pengumpulan data dalam penelitian ini bersumber dari studi kepustakaan (*Library Research*) dan studi lapangan (*Field Research*) mengumpulkan data-data dalam skripsi ini dengan berbagai cara, diantaranya yaitu:

1. Studi kepustakaan (*Library Research*)

Mempelajari beberapa literatur tertulis baik yang bersumber pada buku, jurnal, majalah, artikel, makalah, koran dan internet maupun dari sumber tertulis lainnya yang mengandung informasi berkaitan dengan masalah yang dibahas dalam skripsi ini merupakan salah satu hal penting yang dilakukan oleh peneliti.

2. Studi lapangan (*Field Research*)

Dalam hal ini penulis terjun langsung ke lokasi dengan menggunakan teknik sebagai berikut:

- a. Kuisisioner atau angket, yang mana merupakan daftar pertanyaan yang diberikan kepada orang lain dengan maksud agar orang yang diberi angket tersebut bersedia memberikan respon sesuai dengan

permintaan (Idrus, 2009). Dalam penelitian ini, kuisioner atau angket akan disebarakan kepada pelanggan pro you yang menjadi sasaran penelitian.

- b. Wawancara, teknik pengumpulan data selanjutnya dilakukan dengan cara melakukan wawancara dengan pihak Gerai Pro You untuk mendapatkan informasi dan data yang akurat terkait dengan penelitian yang akan dilakukan.
- c. Dokumentasi, merupakan data yang diperoleh dari sumber-sumber tertentu seperti bahan bacaan, buku, jurnal, dan lain sebagainya.

H. Definisi Operasional Variabel

Dalam penelitian ini variabel yang digunakan meliputi variabel bebas (variabel yang mempengaruhi atau menjadi penyebab bagi variabel lain) dan variabel terikat (variabel yang dipengaruhi atau disebabkan oleh pengaruh variabel lain) (Hasan, 2004). Variabel dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

- a. Variabel Bebas (Independent)
 - 1) Customer Intimacy (X_1)
 - a) Komunikasi
 - b) Perhatian
 - c) Relasi
 - 2) Aksesibilitas (X_2)
 - a) Ukuran Kemudahan
 - b) Transportasi
- b. Variabel Terikat (Dependent)
 - 1) Loyalitas Pelanggan (Y)
 - a) *Repeat Purchase*
 - b) *Retention*
 - c) *Referrals*.

I. Instrumen Penelitian

Menurut sugiyono (2012), Instrument Penelitian yaitu suatu alat yang digunakan untuk mengukur fenomena alam maupun sosial yang

diamati. Secara spesifik semua fenomena alam ini disebut sebagai variabel penelitian.

Tabel 3.1
Kisi-Kisi Instrumen
Variabel Customer Intimacy, Aksesibilitas dan Loyalitas

No	Variabel	Indikator	Item
1.	Customer Intimacy (X1)	<i>Komunikasi</i>	1.2.3
		<i>Perhatian</i>	4.5.6
		<i>Relasi</i>	7.8
2.	Aksesibilitas (X2)	<i>Ukuran Kemudahan</i>	9.10.11
		<i>Transportasi</i>	12.13.14
3.	Loyalitas Pelanggan (Y)	<i>Repeat Purchase</i>	15.16.17
		<i>Retention</i>	18.19.20
		<i>Referrals</i>	21.22.23

J. Skala Pengukuran

Pengukuran merupakan proses mapping sebuah aspek ke dalam aspek yang lain berdasar aturan tertentu. Proses mapping ini selalu disertai proses koding/memberi tanda dari jawaban responden. Salah satu tipe jawaban responden tersebut merupakan jawaban tertutup/pilihan. Pertanyaan-pertanyaan dengan jawaban tertutup ini, jenis jawabannya dapat kita golongkan kedalam skala. *Continous rating scale* merupakan skala kuantitatif dan termasuk skala rasio, karena termasuk skala rasio (angka) penelitian ini menggunakan jawaban yang bertipe *continous rating scale*. Skala jenis ini merupakan skala dengan dua alternatif jawaban yang saling bertolak belakang dengan bipolar, misalnya tidak setuju dengan sangat setuju, tidak yakin dengan sangat tidak yakin, senang dengan sedih dsb. Skala bipolar merupakan skala yang tepat untuk digunakan pada penelitian sikap dan perilaku. Skala continuous rating merupakan skala dengan nilai angka 1 sampai 10 sebagian peneliti menggunakan skala dari angka 10 sampai 100. Responden diminta mencoret/memberi tanda pada angka/nilai yang dianggap mewakili. (Nugroho, 2015)

Contoh :

No	Item	Jawaban
1	Menggunakan Bank Syariah akan menjadi ide yang bijaksana	<div style="display: flex; align-items: center; justify-content: center;"> ← 1 2 3 4 5 6 7 8 9 → 10 </div> <div style="display: flex; justify-content: space-between; width: 100%; margin-top: 5px;"> Tidak Setuju Sangat Setuju </div>

K. Uji Instrumen

Sebuah penelitian, data mempunyai kedudukan yang paling tinggi, karena data merupakan penggambaran variabel yang diteliti dan berfungsi sebagai alat pembuktian hipotesis. Kualitas sebuah penelitian ditentukan oleh data yang diperolehnya. Oleh karena itu, data instrumen dalam penelitian ini akan diuji menggunakan metode uji Validitas dan Reliabilitas. Untuk melakukan uji validitas dan reliabilitas dalam penelitian ini akan dilakukan dengan menggunakan program olah data SPSS.

1. Uji Validitas

Uji validitas digunakan untuk mengukur valid atau tidaknya suatu kuesioner. Suatu kuesioner dikatakan valid jika semua poin pertanyaan pada kuesioner mampu untuk mengungkapkan sesuatu yang akan diukur oleh kuesioner tersebut. Jadi, validitas ingin mengukur apakah pertanyaan dalam kuesioner yang sudah di buat betul-betul dapat mengukur apa yang hendak diukur (Ghozali, 2009). Uji validitas dilakukan untuk menguji apakah tiap-tiap pertanyaan yang ada pada kuesioner sesuai dan dapat menganalisis faktor yang ingin diselidiki. Pengujian validitas dalam penelitian ini dilakukan dengan menggunakan metode *Pearson Correlation (product moment pearson)* atau Korelasi Produk. dalam menguji validitas penulis menggunakan bantuan aplikasi *software SPSS* (Ghozali, 2009).

Responden dalam penelitian ini berjumlah 60 orang dengan taraf signifikan sebesar 5% maka diperoleh nilai r tabel sebesar 0,254. Kriteria untuk mengambil keputusan valid atau tidaknya adalah apabila r hitung lebih besar atau sama dengan r table pada taraf signifikan 5% maka item tersebut dikatakan valid, sebaliknya jika r hitung lebih kecil

dari r table maka item tersebut dikatakan tidak valid. Tabel dibawah ini merupakan hasil yang diperoleh dari perhitungan validitas:

Tabel 3.2
Hasil Uji Validitas Variabel Customer Intimacy

Pernyataan	R hitung	R tabel	Keterangan
Pernyataan 1	0,949	0,254	Valid
Pernyataan 2	0,914	0,254	Valid
Pernyataan 3	0,841	0,254	Valid
Pernyataan 4	0,907	0,254	Valid
Pernyataan 5	0,932	0,254	Valid
Pernyataan 6	0,915	0,254	Valid
Pernyataan 7	0,894	0,254	Valid
Pernyataan 8	0,765	0,254	Valid

Tabel diatas adalah hasil dari uji validitas pada variabel customer intimacy dengan menggunakan software SPSS terhadap 60 orang responden, berdasarkan hasil data dari uji validitas tersebut dapat disimpulkan bahwa semua item pada variabel customer intimacy dinyatakan valid. Karna hasil dari data terlihat r hitung pada variabel customer intimacy lebih besar dari r tabel.

Tabel 3.3
Hasil Uji Validitas Variabel Aksesibilitas

Pernyataan	R hitung	R tabel	Keterangan
Pernyataan 1	0,850	0,254	Valid
Pernyataan 2	0,821	0,254	Valid
Pernyataan 3	0,923	0,254	Valid
Pernyataan 4	0,858	0,254	Valid
Pernyataan 5	0,936	0,254	Valid
Pernyataan 6	0,949	0,254	Valid

Tabel diatas adalah hasil dari uji validitas pada variabel aksesibilitas dengan menggunakan software SPSS terhadap 60 orang responden, berdasarkan hasil data dari uji validitas tersebut dapat disimpulkan bahwa semua item pada variabel aksesibilitas dinyatakan valid. Karna hasil dari data terlihat r hitung pada variabel aksesibilitas lebih besar dari r tabel.

Tabel 3.4
Hasil Uji Validitas Variabel Loyalitas Konsumen

Pernyataan	R hitung	R tabel	Keterangan
Pernyataan 1	0,830	0,254	Valid
Pernyataan 2	0,753	0,254	Valid
Pernyataan 3	0,874	0,254	Valid
Pernyataan 4	0,863	0,254	Valid
Pernyataan 5	0,875	0,254	Valid
Pernyataan 6	0,903	0,254	Valid
Pernyataan 7	0,882	0,254	Valid
Pernyataan 8	0,907	0,254	Valid
Pernyataan 9	0,856	0,254	Valid

Tabel diatas adalah hasil dari uji validitas pada variabel loyalitas konsumen dengan menggunakan software SPSS terhadap 60 orang responden, berdasarkan hasil data dari uji validitas tersebut dapat disimpulkan bahwa semua item pada variabel loyalitas konsumen dinyatakan valid. Karna hasil dari data terlihat r hitung pada variabel loyalitas konsumen lebih besar dari r tabel.

Dari hasil perhitungan pada table validitas diatas, dengan taraf signifikan sebesar 5% dengan nilai r table sebesar 0,254. Maka disimpulkan bahwa semua item pertanyaan pada variabel customer intimacy, variabel aksesibilitas dan variabel loyalitas konsumen adalah valid.

2. Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas adalah uji yang digunakan untuk mengukur sejauh mana suatu alat pengukur dapat memberikan hasil yang *reliable* apabila alat ukur dilakukan dalam waktu yang berbeda pada objek yang sama. Dalam penelitian ini uji reabilitas dilakukan dengan menggunakan metode *cronbach's alpha* dengan menggunakan batasan sebesar 0,6. Alat ukur dikatakan *reliable* apabila nilai *cronbach's alpha* lebih besar dari 0,6, sebaliknya apabila nilai *cronbach's alpha* lebih kecil dari 0,6 maka alat ukur tersebut dinyatakan tidak *reliable*. Pengujian reliabilitas bertujuan untuk menguji konsistensi jawaban

para responden dalam menjawab kuesioner dalam penelitian, sehingga kesungguhan dari para responden dapat dipercaya

Tabel 3.5
Hasil Uji Reliabilitas

Variabel	<i>Cronbach Alpha</i>	Ketentuan nilai <i>cronbach alpha</i>	Keterangan
Customer Intimacy	0,962	0,60	Reliabel
Aksesibilitas	0,945	0,60	Reliabel
Loyalitas Konsumen	0,956	0,60	Reliabel

L. Teknik Analisis Data

Penelitian ini menggunakan metode deskriptif analisis dengan pendekatan kuantitatif, metode analisis ditunjukkan untuk menggambarkan bagaimana Pengaruh Customer Intimacy dan Aksesibilitas terhadap Loyalitas Pelanggan di Gerai Pro You Yogyakarta

1. Uji Asumsi Klasik

Dalam penelitian ini, analisis data dilakukan dengan menggunakan bantuan regresi linier berganda, tetapi sebelum melakukan analisis linier berganda digunakan uji asumsi klasik yang meliputi uji normalitas, uji multikolonieritas dan uji heteroskedastisitas

a. Uji Normalitas Data

Uji normalitas bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi, dependent variabel dan independent variabel keduanya mempunyai distribusi normal ataukah tidak. Model regresi yang baik adalah memiliki distribusi data normal atau mendekati normal (Ghozali, 2009). Dapat di deteksi dengan melihat penyebaran data (titik) pada sumbu diagonal dari grafik normal P-P Plot. Adapun pengambilan keputusan didasarkan kepada:

- 1) Jika data menyebar di sekitar garis diagonal dan mengikuti arah garis diagonal, atau grafik histogramnya menunjukkan pola distribusi normal, maka regresi memenuhi asumsi normalitas.

- 2) Jika data menyebar jauh dari garis diagonal dan atau tidak mengikuti arah garis diagonal, maka model regresi tidak memenuhi asumsi normalitas.

b. Uji Multikolonieritas

Uji multikolonieritas bertujuan untuk menguji apakah pada model regresi ditemukan adanya kolerasi antar variabel bebas. Model dari regresi yang baik adalah tidak terdapat kolerasi antara variabel independen. Multikolonieritas dapat dilihat dari nilai *tolerance* dan *variance inflation factor* (VIF).

c. Uji Heteroskedastisitas

Uji heteroskedastisitas bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi terjadi ketidaksamaan variance dari residual satu pengamatan ke pengamatan yang lain. Dalam menguji apakah terdapat heteroskedastisitas atau tidak yaitu dengan menggunakan uji *Glejser*, apabila uji *Glejser* menunjukkan variabel independen signifikan mempengaruhi variabel dependen dapat disimpulkan terjadi indikasi heteroskedastisitas. Apabila probabilitas signifikansinya menunjukkan nilai di atas 0.05 atau 5%, maka dalam model regresi tersebut tidak terdapat heteroskedastisitas. Uji *Glejser* merupakan salah satu cara yang dapat digunakan untuk menguji apakah dalam suatu model regresi yang digunakan terjadi heteroskedastisitas atau tidak, uji *Glejser* merupakan pengujian yang mengusulkan untuk meregres nilai absolute residual terhadap variabel independen (Ghozali, 2001).

2. Analisis Regresi Linier Berganda

a. Uji Regresi Berganda

Setelah melakukan uji asumsi klasik kemudian menganalisis dengan metode regresi linier berganda dengan alasan variabel bebas terdiri dari beberapa variabel. Berdasarkan hubungan dua variabel yang dinyatakan dengan persamaan linier dapat digunakan untuk membuat prediksi tentang besarnya nilai Y

(variabel dependen) berdasarkan nilai X tertentu (variabel independen). Prediksi tersebut akan menjadi lebih baik jika tidak hanya memperhatikan satu variabel yang mempengaruhi (variabel independen) sehingga menggunakan analisis regresi linier berganda (Djarwanto, 1990).

Adapun regresi linier berganda dapat dirumuskan sebagai berikut :

$$Y = \beta_0 + \beta_1 X_1 + \beta_2 X_2 + e$$

Y : Loyalitas Pelanggan

β_0 : Konstanta Regresi

β_1 : Koefisien *Customer Intimacy*

β_2 : Koefisien Aksesibilitas

X_1 : *Customer Intimacy*

X_2 : Aksesibilitas

e : pengganggu (*error*).

b. Uji Koefisien Determinan (R square / R²)

Koefisien determinasi adalah suatu nilai yang menggambarkan seberapa besar perubahan atau variabel dari variabel terikat bisa dijelaskan oleh perubahan atau variasi dari variabel bebas. Dengan mengetahui nilai koefisien determinasi, peneliti dapat menjelaskan kebaikan dari model regresi dalam memprediksi variabel terikat. Semakin besar nilai R square maka semakin baik model tersebut.

Nilai R square dikatakan baik jika diatas 0,5 karena nilai R square berkisar antara 0 sampai 1. Jika nilai R mendekati 1, maka pengaruh variabel X terhadap variabel Y sangat besar. Sebaliknya jika nilai R menjauhi angka 1 maka pengaruh variabel X terhadap variabel Y sangat kecil (Kadir, 2010).

3. Uji Hipotesis

Uji hipotesis dilakukan untuk mengetahui faktor-faktor pengaruh customer intimacy dan aksesibilitas terhadap loyalitas konsumen gerai pro you. Untuk mengetahui pengaruh variabel

customer intimacy dan aksesibilitas secara serentak terhadap loyalitas konsumen maka dilakukan dengan cara Uji-F, kemudian untuk mengetahui dan menentukan variabel mana yang memiliki pengaruh paling dominan terhadap loyalitas konsumen akan dilakukan uji secara parsial dengan melakukan Uji-t.

a. Pengujian secara parsial (Uji-t)

Pengukuran tes dimaksudkan untuk memenuhi apakah secara individu (parsial) ada pengaruh antara variabel-variabel bebas dengan variabel terikat. Pengujian secara parsial untuk setiap koefisien regresi di uji untuk mengetahui pengaruh secara parsial antara variabel bebas dengan variabel terikat.

Merumuskan hipotesis operasional H_0 dan H_a sebagai berikut :

1. H_0 : tidak ada pengaruh positif variabel bebas (X) secara parsial terhadap variabel tetap (Y)
2. H_a : ada pengaruh positif variabel bebas (X) secara parsial terhadap variabel tetap (Y)

Kemudian menetapkan taraf signifikan dan kriteria pengujian. Dalam penelitian ini taraf signifikan yang digunakan sebesar 5% atau 0,05. Berikut ini adalah kriteria pengujian hipotesis :

- a) H_0 diterima jika nilai $Sig > Sig \alpha 0,05$, atau $t \text{ hitung} < t \text{ table}$
- b) H_0 ditolak jika nilai $Sig < Sig \alpha 0,05$, atau $t \text{ hitung} > t \text{ table}$

Pengujian setiap koefisien regresi dikatakan signifikan apabila nilai probabilitas signifikansi lebih kecil dari 0.05 (tingkat kepercayaan yang dipilih) maka hipotesis nol (H_0) ditolak dan hipotesis alternatif (H_a) diterima, sebaliknya dikatakan tidak signifikan apabila nilai probabilitas signifikansi lebih besar dari 0.05 (tingkat kepercayaan yang dipilih) maka hipotesis nol (H_0) diterima dan hipotesis alternatif (H_a) ditolak.

b. Pengujian secara simultan (*F-Test*)

Uji *F-Test* bertujuan untuk mengetahui pengaruh bersama-sama (simultan) variabel independen terhadap variabel dependen.

Hasil *F-Test* ini pada output SPSS dapat dilihat pada tabel ANOVA. Hasil *F-Test* menunjukkan variabel independen secara bersama-sama berpengaruh terhadap variabel dependen jika *p-value* (pada kolom *Sig*) lebih kecil dari *level of significant* yang ditentukan, atau *F* hitung (pada kolom *F*) lebih besar dari *F* tabel. *F* tabel dihitung dengan cara $df_1 = k - 1$ dan $df_2 = n - k$, adalah jumlah variabel dependen dan independen. (Kadir, 2010).

Membuat formula hipotesis sebagai berikut :

- a) H_0 : tidak ada pengaruh signifikan antara variabel bebas terhadap variabel terikat
- b) H_a : ada pengaruh signifikan antara variabel bebas terhadap variabel terikat

Menetapkan taraf signifikan dan kriteria pengujian.

Dalam penelitian ini taraf signifikan yang digunakan sebesar 5% atau 0,05. Berikut ini adalah kriteria pengujian hipotesis :

- a) H_0 diterima jika nilai $Sig > Sig \alpha 0,05$, atau *F* hitung $< F$ table
- b) H_0 ditolak jika nilai $Sig < Sig \alpha 0,05$, atau *F* hitung $> F$ table.

4. Statistik Deskriptif

Menurut sugiyono, (2013) analisis statistik deskriptif bertujuan untuk menjelaskan tentang gambaran yang diteliti melalui data sampel tanpa melakukan analisis dan membuat kesimpulan yang berlaku umum. Analisis statistik deskriptif meliputi rata-rata (*mean*), standar deviasi, nilai maksimum, nilai minimum.

Untuk menginterpretasikan hasil penelitian maka data skor yang diperoleh dikonversikan kedalam kategori *Continous Rating Scale* (CRS) dengan menggunakan pedoman konversi skor sebagai berikut:

Tabel 3.6
Pedoman konversi skor

Skor	Rumus Konversi	Kategori
1	$X > M_i + 1 (SD_i)$	Tinggi
2	$M_i - 1 SD_i \leq X \leq M_i + 1 (SD_i)$	Sedang
3	$X < M_i - 1 (SD_i)$	Rendah

Keterangan:

X = Jumlah Skor

SDi = Standar Deviasi Ideal

= $\frac{1}{6}$ (skor maksimal ideal - skor minimal ideal)

Mi = Mean Ideal

= $\frac{1}{2}$ (Skor maksimal ideal + skor minimal ideal).