

BAB III METODE PENELITIAN

A. Jenis Dan Pendekatan

Jenis dalam riset ini beracuan sumber data yang dipakai, yakni menggunakan riset lapangan (data primer) dan penelitian kepustakaan (data sekunder) sebab di dalam riset ini memperoleh data secara langsung dari partisipan. Data tersebut berisi tanggapan responden mengenai *islamic branding*, iklan dan keputusan pembelian pada produk pepsodent selama pandemi Covid-19. Data yang didapat dengan cara langsung membagikan kuesioner atau daftar pertanyaan kepada konsumen di CV Sri Sumarni. Selain itu didalam penelitian ini juga memperoleh data yang bersifat tidak langsung dari partisipan penelitian, namun riset ini pula memperoleh data dari pihak ketiga yang memiliki informasi data yang diperlukan.

Pendekatan pada riset ini memakai pendekatan kuantitatif. Pendekatan kuantitatif umumnya dipakai guna merumuskan masalah yang sederhana, tidak rumit, tidak kompleks, atau dibatasi sebagian oleh dua variabel atau lebih.¹ Selain itu dalam pendekatan kuantitatif dipakai guna populasi atau sampel tertentu. Metode penentuan sampel biasanya dijalankan secara acak, tetapi pengumpulan data bersifat statistik untuk tujuan pengujian hipotesis tertentu dengan menggunakan alat penelitian dan analisis.² Pada hal ini ragam riset kuantitatif yang dipakai yaitu riset kuantitatif korelasi karena bermaksud guna diketahui keterkaitan dua variabel atau lebih, dan data masing masing variabel berupa interval atau rasio. Variabel tersebut yaitu *islamic branding*, iklan dan keputusan pembelian.

B. Setting Penelitian

Lokasi riset ialah tempat atau daerah di mana seorang peneliti menjalankan riset. Riset ini mengambil lokasi di CV.

¹ Tim Pedoman Penyusunan Skripsi, *Pedoman Penyusunan Skripsi*, (Kudus : 2019) 30.

² Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif kualitatif dan R&D*, (Bandung: Alfabeta, 2011) 14.

Sri Sumarni Kabupaten Kudus. Masa riset sudah dijalankan dalam bulan April hingga Agustus 2022 setelah memperoleh surat izin penelitian dari kampus guna menjalankan riset.

C. Populasi dan Sampel

Menurut Anwar sanusi, populasi ialah sekumpulan bagian lengkap yang mewakili ciri-ciri tertentu yang bisa dipakai guna menarik ringkasan.³ Jumlah populasi yang akan digunakan ialah seluruh pengguna produk pepsodent yang ada di CV. Sri Sumarni Kudus, yang jumlah pastinya tidak diketahui atau dapat dikategorikan dalam tak terhingga. Hal ini disebabkan karena jumlah toko yang berada di bawah CV. Sri Sumarni Kudus berjumlah 688 toko, maka dari itu jumlah pengguna produk pepsodent yang membeli di Cv. Sri Sumarni Kudus tidak diketahui.

Populasi tak terbatas adalah kelompok sumber data yang tidak dapat diukur. Oleh karena itu, luas populasi tidak terbatas dan hanya dapat digambarkan secara kualitatif.⁴

Sedangkan sampel ialah bagian dari bagian populasi yang dipilah melalui pemakaian *sampling*. *Sampling* adalah sesuatu cara yang akan dijadikan dasar untuk memilih atau menyeleksi.⁵ Karena populasinya besar dan tidak diketahui secara yakin, maka peneliti memilih menggunakan *non-probability* atau non peluang.⁶

Metode penentuan sampel dalam riset ini memakai metode *non probability sampling*. Ada beberapa tipe dalam *nonprobability sampling* namun dalam penelitian penulis menggunakan metode *purposive sampling*, yaitu teknik penentuan sampel dengan pertimbangan tertentu.⁷ Adapun langkah langkah untuk mengambil subjek yang menjadi sampel ini dilakukan dengan syarat:

³ Anwar Sanusi, *Metodologi Penelitian Bisnis* (Jakarta: Salemba Empat, 2014) 87.

⁴ Burhan Bungin, *Metodologi Penelitian Kuantitatif : Komunikasi, Ekonomi dan Kebijakan Publik Serta Ilmu-Ilmu Sosial Lainnya* (Jakarta: Kencana Prenade Media Group, 2009) 99.

⁵ Anwar Sanusi, *Metodologi Penelitian Bisnis* (Jakarta: Salemba Empat, 2014) 87.

⁶ Soekidjo Notoatmodjo, *Metodologi Kesehatan*, (Jakarta: Rineka Cipta, 2003) 79.

⁷ Sugiyono, *Metode Penelitian Bisnis*, (Bandung: Alfabeta, 2012) 56.

- a. Masih atau pernah menggunakan produk Pepsodent khususnya Pepsodent Siwak selama pandemi Covid-19
- b. Membeli produk Pepsodent di toko dibawah distributor CV. Sri Sumarni Kudus.

Dalam penelitian ini total sampel yang digunakan memakai rumus Lemeshow, hal tersebut disebabkan total populasi tidak diketahui atau tak terhingga. Berikut rumus Lameshow yaitu:⁸

$$n = \frac{Z_1^2 a / 2P(1 - P)}{d^2}$$

Keterangan :

n = Total Sampel

z = Skor z pada keyakinan 95% = 1,96

p = Maksimal estimasi = 0,5

d = Alpha (0,10) atau sampling error = 10%

Dengan rumus diatas, maka total sampel yang hendak dipilih ialah:

$$n = \frac{Z^2 a / 2P(1 - P)}{d^2}$$

$$n = \frac{1,96^2 \cdot 0,5 (1 - 0,5)}{0,1^2}$$

$$n = \frac{3,8416 \cdot 0,25}{0,01}$$

$$n = 96,04 = 100$$

Sehingga jika beracuan rumus diatas maka n yang diperoleh ialah 96,04 dan digenapkan menjadi 100 orang, maka dari itu paa riset ini penulis sekurang kurangnya hendaknya memilih sampel sejumlah 100 orang.

D. Desain dan Definisi Operasional Variabel

Sesuai dengan judul riset ini yaitu Pengaruh *Islamic Branding* Dan Iklan Terhadap Keputusan Pembelian Produk Pepsodent Saat Pandemi Covid-19 (Studi Kasus Pada CV. Sri Sumarni Kudus) maka penulis mengklasifikasikan variabel yang dipakai pada riset ini menjadi variabel independen (X)

⁸ Stanley Lameshow dkk, *Besar Sampel dalam Penelitian Kesehatan*, (Yogyakarta: Gajah MAda University Press, 1997) 2.

dan variabel dependen (Y) adapun penejalasannya sebagai berikut :

1. Variabel bebas (*independent variable*)

Variabel bebas (X) sering di istilahkan sebagai variabel stimulus, variabel prediktif. Variabel bebas ialah variabel yang mempengaruhi atau menyebabkan terjadinya perubahan atau terjadinya pada variabel dependen (terikat).⁹ Pada riset ini terdapat dua variabel bebas yaitu *islamic branding* (X1) dan iklan (X2).

Islamic branding menurut Muhammad Nasruallah adalah “Penggunaan nama nama yang berhubungan dengan islam atau mengeipretasikan identitas halal untuk sebuah produk.”¹⁰ Sedangkan pengertian Iklan menurut Menurut Schultz “iklan adalah segala bentuk komunikasi, gagasan, barang, atau layanan non-pribadi berbayar oleh sponsor yang teridentifikasi.”¹¹

2. Variabel Terikat (*dependent variable*)

Variabel terikat adalah variabel yang dipengaruhi atau menjadi akibat, sebab terdapatnya variabel bebas.¹² Pada riset ini variabel independen yang diteliti ialah ketetapan pembelian (Y).

Assauri menjelaskan keputusan pembelian adalah “proses pengambilan keputusan pembelian yang meliputi memutuskan apa yang harus dibeli dan apa yang tidak harus dibeli aktivitas ini dipengaruhi oleh aktivitas sebelumnya yang sudah dilakukan”.¹³

Definisi Operasional variabel berisi tentang definisi dan indikator indikator variabel variabel yang terikat pada riset ini. Operasional variabel juga dimaksudkan guna menetapkan skala penakaran tiap variabel hingga pembuktian dugaan bisa

⁹ Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif kualitatif dan R&D*, (Bandung: Alfabeta, 2011) 39.

¹⁰ Muhammad Nasruallah, “*Islamic Branding Religiualitas Dan Keputusan Konsumen Terhadap Produk*,” *Jurnal Hukum Islam* 13, no. 2 (2015) : 80.

¹¹ M. Anang Firmansyah, *Pemasaran Produk Dan Merek (Planning & Strategy)*, (Surabaya : CV Penerbit Qiara Media, 2019), 77.

¹² Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif kualitatif dan R&D*, (Bandung: Alfabeta, 2011) 39.

¹³ Rini Dwiastuti, dkk., *Ilmu Perilaku Konsumen* (Malang : Universitas Brawijaya Press, 2012), 8.

dijalankan dengan benar melalui instrumen tersebut. Secara detail operasional variabel pada riset ini sebagai berikut:

Tabel 3.1 Definisi Operasional Variabel

No	Variabel	Definisi	Indikator	Skala
1.	Islamic Branding	Penggunaan nama nama yang berhubungan dengan islam atau mengeipretasikan identitas halal guna sebuah produk	<ul style="list-style-type: none"> - <i>Islamic brand by complience</i> - <i>Islamic brand by origin</i> - <i>Islamic brand by customer</i> 	Likert
2.	Iklan	iklan ialah semua wujud percakapan, gagasan, barang, atau jasa non-pribadi berbayar oleh sponsor yang teridentifikasi	<ul style="list-style-type: none"> - Dapat menimbulkan perhatian - Menarik - Dapat menimbulkan keinginan 	Likert
3.	Keputusan Pembelian	Tahapan penentuan keputusan pembelian yang meliputi memutuskan apa yang harus dibeli dan apa yang tidak harus dibeli aktivitas ini dipengaruhi oleh aktivitas sebelumnya yang sudah dilakukan	<ul style="list-style-type: none"> - Harapan guna memakai produk - Harapan guna membeli produk - Mencari keterangan - Menjalankan penilaian produk - Menyarankan kepada orang lain pasca beli 	Likert

E. Uji Validitas dan Reliabilitas Instrumen

1. Uji Validitas

Validitas ialah sejauh mana tes menakar apa yang sebenarnya hendak ditakar. Validasi membuktikan apakah instrumen yang digunakan mempunyai akurasi guna menakar apa yang seharusnya ditakar.¹⁴ Uji validitas pada riset ini memakai program SPSS 16. Rumus yang dipakai guna menghitung taraf kebenaran ialah *Pearson Correlation Product Moment*, sebagai berikut:

$$r_{xy} = \frac{N (\sum XY) - (\sum X) (\sum Y)}{\sqrt{(N \sum X^2 - [\sum x]^2) (N \sum y^2 - [\sum y]^2)}}$$

Keterangan :

r_{xy} = r hitung

R = koefisien korelasi antara variabel X dan variabel Y

N = total sampel

$\sum x^2$ = kuadrat faktor variabel X

$\sum y^2$ = kuadrat faktor variabel Y

$\sum xy$ = total perkalian faktor korelasi variabel X dan Y

Apabila $r_{hitung} >$ atau $= r_{tabel}$ maka butir dinyatakan benar. Apabila $r_{hitung} < r_{tabel}$ maka butir dikatakan tidak benar.

Riset ini menggunakan berbentuk kuesioner dengan memakai skala likert dan data berwujud data ordinal. Skala likert ialah skala yang khusus dipakai guna menakar perilaku, perspektif, dan persepsi seseorang atau segolongan orang terhadap suatu objek sikap atau perlakuan¹⁵

2. Uji Reliabilitas

Reliabilitas pada dasarnya menakar keunggulan instrumen. Sebuah penakaran dinyatakan unggul apabila penakaran itu memberikan hasil yang konsisten.¹⁶ Uji

¹⁴ Rully Indrawan dan Poppy Yaniawati, *Matode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan Campuran untuk Manajemen Pembangunan dan Pendidikan* (Bandung : PT Refika Aditama, 2014) 123.

¹⁵ Rully Indrawan dan Poppy Yaniawati, *Matode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan Campuran untuk Manajemen Pembangunan dan Pendidikan* (Bandung : PT Refika Aditama, 2014) 117.

¹⁶ Rully Indrawan dan Poppy Yaniawati, *Matode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan Campuran untuk Manajemen Pembangunan dan Pendidikan* (Bandung : PT Refika Aditama, 2014) 125.

reliabilitas berguna untuk menetapkan apakah instrumen yang mana dalam hal ini yaitu kuesioner dapat digunakan lebih dari satu kali, paling tidak digunakan oleh responden yang sama akan menghasilkan data yang konsisten.¹⁷

Uji reliabilitas pada riset ini memakai rumus Koefisien Alfa (*Cronbach's Alpha*) yang dipakai pada konsistensi internal.¹⁸

$$r_{ac} = 1 - \frac{k}{k-1} \left| \frac{\sum \sigma_b^2}{\sigma_t^2} \right|$$

Keterangan :

r_{ac} = koefisien reliabilitas alpha croanbach

k = banyak butir/item pertanyaan

$\sum \sigma_b^2$ = total varians per butir/item pertanyaan.

σ_t^2 = total varians

Suatu kuesioner dikatakan reliabel atau handal apabila jawaban seseorang terhadap pernyataan adalah konsisten atau stabil dari waktu ke waktu. Suatu konstruk atau variabel dapat dikatakan reliabel apabila nilai yang diperoleh dalam proses pengujian dengan uji statistik Cronbach's Alpha > 0,70 dan sebaliknya apabila nilai Cronbach's Alpha < 0,70 maka suatu konstruk atau variabel dikatakan tidak reliabel.¹⁹

F. Teknik Pengambilan Data

Pada upaya guna memperoleh data yang diperlukan, adapun teknik yang digunakan ialah:

1. Metode Kuesioner (Angket)

Teknik ini ialah metode penghimpunana data yang dijalankan melalui metode memberi sejumlah pertanyaan atau pernyataan tertulis untuk dijawab kepada responden.²⁰

¹⁷ Yaya Suryana, *Metode Penelitian Manajemen Pendidikan* (Bandung: Pustaka Setia, 2015) 235.

¹⁸ Rully Indrawan dan Poppy Yaniawati, *Matode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan Campuran untuk Manajemen Pembangunan dan Pendidikan* (Bandung : PT Refika Aditama, 2014) 126.

¹⁹ Imam Ghozali, *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS, Cetakan 5* (Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro, 2011), 48.

²⁰ Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif kualitatif dan R&D*, (Bandung: Alfabeta, 2011), 199.

Dalam pengukuran data, peneliti menggunakan instrumen penelitian skala likert. Skala likert digunakan untuk mengukur sikap, pendapat dan persepsi seseorang atau kelompok orang tentang fenomena sosial. Dalam penelitian, fenomena sosial ini telah ditetapkan seseorang oleh peneliti yang selanjutnya disebut sebagai variabel penelitian.²¹

Jawaban setiap instrumen yang menggunakan skala likert memiliki gradasi dari sangat setuju sampai sangat tidak setuju dengan 5 alternatif jawaban sebagai berikut:

Tabel 3.2
Alternatif Jawaban Responden

Skor	Keterangan
5	Sangat Setuju
4	Setuju
3	Netral
2	Kurang Setuju
1	Tidak Setuju

2. Dokumentasi

Dokumentasi menurut sugiyono yaitu sebuah cara yang digunakan untuk memperoleh data dan informasi dalam bentuk buku, arsip, dokumen, tulisan angka dan gambar yang berupa laporan serta keterangan yang dapat mendukung penelitian.²² Dokumentasi yang digunakan dalam penelitian ini meliputi data laporan keuangan produk Pepsodent CV Sri Sumarni Kudus, profil dan sejarah perusahaan.

G. Teknik Analisis Data

Pada riset kuantitatif, analisis data ialah aktivitas setelah data dari semua responden terhimpun. Analisis data ialah bagian yang sangat vital pada Teknik ilmiah sebab melalui analisis sebuah data bisa diberi dan arti yang bermanfaat untuk menyelesaikan masalah riset. Pada riset ini Analisa data memakai telaah asosiatif yakni regresi linierberganda.

²¹ Mashrukin, *Metodologi Penelitian Kuantitatif* (Kudus: Media Ilmu Press, 2015), 100.

²² Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif kualitatif dan R&D*, (Bandung: Alfabeta, 2011) 329.

1. Uji Asumsi Klasik

a. Uji Normalitas

Pembuktian asumsi normalitas guna membuktikan data variabel bebas (X) dan variabel terikat (Y) pada persamaan regresi yang dihasilkan, apakah berdistribusi normal atau berdistribusi tidak normal. Ada dua cara untuk mendeteksi apakah residual berdistribusi normal atau tidak yaitu dengan analisis grafik dan uji statistik.²³

Jika sebuah variabel tidak berdistribusi secara normal, maka hasil uji statistik akan menjalani penurunan. Dalam uji normalitas data bisa dijalankan melalui pemakaian uji One Sample Kolmogorov Smirnov yakni dengan syarat jika skor signifikansi lebih dari 5% atau 0,05 maka data mempunyai distribusi normal. Sedangkan apabila hasil uji One Sample Kolmogorov Smirnov memperoleh skor signifikan dibawah 5% atau 0,05 maka data tidak mempunyai distribusi normal.²⁴

Sedangkan analisis grafik Normal Probability Plot yaitu dengan melihat pada sumbu diagonal dari grafik atau dengan melihat histogram dari residunya. Dasar pengambilan keputusan yaitu sebagai berikut:

- 1) Apabila data menyebar di sekitar garis diagonal dan mengikuti arah garis diagonal atau grafik histogramnya, maka menunjukkan pola distribusi normal sehingga model regresi tersebut memenuhi asumsi normalitas.
- 2) Apabila data menyebar jauh dari garis diagonal dan tidak mengikuti arah garis diagonal atau grafik histogramnya, maka tidak menunjukkan pola distribusi normal sehingga model regresi tersebut tidak memenuhi asumsi normalitas.²⁵

²³ Imam Ghozali, *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS, Cetakan 4* (Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro, 2006), 147.

²⁴ Imam Ghozali, *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program SPSS*, (Semarang :Badan PenerbitUniversitas Diponegoro, 2005) 160.

²⁵ Imam Ghozali, *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program SPSS*, (Semarang :Badan PenerbitUniversitas Diponegoro, 2005) 149.

b. Uji Multikolinieritas

Uji asumsi klasik multikolinieritas ini digunakan untuk mengukur tingkat korelasi (keeratan) hubungan/pengaruh antar variabel bebas. Indikator model regresi yang baik ialah tidak terdapat korelasi di antara variabel independen. Cara mengukur uji multikolinieritas yakni dengan melihat *Variance Inflation Factor* (VIF), apabila VIF lebih dari sama dengan 10 maka mengalami multikolinieritas sebaliknya jika VIF kurang dari sama dengan 10 maka tidak mengalami multikolinieritas.²⁶

c. Uji Heteroskedastisitas

Pada persamaan regresi berganda hendaknya butuh dibuktikan terkait sama atau tidak varians dari residual dari observasi yang satu dengan pengamatan lainnya. Salah satu metode yang diketahui terdapat tidaknya heteroskedastisitas dalam sebuah model regresi linier berganda, yakni melalui melihat grafik scatterplot atau dari skor dugaan variabel terikat yakni SRESID dengan residual error yakni ZPRED. Jika tidak ada pola spesifik dan tidak meluas di atas maupun di bawah angka nol pada sumbu y, maka bisa diringkas tidak mengalami heteroskedastisitas. Untuk model riset yang baik ialah yang tidak terdapat heteroskedastisitas.²⁷

Dasar analisis uji heteroskedastisitas yaitu sebagai berikut:

- 1) Jika terdapat pola tertentu, seperti titik-titik yang ada membentuk pola tertentu yang teratur (bergelombang, melebar kemudian menyempit) maka hal tersebut mengindikasikan telah terjadi heteroskedastisitas.
- 2) Jika tidak terdapat pola yang jelas, titik-titik menyebar di atas dan di bawah angka 0 pada

²⁶ Imam Ghozali, *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program SPSS*, (Semarang :Badan PenerbitUniversitas Diponegoro, 2005) 106.

²⁷ Imam Ghozali, *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program SPSS*, (Semarang :Badan PenerbitUniversitas Diponegoro, 2005) 139-140.

sumbu Y, maka tidak terjadi heteroskedasitas.²⁸

2. Regresi Linier Berganda

Beracuan maksud riset, analisis data dijalankan melalui pemakaian telaah linier berganda. Analisis ini digunakan untuk mengetahui arah dan seberapa besar pengaruh variabel independen terhadap variabel dependen.²⁹ Pada riset ini variabel bebas (X) yaitu *islamic branding* (X1) dan Iklan (X2). Sedangkan variabel terikat yakni keputusan pembelian (Y). Dengan demikian, rumus persamaan regresi linier berganda yang dipakai pada riset ini diantaranya:

$$Y' = \alpha + b_1 X_1 + b_2 X_2 + e$$

Keterangan

- Y' = keputusan pembelian
- α = konstanta dari keputusan regresi
- b₁ = koefisien regresi X₁ (*islamic branding*)
- b₂ = koefisien regresi X₂ (iklan)
- X₁ = *islamic branding*
- X₂ = iklan
- e = error/variabel pengganggu

3. Koefisien Korelasi (R)

Koefisien korelasi dipakai guna diketahuai kuatnya keterkaitan variabel *independent* secara bersamaan terhadap variabel *dependent*. Semakin besar skor R, maka semakin kuat keterkaitan variabel *independent* secara bersamaan terhadap variabel *dependent*. Berikut rumus untung penghitungan koefisien korelasi:³⁰

$$r_{xy} = \frac{N (\sum XY) - (\sum X) (\sum Y)}{\sqrt{(N \sum X^2 - [\sum x]^2) (N \sum y^2 - [\sum y]^2)}}$$

Keterangan :

- r_{xy} = r_{hitung}
- R = koefisien korelasi antara variabel X dan variabel Y
- N = total sampel

²⁸ Imam Ghozali, *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program SPSS*, (Semarang :Badan PenerbitUniversitas Diponegoro, 2005) 139.

²⁹ Imam Ghozali, *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program SPSS*, (Semarang :Badan PenerbitUniversitas Diponegoro, 2018) 95

³⁰ Anwar Sanusi, *Metodologi Penelitian Bisnis* (Jakarta: Salemba Empat, 2014) 122.

$$\begin{aligned}\sum x^2 &= \text{kuadrat faktor variabel X} \\ \sum y^2 &= \text{kuadrat faktor variabel Y} \\ \sum xy &= \text{total perkalian faktor korelasi variabel X dan Y}\end{aligned}$$

4. Koefisien Determinasi (R^2)

Pembuktian koefisien determinasi (R^2) bermaksud guna diketahui seberapa besar kemampuan variabel bebas menjelaskan variabel terikat bisa dilihat pada SPSS, koefisien determinasi terdapat dalam *Model Summary* dan tercatat *R Square*.³¹

5. Uji F (*Simultan*)

Pembuktian dugaan pada riset ini memakai uji F dan uji t. Uji F dipakai guna diketahui taraf signifikansi pengaruh variabel-variabel independen secara bersama-sama (*simultan*) terhadap variabel dependen.³²

$$F_{hitung} = \frac{R^2 / k}{(1 - R^2) / (n - k - 1)}$$

Keterangan:

- R^2 = koefisien determinasi
 n = total data atau kasus
 k = total variabel independen

Pengujian ini dijalankan melalui observasi *Fhitung* pada alpha (α) 5%:

- Jika skor *Fhitung* > *Ftabel*, maka *H0* tidak diterima dan *H1* tidak ditolak
- Jika skor *Fhitung* < *Ftabel*, maka *H0* tidak ditolak dan *H1* tidak diterima

6. Uji t (*Parsial*)

Uji t dijalankan guna menyatakan seberapa jauh pengaruh satu variabel penjelas atau bebas secara individual ketika menguraikan variasi variabel terikat.³³

$$t_{hit} = \frac{b}{sb} \text{ atau}$$

³¹ Anwar Sanusi, *Metodologi Penelitian Bisnis* (Jakarta: Salemba Empat, 2014) 125.

³² Imam Ghozali, *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program SPSS*, (Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro, 2005) 84.

³³ Imam Ghozali, *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program SPSS*, (Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro, 2005) 84.

$$t_{hit} = \frac{r \sqrt{n-2}}{\sqrt{1-r^2}}$$

Keterangan :

t = skor t hitung

b = koefisien regresi

sb = standar error

r = koefisien korelasi sederhana

n = total sampel atau data

Melalui pemakaian taraf kepercayaan alpha (α) sebesar 5% dan tingkat kebebasan (n-1). Selanjutnya dibandingkan antara t_{hitung} dengan t_{tabel} , maka:

- a. Jika skor $t_{hitung} > t_{tabel}$, maka H_0 tidak diterima dan H_1 tidak ditolak
- b. Jika skor $t_{hitung} < t_{tabel}$, maka H_0 tidak ditolak dan H_1 tidak diterima

