

BAB III

METODE PENELITIAN

3.1. GAMBARAN UMUM PERUSAHAAN

3.1.1 Sejarah Perusahaan

Supermarket Mall Malioboro yang berlokasi di kawasan Malioboro, tepatnya di jalan Ahmad Yani merupakan salah satu tempat berbedanya dari sekian banyak tempat berbelanja (Dept. Store dan Supermarket) lainnya yang ada di Yogyakarta khususnya di sepanjang jalan Malioboro. Supermarket Mall Malioboro ini dipimpin oleh Bapak Candra Purnomo seorang pengusaha beretnis Tionghoa keturunan.

Supermarket Mall Malioboro didirikan pada tahun 1991 dengan luas area tanah 9.021 m² dengan hasil investasi yang dikeluarkan 20,7 Miliar melihat kenyataan masih kurangnya pusat-pusat hiburan dan permainan, dirasa perlu adanya arena hiburan bagi anak-anak remaja dan mahasiswa maka pihak Supermarket Mall Malioboro menambah permainan video game di lantai atas. Hingga sekarang Mall Malioboro merupakan tempat untuk berbelanja, untuk mendapatkan hiburan dan permainan, serta jajanan bagi pasangan muda-mudi untuk menikmati dengan suasana yang santai.

Di lahan seluas 9.071 m itu akan di bangun lantai IV seluas 17. 748 m", yang terbagi dalam : *lower ground flour* (untuk Supermarket), *upper ground flour*

(disewakan untuk pengusaha dan pedagang). Ruangan bawah tanah adalah untuk parkir kendaraan roda empat dan lantai dasar untuk minimarket, Gramedia, sedangkan lantai 1, II dan III untuk fashion, kosmetik, sepatu, alat-alat musik, alat-alat olah raga dan lain-lain. Khusus lantai IV untuk arena bermain, makanan dan minuman serta alat-alat untuk rumah tangga. Dengan memadukan pusat perbelanjaan dan hiburan di mungkinkan untuk menyerap lebih banyak pengunjung,

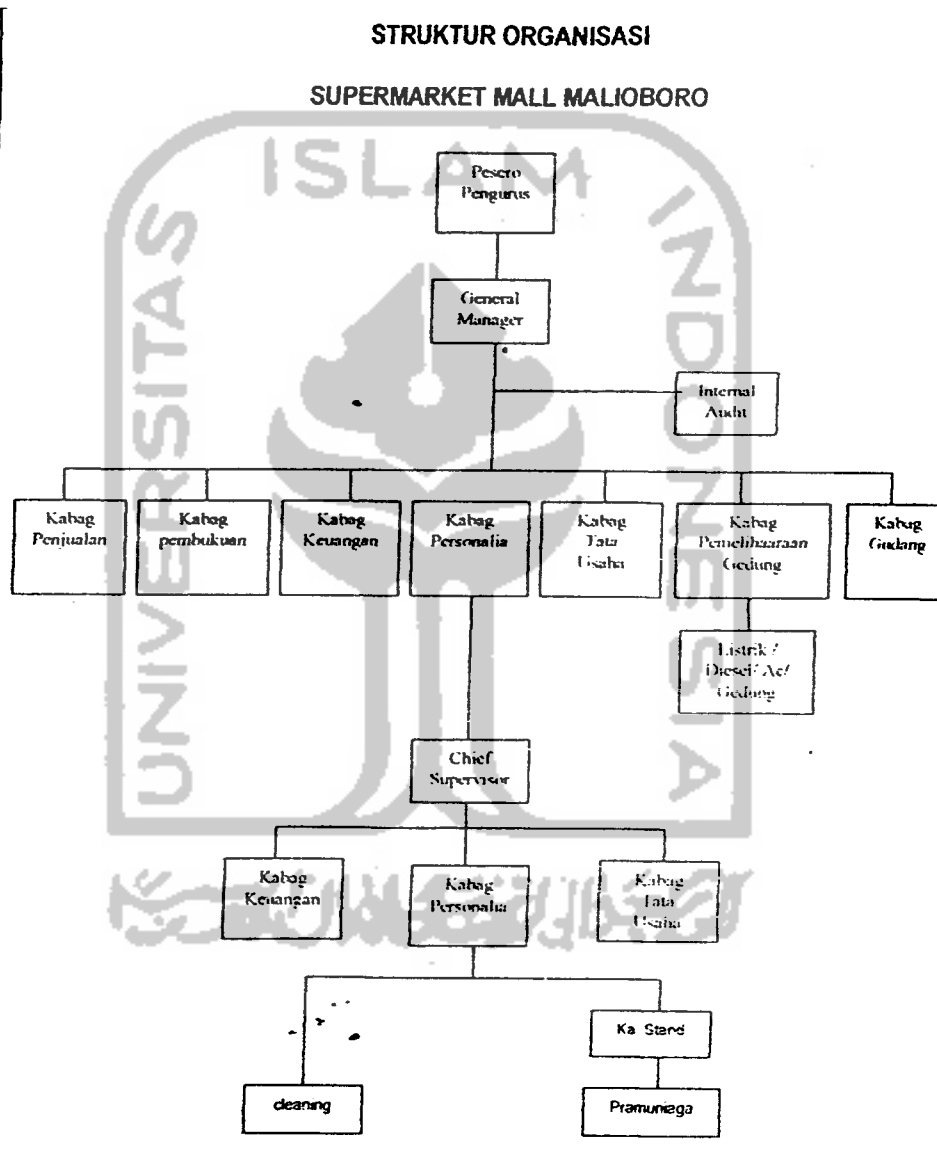
Dengan didirikannya Supermarket Mall Malioboro memulai wajah baru. Penataan barangnya juga ditata semenarik mungkin, sehingga calon pembeli akan dengan mudahnya memilih barang yang dibutuhkan.

Barang-barang ditata menurut kelompok kebutuhan, misalnya sabun cuci dari segala macam merk dan harga, ditata dengan baik dan menarik. Untuk alat-alat dapur juga disajikan dengan baik sehingga pembeli dengan mudahnya memilih barang yang dibutuhkan. Pramuniaga yang ada Supermarket Mall Malioboro melayani pembeli dengan ramah dan cekatan, disamping lengkapnya produk yang ada di Supermarket Mall Malioboro, harganya juga relatif murah.

3.1.2 Struktur Organisasi

Supermarket Mall Malioboro menggunakan struktur organisasi (Desain organisasi) dengan bentuk piramid. Suatu bentuk struktur organisasi yang jelas, sederhana dan mudah di mengerti. Bagan struktur organisasi Mall Malioboro berbentuk garis dan staf yang berguna menjelaskan aliran wewenang dan pelimpahan

tugas serta jabatan. Adapun bagan struktur organisasi yang ada di Mall Malioboro adalah sebagai berikut:



Gambar 2.4.
Gambar struktur organisasi Supermarket Mall Malioboro Yogyakarta
Sumber: Data Primer Supermarket Mall Malioboro Yogyakarta

Sedangkan diskripsi pekerjaan dari unit-unit yang ada di Supermarket Mall Malioboro adalah sebagai berikut.

1) Dewan Direksi

Dewan direksi mempunyai tanggung jawab atas segala aktivitas dan kondisi perusahaan kepada pemegang saham. Dewan direksi mempunyai wewenang langsung untuk melimpahkan tugas kepada General Manajer dan mengawasi kegiatannya.

2) *General Manajer*

General manajer membawahi enam kepala bagian

- a) Kepala bagian tata usaha.
- b) Kepala bagian pembukuan.
- c) Kepala bagian personalia.
- d) Kepala bagian pembelian.
- e) Kepala bagian penjualan.
- f) Kepala bagian gudang.

3) *Internal Auditor*

Tugasnya adalah:

- a) Mencatat aktivitas keuangan perusahaan.
- b) Melaksanakan pembelian serta penerimaan.
- c) Menyiapkan laporan keuangan secara periodik.
- d) Bertanggung jawab kepada general manajer.

4) Kepala bagian Tata Usaha

- a) Membina dan menjalin hubungan kerja sama yang baik dengan lembaga-lembaga umum perusahaan.
- b) Menyediakan perlengkapan maupun kebutuhan alat tulis kantor, barang-barang cetakan serta kebutuhan lainnya.
- c) Mengatur dan mengawasi perbaikan kantor, penerangan listrik/diesel.
- d) Mengkoordinasi dan mengawasi pelaksanaan seluruh aktivitas administrasi.

5) Kepala Bagian Pembukuan

- a) Menetapkan kebijakan akuntansi dan keuangan perusahaan sesuai dengan kebijaksanaan perusahaan atas persetujuan general manager.
- b) Menyelenggarakan kegiatan pembukuan secara transaksi termasuk membuat laporan keuangan.
- c) Bertanggungjawab atas kelengkapan bukti-bukti pembayaran yang menjadi bagiannya.
- d) Memeriksa laporan harian dan bulanan kas atau bank serta laporan bulanan hutang dan piutang.
- e) Memberikan otorisasi pengeluaran rutin sampai batas tertentu.
- f) Melaksanakan komunikasi dengan pihak intern dan ekstern mengenai bidang yang menjadi tugasnya.

6) Kepala Bagian Pembelian

- a) Menetapkan kebijaksanaan harga pembelian, seperti pemilihan supplier dan syarat-syarat pembelian yang menguntungkan perusahaan.
- b) Bertanggung jawab atas semua pembelian yang diperlukan untuk kelancaran aktivitas perusahaan.
- c) Memenuhi permintaan-permintaan pembayaran yang diperlukan untuk kelancaran aktivitas perusahaan.
- d) Mengkoordinir dan mengawasi pelaksanaan aktivitas pembelian.
- e) Membuat laporan pembelian untuk diserahkan kepada general manajer.

7) Kepala Bagian Penjualan.

Mempunyai tugas dan wewenang sebagai berikut:

- a) Mengkoordinir bagian yang ada di bawahnya dan seluruh kegiatan dibidang penjualan.
- b) Membuat rencana penjualan tahunan dan membuat laporan realisasi penjualan secara periodik.
- c) Melakukan pengamatan dan analisa pajak.
- d) Bersama general manajer menetapkan potongan dan diskon untuk barang-barang tertentu.

- e) Bertanggung jawab atas segala aktivitas usaha peniualan yang telah dilakukan.
- f) Memeriksa laporan stock harian dan laporan penjualan.

8) Kepala Bagian Gudang

Mempunyai tugas dan wewenang sebagai berikut:

- a) Memberikan pengarahan, pembinaan dan pelaksanaan teknis pekerjaan serta mengkoordinasikan pelaksanaan tugas tiap bagian yang dibawahinya.
- b) Membantu mengawasi dan memberikan pengarahan dalam pekerjaan stock yang dilakukan setiap akhir tahun dan akhir semester.
- c) Meyakini dan menyerahkan laporan-laporan yang akan dikirim kepada general manajer dan bagian akuntansi serta menjamin kepastian atau kebenaran laporan pekerjaan yang telah dibuat.
- d) Mengatur dan memelihara barang-barang yang disimpan sehingga terhindar dari kerusakan atau bahaya lainnya.
- e) Menyelenggarakan administrasi pergudangan yang rapi, tertib, dan lancar.
- f) Bertanggungjawab atas keamanan barang-barang yang ada digudang.
- g) Bertanggung jawab atas permintaan, pemeliharaan dan pengeluaran barang yang ada dalam pengawasannya.

9) Kepala Bagian Personalia

Mempunyai tugas dan wewenang sebagai berikut:

- a) Melakukan penerimaan karyawan dan menctapkannya pada jabatan yang sesuai dengan kemampuan atau keahliannya.
- b) Mengatur pengangkatan, pemberhentian, promosi dan pemindahan karyawan berdasarkan peraturan dan prosedur yang telah ditetapkan.
- c) Membina kesejahteraan karyawan, meliputi: pemberian uang transport, pengobatan intensif dan semacamnya.
- d) Mengkoordinir pelaksanaan aktivitas bagian yang dibawahnya.
- e) Melakukan program training baik langsung di counter maupun di kantor.
- f) Menyelenggarakan administrasi kepegawaian dengan baik untuk kepentingan penilaian prestasi maupun perkembangan kerja karyawan.
- g) Bertanggung jawab atas keamanan, ketertiban, dan keharmonisan kerja di lingkungan perusahaan.

10) *Checker*

Mempunyai tugas dan wewenang sebagai berikut:

- a) Memberikan saran pada para kabag, serta membantu general manajer menilai prestasi kerja kepala bagian stafnya.

- b) Mengontrol kegiatan secara keseluruhan dan pelaksanaan kebijaksanaan yang telah ditetapkan dan melaporkannya pada general manajer.

11) Satuan Keamanan

Mempunyai tugas dan wewenang sebagai berikut:

- a) Mengatur penjagaan keamanan siang dan malam.
- b) Mengatur penjagaan keamanan terhadap barang-barang dagangan.
- c) Menciptakan rasa aman bagi pengunjung toko yang sedang berbelanja.
- d) Mengatur tugas untuk membuka dan menutup toko.
- e) Mengatur tugas atas permintaan barang di gudang.

12) *Chief Supervisor*

Mempunyai tugas dan wewenang sebagai berikut:

- a) Menyimpan rencana-rencana perusahaan kepada supervisor dan mengontrol pelaksanaannya.
- b) Menampung saran-saran dan para supervisor.
- c) Mengontrol apakah sistem, prosedur serta peraturan perusahaan telah menjalankan sesuai dengan yang ditentukan perusahaan.

13) *Supervisor*

- a) Melakukan pengawasan serta langsung terhadap jalannya operasi toko, khususnya terhadap aktivitas masing-masing bagian yang berada di bawah pengawasannya.
- b) Memberikan petunjuk-petunjuk dan pengarahan kepada kepala stand.
- c) Mengkoordinasikan dan mengontrol kepala stand.
- d) Secara berkala melakukan pengawasan atas penerimaan barang di gudang.

14) Kepala *Stand*

Tugas dan wewenangnya sebagai berikut:

- a) Memimpin mengkoordinir dan mengawasi penjualan yang berada di bawah pimpinannya, termasuk:
 - Memimpin perhatian yang sebaik-baiknya kepada cara pelayanan terhadap pengunjung toko.
 - Memberikan dorongan kepada pramuniaga untuk bekerjasama dan saling memberi bantuan serta bekerja lebih giat.
 - Memberikan petunjuk-petunjuk dalam mempersiapkan dan mengatur display, dekorasi serta kebersihan counter.
- b) Bersama-sama dengan kepala keamanan, menjaga atau mengamankan barang-barang di counternya masing-masing.

- c) Menjamin ketertiban dan kerapian seluruh ruangan atau counter yang dipimpinnya.
- d) Melakukan pengawasan terhadap penerimaan barang dari gudang.

15) Pramuniaga

Tugasnya adalah:

- a) Memberikan pelayanan yang sebaik-baiknya kepada pengunjung toko.
- b) Menjaga kebersihan dan kerapian counter.
- c) Melaksanakan tugas-tugas yang diberikan oleh kepala stand.

16) Cleaning

Tugasnya adalah:

- a) Membersihkan area toko.
- b) Memelihara segala properti toko.
- c) Bertanggung jawab atas kebersihan seluruh toko.

3.1.3. Personalia Perusahaan

Sumber daya terpenting dan suatu perusahaan adalah sumber daya manusia yaitu orang-orang yang memberikan tenaga, keahlian, kreativitas, dan usaha mereka kepada organisasi (perusahaan). Tanpa orang-orang yang cakap dan mempunyai kredibilitas yang tinggi, perusahaan akan mengalami kesulitan dalam mencapai tujuannya.

Supermarket Mall Malioboro mempunyai karyawan sebanyak 100 orang. Karyawan tersebut banyak berhubungan dengan konsumen secara langsung.

Hal-hal yang berhubungan dengan personalia perusahaan adalah:

a) Gaji dan Upah

Di dalam memberikan upah dan gaji kepada setiap karyawan Supermarket Mall Malioboro menggunakan sistem upah bulanan yang dibayarkan pada setiap awal bulan.

b) Kesejahteraan Karyawan

1) Jaminan Hari Tua

Karyawan diberikan Jaminan hari tua dan penghargaan atas jasa-jasa yang diberikan selama karyawan tersebut bekerja di perusahaan. Untuk menentukan besarnya kesejahteraan yaitu gaji terakhir yang diterima oleh para karyawan berdasarkan peraturan, peraturan gaji pada Mall Malioboro.

2) Jaminan Sosial

Supermarket Mall Malioboro mengadakan rekreasi dan penyegaran setiap tahun satu kali. Selain itu bagi setiap karyawan mendapat kartu discount berobat pada dokter yang ditunjuk dan pada hari raya Lebaran mendapat bonus berupa uang.

c) Kedisiplinan Karyawan

Seluruh staff, pimpinan maupun karyawan berusaha untuk melakukan disiplin kerja.

Adapun disiplin yang diberikan oleh pihak Mall Malioboro adalah:

- 1) Disiplin waktu dan kerja.
- 2) Disiplin pakaian pekerjaan.

3.1.4. Bauran Pemasaran

a) Produk yang Dijual

Produk yang dijual meliputi berbagai jenis, pada umumnya berupa produk untuk memenuhi kebutuhan konsumen sehari-hari seperti:

- 1) Makanan dan minuman
 - 2) Alat-alat listrik
 - 3) Kosmetik
 - 4) Baby set
 - 5) Obat-obatan
 - 6) Sepatu dan tas
 - 7) Kaset
 - 8) Busana
 - 9) Alat-alat tulis
- c) Harga**

Setiap perusahaan selalu berhati-hati dalam menentukan harga, karena harga merupakan salah satu dari variabel bauran pemasaran yang cukup berperan dalam pengambilan keputusan pembelian.

Demikian juga dengan pihak Mall Malioboro yang kebijaksanaan harganya ditentukan sebagai berikut:

$$\text{Harga Jual} = \text{Harga Beli} + \text{PPN} - \text{Profit}$$

Keterangan :

PPN : Pajak Penambahan Nilai

Dalam pengambilan profit dari produk yang dijual oleh Mall Malioboro selalu mempertimbangkan kondisinya yang akan datang. Apabila dalam penentuan harga terlalu banyak mengambil profit maka dengan sendirinya harga produk menjadi mahal, yang mungkin akan berdampak pada konsumen tidak akan melakukan pembelian ulang di Mall Malioboro.

c) Promosi

Pelaksanaan program promosi menjadi perhatian yang cukup besar di Mall Malioboro.

Adapun program promosi yang dijalankan adalah sebagai berikut:

- Bekerjasama dengan station radio swasta Nasional antara lain Yasika FM, Geronimo.
- Iklan di surat kabar, antara lain Kedaulatan Rakyat dan Bernas.
- Promosi penjualan dengan diskon atau hadiah yang diadakan secara berkala.

d) Jumlah *counter*

Mall Malioboro Yogyakarta adalah terdiri dari empat lantai dan dua lantai bawah tanah (*ground*). Untuk lantai bawah pertama untuk tempat parkir kendaraan,

sedangkan lantai bawah tanah kedua terdapat tujuh *counter* utama. Untuk lantai pertama terdapat 24 *counter*. Lantai kedua terdapat 17 *counter*. Lantai ketiga terdapat 12 *counter*, serta lantai keempat terdapat dua arena bermain dan aneka penjual makanan serta minuman.

3.2. Variabel Penelitian

Jenis metode yang digunakan adalah metode korelasional, variabel yang menjadi obyek penelitian adalah faktor-faktor pemenuhan kebutuhan konsumen di Mall Malioboro Yogyakarta diantaranya :

a) Faktor kebutuhan dasar atau fisiologis :

Dorongan untuk memenuhi kebutuhan fisiologis (misal : makan, minum, dll)

b) Faktor keamanan dan keselamatan :

Dorongan untuk mendapatkan jaminan keamanan dan rasa aman.

c) Faktor milik dan kecintaan :

Dorongan untuk memenuhi kebutuhan-kebutuhan sosial (misal : perasaan menjadi anggota, lingkungan cinta, perasaan memiliki, dll)

d) Faktor penghargaan :

Dorongan untuk mendapatkan penghargaan (misalnya : pengakuan, harga diri, ego, kehormatan, dll)

e) Faktor aktualisasi diri :

Dorongan untuk memenuhi kebutuhan-kebutuhan pernyataan diri (pengembangan, perwujudan diri, penggunaan potensi diri, dll)

3.3. Karakteristik responden :

a) Jenis kelamin :

Adalah dimaksudkan untuk mengetahui komposisi konsumen yang berbelanja di Mall Malioboro Yogyakarta, karena jenis kelamin seseorang mempengaruhi perilaku seseorang dalam berbelanja.

b) Usia :

Yang dimaksud dalam penelitian ini yaitu usia konsumen Mall Malioboro Yogyakarta.

c) Tingkat pendidikan :

Sikap dan perilaku seorang sangat dipengaruhi oleh tingkat pendidikannya, karena perilaku seseorang mencerminkan kemampuan berpikir.

d) Jenis pekerjaan :

Dapat menunjukkan kelas sosial seseorang, sedangkan perilaku konsumen antara kelas yang satu akan sangat berbeda dengan kelas sosial yang lainnya.

e) **Tingkat penghasilan :**

Dapat menunjukkan kemampuan seseorang dalam hal finansial akan keuangannya.

3.4. Perilaku konsumen

a) **Jenis barang yang dibeli**

Untuk mengetahui jenis barang/produk yang dibeli konsumen.

b) **Alasan konsumen berbelanja di Mall Malioboro**

Dapat mengetahui alasan berbelanja di Mall Malioboro, karena alasan setiap orang berbeda-beda. Seperti memilih karena harga, lokasi, pelayanan.

c) **Informasi mengenai Mall Malioboro**

Untuk mengetahui konsumen memperoleh informasi mengenai Mall Malioboro dari mana saja.

d) **Frekuensi berbelanja konsumen**

Dapat menunjukkan sejauh mana tingkat frekuensi belanja konsumen.

e) **Pemenuhan kebutuhan**

Untuk mengetahui konsumen berbelanja di Mall Malioboro untuk memenuhi kebutuhan berdasarkan Jenjang kebutuhan Maslow.

f) **Tanggapan konsumen setelah pembelian**

Dapat menunjukkan respon konsumen pasca pembelian.

3.5. Populasi dan Sampel

a) Populasi

Populasi adalah kumpulan dari seluruh unsure yang didefinisikan sebelum tahap sampel dimulai. Dalam penelitian ini populasinya adalah keseluruhan pembeli Mall Malioboro Yogyakarta.

b) Sampel

Sampel adalah sebagian dari populasi yang karakteristiknya hendak diteliti dan dianggap bisa mewakili dari keseluruhan populasi. Untuk menentukan jumlah sampel yang akan diambil dari populasi yang tidak terbatas atau tidak diketahui jumlahnya, digunakan rumus :

$$n = \frac{1}{4} \left[\frac{Z_{1/2\alpha}}{E} \right]^2$$

Dimana:

n = Jumlah sampel

$Z_{1/2\alpha}$ = Batas luar daerah. Nilakai $Z_{1/2\alpha}$ adalah sebesar 1,96. Angka

ini didapat dari tabel Z, karena pada kondisi dimana nilai deviasi standar tidak diketahui, maka tabel Z tidak berdistribusi normal lagi. Sehingga untuk jumlah populasi yang tidak terbatas akan mengikuti nilai tabel Z.

E = Standar deviasi

Selain itu, peneliti juga harus mempertimbangkan derajat keseragaman (degree of homogeneity) dari populasi, presisi yang dikehendaki, rencana analisa, serta tenaga, biaya, dan waktu.

Dengan menggunakan taraf signifikansi (α) sebesar 5% dan standar deviasi 0,095 serta nilai $Z_{1/2\alpha}$ sebesar 1,96 maka :

$$n = \frac{1}{4} \left[\frac{Z_{1/2\alpha}}{E} \right]^2$$

$$n = \frac{1}{4} \left[\frac{1,96}{0,095} \right]^2$$

$$= 106,415$$

$$= 106$$

Jadi jumlah sampel yang diambil dalam penelitian ini adalah 106 responden.

c) Cara pengambilan sampel

Metode pengambilan sampel yang digunakan adalah metode *Non Probability Sampling* dengan *Accidental*. Teknik cocok untuk populasi yang bersifat infinitif, artinya besaran anggota populasinya belum atau tidak dapat ditentukan lebih dahulu.

Pada teknik sampling ini, penentuan sampel penelitian tanpa atau tidak memberikan kemungkinan (*probability*) yang sama pada setiap anggota populasi untuk menjadi sampel terpilih.

Accidental Sampling adalah teknik sampling dengan mendasarkan diri secara kebetulan saja atau asal ketemu.

3.6. Metode Pengumpulan Data

Data yang dibutuhkan dalam penelitian ini, yaitu :

a) Data primer

Data primer adalah data yang diperoleh secara langsung ditempat penelitian atau disuatu tempat yang menjadi obyek penelitian. Dalam hal ini mengadakan wawancara langsung dengan pihak Mall Malioboro Yogyakarta dan menyebarkan kuesioner kepada konsumen.

b) Data sekunder

Data sekunder adalah data yang dikumpulkan secara tidak langsung dari sumber-sumber lain. Misalnya : buku-buku, surat kabar, majalah, brosur, dan lain-lainnya.

3.7. Alat Pengumpulan Data

Data penelitian tersebut penulis peroleh dari kuesioner yang dibagikan kepada responden. Kuesioner ini terdiri dari dua bagian, bagian *pertama* terdiri dari

pertanyaan bebas yang berguna untuk melengkapi analisis data yang diperoleh dari responden. Bagian kedua terdiri dari pertanyaan untuk mendapatkan data tentang motivasi konsumen. Data diukur dengan skala likert dimana jawaban tiap pertanyaan diberi bobot skor atau nilai sebagai berikut :

SS	:	sangat setuju	Nilai	:	5
S	:	setuju	Nilai	:	4
R	:	ragu-ragu	Nilai	:	3
TS	:	tidak setuju	Nilai	:	2
STS	:	sanagat tidak setuju	Nilai	:	1

Untuk menguji apakah pertanyaan yang diberikan cukup valid dan reliabel, digunakan analisis reliabilitas dan analisis validitas.

a) Analisis validitas

Analisis validitas merupakan analisis kecermatan suatu test melakukan ukurnya. Dengan menguji kesesuaian antara bagian-bagian instrument dengan instrument keseluruhan menggunakan uji korelasi Produk *Moment Pearson* dengan bantuan program SPSS 11.5.

b) Analisis Reliabilitas

Analisis reliabilitas merupakan suatu pengujian yang menunjukkan sejauh mana pengukuran itu dapat menunjukkan hasil yang relatif tidak berbeda bila dilakukan pengukuran terhadap subyek yang sama. Sebuah data dikatakan reliabel bila data tersebut memiliki nilai konsistensi terhadap

perubahan waktu. Pengujian reliabilitas dilakukan dengan menggunakan perhitungan *Cronbach's Alpha* dengan bantuan program SPSS 11.5, data yang digunakan untuk menguji reliabilitas adalah data yang masuk dalam kriteria valid saja.

3.8. Metode Analisis Data

Dalam penelitian ini, penulis menganalisis data dengan menggunakan :

1) Analisa Kualitatif

Yaitu analisa yang berdasarkan pada hasil jawaban dari responden dan didukung teori-teori serta menggunakan tabel berdasarkan prosentase.

2) Analisa Kuantitatif

Yaitu analisa yang dilakukan berdasarkan pada analisa data kualitatif yang kemudian dianalisa lebih lanjut. Adapun alat analisa yang digunakan adalah sebagai berikut :

- Uji Chi-Kuadrat

Uji-kuadrat digunakan untuk menguji apakah ada perbedaan antara frekuensi hasil observasi (f_o) dengan frekuensi yang diharapkan peneliti (f_h) dari sampel yang terbatas itu merupakan perbedaan yang signifikan atau tidak. Rumus yang digunakan adalah :¹²

¹² Zainal Mustafa Eq. (1985). *Pengantar Statistik Terapan Untuk Ekonomi*. Yogyakarta: BPFE UII. HI.91

$$\chi^2 = \sum \frac{(f_o - f_h)^2}{f_h}$$

dimana:

χ^2 = Harga Chi-kuadrat

f_o = frekuensi hasil observasi

f_h = frekuensi yang diharapkan

$$f_h = \frac{(\text{jumlahbaris}) + (\text{jumlahkolom})}{N}$$

N = Banyaknya sampel

Dalam menguji kai kuadrat sebagai alat analisis yang digunakan untuk pengtesan hipotesa, hipotesa yang diuji diterima atau ditolak.

Adapun langkah-langkah adalah harga χ^2 diperoleh sebagai berikut:

a) Mencari derajat kebebasan (df) dengan menggunakan rumus:

$$df = (\text{baris}-1) (\text{kolom}-1)$$

b) Dengan menentukan taraf signifikan sebesar 95% atau 0,05%.

c) Mencari harga χ^2 tabel dengan melihat pada tabel χ^2 .

d) Menetapkan kriteria pengujian apakah hipotesa yang diuji

diterima atau ditolak, kriteria pengujian:

- Jika χ^2 hitung > χ^2 tabel, maka H_o ditolak
- Jika χ^2 hitung < χ^2 tabel, maka H_o diterima

- Koefisien Kontingensi

Bila terdapat hubungan atau ketergantungan antara faktor yang satu dengan yang lainnya, maka untuk mengetahui seberapa kuat hubungan yang terdapat digunakan uji statistik koefisien kontingensi (KK) dan KK_{maks} , dimana rumusnya adalah sebagai berikut:

$$KK = \sqrt{\frac{\chi^2}{\chi^2 + n}} \quad \text{dan} \quad KK_{maks} = \sqrt{\frac{m-1}{m}}$$

Dimana:

KK = Koefisien Kontingensi

KK_{maks} = Koefisien Kontingensi Maksimal

χ^2 = nilai uji Chi Square

n = jumlah sampel

m = jumlah baris, kolom minimal

Kuat lemahnya hubungan yang ada diantara dua faktor dapat dilihat dengan cara membandingkan KK dengan KK_{maks} .