

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Pemilihan Judul

Provinsi Sumatera Selatan terdiri dari 17 Kabupaten/Kota yang memiliki pusat administrasi pemerintahan di Kota Palembang. Memiliki luas wilayah sebesar 91.592 km² dan penduduk 8.470.683 jiwa. Provinsi Sumatera Selatan memiliki berbagai potensi mulai dari pariwisata, pertanian, perternakan, perkebunan, pertambangan dan energy yang dapat dijadikan sumber investasi di Provinsi Sumatera Selatan.

Salah satu potensi kekayaan sumber daya alam yang dapat menjadi unggulan Provinsi Sumatera Selatan adalah bidang energi yaitu minyak dan gas. Selain migas, ada lagi potensi sumber daya yang ada di Provinsi Sumatera Selatan yaitu batubara. Pusat pertambangan batubara di Provinsi Sumatera Selatan berada di Kabupaten Lahat dan Kabupaten Muara Enim.

Keberadaan pertambangan batubara di Provinsi Sumatera Selatan sangat memberikan keuntungan tersendiri bagi masyarakat yang tinggal di daerah tersebut untuk membuka usaha, salah satunya rumah makan. Usaha yang bergerak dalam bentuk rumah makan berkembang sangat pesat di daerah Rely Kelurahan Lebuay Bandung Kabupaten Lahat, Sumatera Selatan. Dikarenakan daerah tersebut terdapat beberapa perusahaan batubara dan merupakan daerah lintas truk batubara. Tentunya, kebanyakan konsumen yang dituju ialah sopir-sopir truk batubara.

Namun seiring berjalannya waktu, pertambangan batubara di Provinsi Sumatera Selatan, khususnya di Kabupaten Lahat dan Kabupaten Muara Enim menimbulkan polemik di tengah masyarakat. Problematika yang timbul di tengah masyarakat antara lain disebabkan karena pengguna jalan dan masyarakat sangat terganggu akan kehadiran truk batubara yang melintas di jalan umum. Timbul juga permasalahan baru akibat angkutan batubara yang melintas di jalan umum yaitu kecelakaan akibat keganasan supir truk angkutan batubara dan kemacetan yang terjadi setiap hari di

jalan Lahat- Palembang. Permasalahan lain juga timbul yaitu kerusakan yang terjadi pada infrastruktur jalan.

Ditengah polemik yang terjadi di masyarakat, Pemerintah Provinsi Sumatera Selatan dibawah kepemimpinan Gubernur Sumatera Selatan, H. Herman Deru menerbitkan Peraturan Gubernur Sumatera Selatan Nomor 74 Tahun 2018 tentang penegasan bahwa angkutan batubara dilarang melintas di jalan umum. Pendapat kontra muncul dari pihak supir truk angkutan batubara sejak diterapkan peraturan tersebut mulai dari rencana aksi demo ke kantor Gubernur Sumatera Selatan untuk mendesak Gubernur mencabut peraturan tersebut agar memperbolehkan kembali truk angkutan batubara melintas melalui jalan umum. Disisi lain, ada beberapa kelompok masyarakat yang mendesak agar Gubernur Sumatera Selatan tetap mempertahankan Peraturan Gubernur yang telah dikeluarkan. Berdasarkan Peraturan Gubernur yang telah diterbitkan tersebut, mekanisme pengelolaan pengangkutan batubara harus melalui jalur khusus yaitu: jalur khusus batubara (jalur servo) dan jalur khusus kereta api (Tanjung enim, Sukacinta, Banjarsari).

Dikeluarkannya Peraturan Gubernur Nomor 74 Tahun 2018, tentu membuat bisnis usaha seperti rumah makan yang berada di daerah tersebut dimana konsumen utamanya supir truk akan mengalami kemerosotan seperti yang dapat kita lihat pada tabel penjualan berikut ini:

Tabel 1.1
Data Penjualan Rumah Makan Pondok Pindang USAI

No.	Tahun	Jumlah Penjualan	Perubahan (%)
1.	2016	Rp 360.000.000,-	-
2.	2017	Rp 432.000.000,-	20%
3.	2018	Rp 144.000.000,-	-66.6%
4.	2019	Rp 180.000.000,-	25%
5.	2020	Rp 216.000.000,-	20%

Sumber: Rumah Makan Pondok Pindang USAI, (2021)

Dari data diatas dapat kita lihat bahwa ada penurunan yang cukup signifikan pada penjualan tahun 2016. Hal ini tentu perlu mendapat perhatian dari perusahaan tersebut. Pemilihan strategi penjualan yang tepat, mutlak diperlukan agar dapat memenangi persaingan pasar dan menjaga bahkan meningkatkan jumlah produksi di setiap tahunnya. Seperti telah disebutkan diatas, setiap perusahaan selalu berusaha mempengaruhi calon pembeli, sehingga dapat tercapai tujuan dan sasaran perusahaan.

Pada tahun tersebut, ada sebagian truk perusahaan yang masih boleh melintas yakni truk perusahaan yang bekerjasama menggunakan jalur servo sebagai alternatifnya. Dampak kemerosotan pun terjadi pada Rumah Makan Pondok Pindang USAI. Pondok Pindang USAI adalah salah satu rumah makan yang berlokasi di Jalan Rely RT 01 RW 01, Kelurahan Lebuay Bandung, Kecamatan Merapi Timur, Kabupaten Lahat, Sumatera Selatan. Bisnis ini sudah berdiri sejak tahun 1990 dan sekarang sudah memiliki 2 cabang usaha yang berlokasi di Muara Lawai, Lahat.

Setelah ditegakkannya Peraturan Gubernur tersebut tentu mengharuskan pihak manajemen pada Rumah Makan Pondok Pindang USAI untuk selalu berorientasi kepada kepentingan konsumen dan untuk meraih pangsa pasar yang lebih besar. Menyadari hal tersebut, tentu harus dilakukan berbagai cara dalam hal memasarkan produk dan salah satunya dengan menyusun strategi pemasaran yang tepat. Penerapan suatu strategi didalam suatu bisnis sangatlah penting, Oleh karena itu Rumah Makan Pondok Pindang USAI harus dapat bertanggung jawab atas pengembangan dan pengolahan strategi yaitu strategi pemasaran, khususnya dalam bauran pemasaran.

Menurut Shinta (2011:76) *Marketing Mix* atau Bauran Pemasaran adalah semua faktor yang dapat dikuasai oleh seorang manajer pemasaran dalam rangka mempengaruhi permintaan konsumen terhadap barang dan jasa. Faktor-faktor yang mempengaruhi yaitu *Product* (produk), *Place* (tempat), *Price* (harga), dan *Promotion* (promosi). Oleh karena itu, pemilik/pengelola rumah makan harus dapat memahami selera dan perilaku masyarakat yang

menjadi konsumen, selain itu mengetahui situasi dan kondisi internal perusahaannya, sehingga dapat menentukan strategi pemasaran yang tepat untuk tetap mempertahankan tingkat permintaan konsumen pada tingkat yang dapat memaksimalkan keuntungan.

Untuk mengetahui strategi bauran pemasaran yang tepat digunakan Rumah Makan Pondok Pindang USAI dalam menarik konsumen dan dalam menghadapi persaingan pasar, penulis tertarik mengambil judul **“Analisis Bauran Pemasaran Pada Rumah Makan Pondok Pindang Usai Di Kabupaten Lahat Sumatera Selatan”**

1.2 Perumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang tersebut diatas, penulis merumuskan beberapa permasalahan, antara lain:

1. Bagaimana tanggapan konsumen terhadap bauran pemasaran pada Rumah Makan Pondok Pindang USAI di Kabupaten Lahat Sumatera Selatan?
2. Bagaimana bauran pemasaran yang dilaksanakan oleh Rumah Makan Pondok Pindang USAI yang meliputi product, price, place, promotion?

1.3 Tujuan dan Manfaat Penelitian

1.3.1 Tujuan Penelitian

Adapun tujuan dari pembuatan Laporan Akhir ini adalah untuk mengetahui:

1. Untuk mengetahui tanggapan konsumen terhadap bauran pemasaran pada Rumah Makan Pondok Pindang USAI di Kabupaten Lahat Sumatera Selatan.
2. Untuk mengetahui bauran pemasaran yang dilaksanakan oleh Rumah Makan Pondok Pindang USAI yang meliputi product, price, place dan promotion.

1.3.2 Manfaat Penelitian

Adapun manfaat yang dapat didapat dalam pembuatan Laporan Akhir ini adalah:

a. Bagi Penulis

Penelitian ini sebagai sarana untuk menambah pengetahuan dan wawasan dalam penerapan teori-teori pentingnya bauran pemasaran dalam memenangkan persaingan dan mengetahui tanggapan konsumen terhadap pelaksanaan strategi bauran pemasaran di Rumah Makan Pondok Pindang USAI di Kabupaten Lahat Sumatera Selatan.

b. Bagi Rumah Makan Pondok Pindang USAI

Membantu Rumah Makan Pondok Pindang USAI untuk lebih memahami faktor-faktor yang mempengaruhi perencanaan strategi bauran pemasaran yang tepat untuk mencapai keberhasilan sesuai dengan potensi yang dimiliki.

c. Bagi Pembaca

Sebagai tambahan informasi dan referensi bacaan bagi pembaca.

1.4 Metodologi Penelitian

1.4.1 Metode Penelitian

Metode yang digunakan dalam teknik pengumpulan data pada penelitian ini adalah Metode Campuran (*Mix Method*) dengan menggunakan observasi, wawancara dan kuesioner. Menurut Sugiono (2016), Metode penelitian campuran merupakan metode penelitian dengan mengkombinasikan antara dua metode penelitian kualitatif dan kuantitatif dalam suatu kegiatan penelitian sehingga akan diperoleh data yang lebih komprehensif, valid, reliable, dan objektif.

1.4.2 Ruang Lingkup Penelitian

Penelitian ini akan dilakukan di Rumah Makan Pondok Pindang USAI yang berlokasi di Jalan Rely RT 01 RW 01, Kelurahan Lebuay Bandung, Kecamatan Merapi Timur, Kabupaten Lahat, Sumatera Selatan.

1.4.3 Jenis dan Sumber Data

a. Data Primer

Data Primer menurut Suryabrata (1987:93) yaitu data yang langsung dikumpulkan oleh peneliti (atau petugasnya) dari sumber pertamanya. Adapun yang menjadi sumber data primer dalam penelitian ini adalah Pemilik atau Owner dan Konsumen Rumah makan Pondok Pindang Usai di Kabupaten Lahat Sumatera Selatan.

b. Data Sekunder

Data Sekunder menurut yaitu data yang langsung dikumpulkan oleh peneliti sebagai penunjang dari sumber pertama. Dapat juga dikatakan data yang tersusun dalam bentuk dokumen-dokumen. Menurut Sugiyono (2009:137) yang termasuk data sekunder adalah literature, artikel, jurnal, serta situs di internet yang berkenaan dengan penelitian yang dilakukan

1.4.4 Metode Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data yang digunakan pada penelitian ini adalah:

1. Observasi

Menurut Yusi dan Idris (2016:112) mengemukakan observasi adalah suatu cara yang digunakan oleh penulis untuk mendapatkan data (informasi) yang merupakan tingkah laku nonverbal dari responden, dengan tujuan untuk memperoleh data yang dapat menjelaskan dan atau menjawab permasalahan penulis. Jenis Observasi yang akan dilakukan oleh peneliti ialah Observasi Terus Terang atau Tersamar (Sugiyono 2018:299). Dalam hal ini, peneliti dalam melakukan pengumpulan data menyatakan terus terang kepada sumber data bahwa ia sedang melakukan penelitian. Jadi

mereka yang diteliti mengetahui sejak awal sampai akhir tentang aktifitas peneliti.

2. Wawancara

Metode yang digunakan dalam pengumpulan data penelitian ini dengan cara melakukan wawancara semi terstruktur dengan Ibu Nelyana selaku pemilik Rumah Makan Pondok Pindang USAI di Kabupaten Lahat Sumatera Selatan. (yang berpacu pada pedoman namun sifatnya masih terbuka).

3. Angket

Menurut Sugiyono (2006:199) kuesioner atau angket merupakan teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan cara memberi seperangkat pertanyaan atau pernyataan tertulis kepada responden untuk dijawabnya. Dalam penelitian ini, penulis menggunakan kuesioner dan google form untuk mendapatkan data primer. Dengan melakukan penyebaran kuesioner kepada konsumen/pengunjung yang datang pada saat pengambilan data atau konsumen yang pernah datang di Rumah Makan Pondok Pindang USAI untuk mengukur persepsi responden digunakan skala Likert (Rangkuti, 1997).

1.4.5 Instrumen Pengumpulan Data

Menurut Arikunto (2006: 134) yang dimaksud instrumen adalah alat bantu yang dipilih dan digunakan oleh peneliti dalam kegiatan pengumpulan data agar menjadi mudah dan sistematis. Maka, instrumen penelitian adalah alat bantu yang digunakan peneliti guna membantu dan mempermudah dalam pengumpulan data penelitian. Terdapat dua macam instrumen dalam penelitian ini yaitu lembar angket dan lembar wawancara. Menurut Sugiono (2008:121) gabungan dari instrumen angket dan wawancara dapat digunakan untuk mendapatkan data yang lengkap, akurat, dan konsisten.

1.4.6 Populasi dan Sampel

a. Populasi

Populasi menurut Sugiyono (2006:117) adalah wilayah generalisasi yang terdiri dari obyek/subyek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang diterapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya. Apabila seseorang ingin meneliti semua elemen yang ada dalam wilayah penelitian, maka penelitiannya juga disebut penelitian populasi. Populasi juga bukan hanya jumlah yang ada pada obyek/subyek yang dipelajari, akan tetapi meliputi seluruh karakteristik/sifat yang dimiliki oleh subyek/obyek tersebut.

Pada penelitian ini yang termasuk dalam populasi adalah pemilik/pengelola dan konsumen Rumah Makan Pondok Pindang USAI yaitu sebanyak 900 orang per bulan.

b. Sampel

Sampel adalah bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi tersebut (Sugiyono, 2006:118). Untuk sampel yang layak dalam penelitian antara 30 sampai dengan 500 (Sugiyono, 2006:131), sedangkan menurut Suharsimi (2002:112) apabila jumlah populasi kurang dari 100, maka lebih baik seluruh populasi dijadikan sampel.

Penelitian ini dalam menentukan sampel termasuk dalam nonprobability dengan menggunakan Teknik *Simple Random Sampling*, yaitu pengambilan anggota sampel dari populasi yang dilakukan secara acak tanpa memperhatikan strata yang ada dalam populasi itu. Jadi sampel diperoleh dari para konsumen Rumah Makan Pondok Pindang USAI.

c. Teknik Pengambilan Sampel

Dalam menghitung sampel, penulis menggunakan rumus Slovin menurut Umar (2000:146), dengan derajat kepercayaan 90%

dan tingkat kegagalan 10%. Populasi konsumen jumlah dalam satu bulan rumus tersebut dapat dituliskan sebagai berikut:

$$n = \frac{N}{1 + N(e)^2}$$

Keterangan:

n = Jumlah Sampel

N = Jumlah Populasi

e = Jumlah Kesalahan

Untuk menghitung jumlah sampel yang akan digunakan untuk mengisi kuesioner yang berbentuk google form, maka dapat dihitung dengan metode Slovin, yaitu:

Diketahui:

$$n = \frac{900}{1 + 900(0,1)^2}$$

$$n = \frac{600}{1 + 9}$$

$$n = \frac{900}{10}$$

$$n = 90$$

Maka jumlah sampel penelitian yang akan diambil adalah sebanyak 90 orang.

1.4.7 Skala Pengukuran

Skala pengukuran yang digunakan dalam penelitian ini sebagaimana ditunjukkan pada rumusan masalah yang kedua yaitu mengetahui tanggapan konsumen terhadap strategi bauran pemasaran pada Rumah Makan Pondok Pindang USAI di Kabupaten Lahat Sumatera Selatan ialah menggunakan Skala Likert. Skala ini meminta responden menunjukkan tingkat persetujuan atau tidak setujunya terhadap serangkaian pertanyaan

tentang suatu objek. Menurut Istijano (2009:90) skala likert ini biasanya memiliki 5 atau 7 dari “Sangat Setuju” sampai “Sangat Tidak Setuju”. Dalam penelitian ini, peneliti memberikan 5 alternatif jawaban kepada responden melalui angket (kuesioner) dengan rentang skala yang digunakan adalah 1 sampai 5. Pemetaan bobot penilaian adalah sebagai berikut:

Skala 1 = Sangat Tidak Setuju, diberi bobot 1

Skala 2 = Tidak Setuju, diberi bobot 2

Skala 3 = Netral, diberi bobot 3

Skala 4 = Setuju, diberi bobot 4

Skala 5 = Sangat Setuju, diberi bobot 5

Sedangkan interval dalam penelitian ini dapat ditetapkan dengan:

$$\text{Interval} = \frac{\text{nilai tertinggi} - \text{nilai terendah}}{\text{banyaknya kelas}} = \frac{5-1}{5} = 0,8$$

Menurut Sugiono (2013:134) rentang skala dapat ditunjukkan sebagai berikut:

Tabel 1.2
Kategori Skala

Skala		Kategori
1,00	1,80	Sangat Buruk
1,81	2,60	Buruk
2,61	3,40	Cukup
3,41	4,20	Baik
4,21	5,00	Sangat Baik

Sumber: Diadaptasi dari Sugiono, (2013)

Berikut adalah garis kontinum yang digunakan untuk memudahkan penulis melihat kategori penilaian mengenai variabel yang diteliti

Sangat Buruk	Buruk	Cukup	Baik	Sangat Baik	
1,00	1,80	2,60	3,40	4,20	5,00

Gambar 1.1 Garis Kontinum Tanggapan Konsumen

Sumber: Sugiyono, (2013)

1.4.8 Analisa Data

Analisis adalah mengelompokkan, membuat suatu uraian, memanipulasi serta meningkatkan data sehingga mudah untuk dibaca. Menurut Wasito (1995:88-89), tujuan analisis data adalah untuk menyederhanakan, sehingga mudah menafsirkannya.

Menurut Sugiyono (2012:245-252) adapun langkah-langkah analisis data yang diterapkan pada penelitian ini, sebagaimana di tawarkan oleh Miles dan Huberman, serta oleh Emzir, yaitu:

1. Reduksi Data, dimana data yang didapatkan dicatat dengan teliti dan rinci. Reduksi data dalam hal ini berarti merangkum, memilah hal yang pokok, fokus pada hal yang penting dan dengan mencari tema dan polanya.
2. Penyajian Data, yakni data yang didapatkan dikategorikan ke dalam pola spesifik dan jelas sesuai dengan konteks data tersebut. Penyajian data dapat berupa tabel, grafik, diagram lingkaran, diagram batang dan sejenisnya.
3. Verifikasi, yakni penarikan kesimpulan dari data yang di hasilkan dengan ditunjang kredibilitas sumber penunjang.

Dalam penelitian ini, penulis menggunakan kuesioner yang telah di sebar kepada responden dan hasil wawancara yang telah dilakukan kepada pemilik rumah makan pondok pindang USAI kemudian dilakukan analisis sehingga menghasilkan suatu gambaran yang jelas. Setelah diperoleh gambaran tersebut, dapat di ambil kesimpulan tentang bauran pemasaran yang digunakan dan tanggapan konsumen terhadap produk, harga, lokasi dan promosi pada rumah makan pondok pindang USAI.

Berikut analisis yang dilakukan melalui wawancara dan kuesioner pada penelitian ini

1. Wawancara

Untuk tahap analisis wawancara, yang dilakukan oleh peneliti adalah membuat daftar pertanyaan untuk wawancara, pengumpulan data, dan analisis data yang dilakukan sendiri oleh peneliti.

2. Kuesioner

Untuk tahap analisis data kuesioner, menggunakan rumus:

a. *Mean* (rata-rata hitung)

Rata-rata hitung mean adalah nilai rata-rata dari data-data yang ada. Bila dituliskan dengan rumus adalah sebagai berikut:

$$(\bar{x}) = \frac{\sum x_i f_i}{n} \quad (\text{Durianto, Sugiarto, dan Sitinjak 2001:43})$$

Keterangan:

x_i = nilai pengukuran ke-I

f_i = frekuensi kelas ke-i

n = banyaknya pengamatan

Rumus ini digunakan untuk menghitung rata-rata jawaban dari responden mengenai tanggapan konsumen terhadap bauran pemasaran Rumah Makan Pondok Pindang USAI.

b. *Persentase*

Cara menghitung persentase secara keseluruhan adalah frekuensi dibagi dengan jumlah responden dikalikan 100%. Jika dinyatakan dengan rumus sebagai berikut:

$$\text{Persentase} = \frac{\text{frekuensi} \times 100\%}{\text{Jumlah responden}} \quad (\text{Subagyo, 2003})$$

Rumus diatas digunakan untuk mengetahui persentase secara keseluruhan dari tiap-tiap jawaban yang didapat mengenai karakteristik responden yang meliputi jenis kelamin dan usia, juga masing-masing tanggapan konsumen terhadap bauran pemasaran yang meliputi 4P (*Product, Price, Place, Promotion*).

1.4.9 Keabsahan Data

Teknik yang digunakan dalam uji keabsahan data pada penelitian ini adalah:

1. *Triangulasi*

Triangulasi diartikan sebagai pengecekan silang antar data yang didapatkan, melalui berbagai cara dan berbagai waktu. Dalam penelitian

tersebut, teknik triangulasi yang digunakan adalah triangulasi sumber dan triangulasi teknik teknik pengumpulan data.

2. Pengecekan kecukupan referensi

Pengecekan kecukupan referensi berkaitan dengan rekam jejak data yang di temukan peneliti sebagai bahan pendukung. Sebagai contoh adalah perlu adanya bukti rekaman data hasil wawancara, ataupun foto dokumentasi baik dalam bentuk soft maupun hard. Maka dalam penelitian tersebut, untuk menguatkan keabsahan dan kredibilitas data yang didapatkan peneliti melakukan pengecekan kecukupan referensi sebagai bentuk data fisik pendukung terhadap data yang telah didapatkan.

1.4.10 Uji Validitas dan Reliabilitas Data

1.4.10.1 Uji Validitas

Menurut Sugiyono (2011:121) Uji validitas adalah ketepatan antara data yang terkumpul dengan data yang sesungguhnya terjadi pada obyek yang di teliti. Teknik uji yang digunakan adalah teknik korelasi melalui koefisien *Product Moment*. Skor ordinal dari setiap item pertanyaan yang diuji validitasnya dikorelasikan dengan skor ordinal keseluruhan item, jika koefisien korelasi tersebut positif, maka item tersebut valid, sedangkan jika negative maka item yang tersebut tidak valid dan akan dikeluarkan dari kuesioner atau digantikan dengan pernyataan perbaikan. Rumus Korelasi *Product Moment*:

$$r_{xy} = \frac{n (\sum XY) - (\sum X)(\sum Y)}{\sqrt{(n \sum X^2 - (\sum X)^2) (n \sum Y^2 - (\sum Y)^2)}}$$

Keterangan:

r_{xy} = Menunjukkan indeks korelasi antara dua variabel yang dikorelasikan

r = Koefisien validitas item yang dicari, dua variabel yang dikorelasikan

X = Skor untuk pernyataan yang dipilih

Y = Skor total yang diperoleh dari seluruh item

$\sum X$ = jumlah skor dalam distribusi X

$\sum Y$ = Jumlah skor dalam distribusi Y

$\sum Y^2$ = Jumlah kuadrat dalam skor distribusi Y

N = Banyaknya responden

Keputusan pengujian validitas item responden adalah sebagai berikut:

1. Nilai r dibandingkan dengan nilai r tabel dengan $df = n - 2$ dan taraf signifikan sebesar 10%
2. Item pertanyaan yang diteliti dikatakan valid jika $r_{hitung} > r_{tabel}$.
3. Item pertanyaan yang diteliti dikatakan tidak valid jika

$$r_{hitung} < r_{tabel}$$

Pengujian validitas instrument dalam penelitian ini dilakukan pada setiap item pertanyaan, yang terdiri dari 20 item pertanyaan.

1.4.10.2 Uji Reliabilitas

Hasil penelitian yang reliable, bila terdapat kesamaan data dalam waktu yang berbeda (Sugiyono 2011:121). Pengujian reliabilitas instrument dengan rentang skor antara 1-5 menggunakan rumus Cronbach's Alpha (Arikunto 2010:239), dengan rumus sebagai berikut:

$$r_{11} = \left(\frac{k}{k-1} \right) \left(1 - \frac{\sum \sigma b^2}{\sum 12} \right)$$

Keterangan:

r_{11} = Reliabilitas Instrumen

k = Banyaknya butir pertanyaan

$\sum \sigma b^2$ = Jumlah Varians butir tiap pertanyaan

$\sum 12$ = Varians total

Menurut Arikunto (2010:239) Jumlah varians butir dapat dicari dengan rumus sebagai berikut:

$$\sigma^2 = \frac{\sum x^2 - \frac{(\sum x)^2}{n}}{n}$$

Keterangan:

$\sigma^2 =$ Varians

$\sum x =$ Jumlah skor

N = Jumlah Responden

Keputusan pengujian reliabilitas instrument dapat dilihat sebagai berikut:

1. Instrument dikatakan reliable jika $r_{hitung} > r_{tabel}$.
2. Instrument dikatakan tidak reliable $r_{hitung} < r_{tabel}$.