

## BAB III METODE PENELITIAN

### A. Jenis dan Pendekatan

Jenis penelitian yang digunakan berupa *field research* (penelitian lapangan), di mana penelitian lapangan adalah pengamatan langsung terhadap objek yang diteliti guna memperoleh data yang relevan sesuai dengan keadaan.<sup>1</sup> Penelitian ini juga menggunakan pendekatan kuantitatif, sehingga data yang dihasilkan dalam penelitian lapangan ini berbentuk angka yang kemudian akan diolah dengan menggunakan program statistik SPSS beserta analisisnya untuk menguji teori, menunjukkan hubungan antar variabel, serta dapat menaksirkan dan meramalkan hasil penelitian sesuai yang diharapkan.<sup>2</sup>

### B. Setting Penelitian

Penelitian ini menggunakan responden generasi muslim di Kabupaten Kudus yang pernah melakukan pembelian dan mengkonsumsi produk halal Sirup parijoto. Metode dalam mengumpulkan data melalui penyebaran kuesioner dengan media google form kepada responden. Waktu penelitian ini dimulai pada tanggal 4 Agustus sampai 5 September.

### C. Populasi dan Sampel

#### 1. Populasi

Populasi ialah generalisasi yang terdiri dari kualitas dan karakteristik pada suatu objek atau subjek yang telah ditentukan oleh peneliti untuk membuat sebuah kesimpulan.<sup>3</sup> Populasi mencakup keseluruhan ciri atau sifat yang dimiliki subjek atau objek.<sup>4</sup> Populasi ini masyarakat yang tinggal di Kabupaten Kudus yang pernah membeli dan mengkonsumsi produk halal Sirup parijoto sebagai populasi, sehingga jumlahnya tidak diketahui secara pasti.

---

<sup>1</sup> Etta Mamang Sangadji dan Sopiah, *Perilaku Konsumen*, 287.

<sup>2</sup> Mudrajad Kuncoro, *Metode Kuantitatif: Teori dan Aplikasi untuk Bisnis dan Ekonomi* (Yogyakarta: Unit Penerbit dan Percetakan AMP YKPN, 2001), 1.

<sup>3</sup> Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D*, 80.

<sup>4</sup> Sugiyono, *Statistika Untuk Penelitian* (Bandung: Alfabeta, 2016), 61.

## 2. Sampel

Sampel adalah bagian dari jumlah dan ciri-ciri populasi<sup>5</sup> Sampel digunakan untuk memudahkan penelitian karena tidak memungkinkan peneliti mencari data dengan besaran populasi yang ada. Sampel yang diambil harus dipastikan *representatif* (mewakili) karena hasil dari sampel tersebut akan diberlakukan untuk populasi.<sup>6</sup>

Teknik pengambilan sampel menggunakan *purposive sampling* yaitu teknik pengambilan sampel yang didasarkan atas pertimbangan tertentu dan seleksi khusus.<sup>7</sup> Hal ini berarti penelitian ini tidak memberikan kesempatan yang sama bagi setiap anggota populasi karena adanya persyaratan tertentu. Persyaratan penelitian ini terdiri dari:

- a. Beragama Islam.
- b. Pernah melakukan pembelian dan mengkonsumsi produk halal Sirup parijoto.

Maka pemilihan ukuran sampel yang peneliti gunakan ditentukan dengan merujuk pada rumus dibawah ini:

$$n = \frac{Z^2 pq}{e^2}$$

Keterangan:

n = Jumlah Sampel

Z = Tingkat keyakinan dalam penentuan sampel (95% = 1,96)

p = peluang benar 50% = 0,5

q = peluang salah 50% = 0,5

e = *margin of error* = 0,10<sup>8</sup>

Berdasarkan acuan rumus tersebut, maka perhitungan sampel dalam penelitian ini, yaitu:

$$n = \frac{Z^2 pq}{e^2}$$

$$n = \frac{(1,96^2 (0,5)(0,5))}{(0,10)^2}$$

$$n = 96,04$$

<sup>5</sup> Sandu Siyoto dan Ali Sodik, *Dasar Metodologi Penelitian* (Yogyakarta: Literasia Media Publishing, 2015), 64.

<sup>6</sup> Sugiyono, *Statistika Untuk Penelitian*, 137.

<sup>7</sup> Sandu Siyoto dan Ali Sodik, *Dasar Metodologi Penelitian*, 66.

<sup>8</sup> Umi Narimawati, *Teori Dan Praktik Dengan Menggunakan SPSS 15* (Yogyakarta: Gava Media, 2008), p. 27

Hasil perhitungan di atas, menunjukkan sampel minimal yang harus diambil sebesar 96 responden. Semakin besar jumlah sampel yang diambil mendekati populasi, maka semakin kecil peluang kesalahan generalisasi.<sup>9</sup> Dengan demikian, peneliti membulatkan jumlah sampel menjadi 100 responden yang diharapkan sampel yang diambil tersebut dapat mewakili populasi yang ada.

#### D. Definisi Operasional Variabel

Definisi operasional variabel merupakan metode yang digunakan peneliti dalam mengoperasionalkan construct, sehingga memungkinkan untuk mereplikasi pengukuran dengan cara yang sama atau bahkan mengembangkannya ke arah yang lebih baik. Juga diartikan sebagai definisi berdasarkan ciri-ciri operasional yang dapat diukur dengan variabel tertentu.<sup>10</sup> Definisi operasional variabel dalam penelitian ini, sebagai berikut:

1. *Religios Belief* adalah sebagai cara individu mengamalkan agamanya dan mengimplementasikan nilai-nilai dan keyakinannya dalam kehidupan sehari-hari. Keyakinan agama Islam memberi umat Islam sumber kesadaran dan motivasi potensial untuk mengkonsumsi dan menggunakan produk halal.<sup>11</sup> Pengukuran variabel *Religios Belief* menggunakan kuesioner berlandaskan indikator yang disusun oleh Tantri Handriana, dkk. (2020), terdiri dari suka/tidak suka, hal yang baik, kepuasan, dan hal yang diinginkan.<sup>12</sup> Indikator tersebut dikembangkan menjadi 5 item pertanyaan dengan menggunakan skala likert 1-5, berdasarkan kriteria sangat tidak setuju, tidak setuju, netral, setuju, dan sangat setuju.
2. Sertifikat Halal merupakan simbol jaminan bagi konsumen Muslim, menunjukkan bahwa suatu produk terbuat dari bahan

---

<sup>9</sup> Sugiyono, *Metode Penelitian Bisnis*, 79.

<sup>10</sup> Nur Indrianto dan Bambang Supomo, *Metode Penelitian Bisnis Untuk Akuntansi Dan Manajemen* (Yogyakarta: BPFE, 1999), 69.

<sup>11</sup> Sonia Citra Wijaya and Vita Briliana, "The Role of Attitude in the Purchase Intention of Indonesian Muslim Men Towards Halal Personal Care Products," *Proceedings of the Tenth International Conference on Entrepreneurship and Business Management 2021*: 262–68, <https://doi.org/10.2991/aebmr.k.220501.040>.

<sup>12</sup> Tanti Handriana, "Purchase Behavior of Millennial Female Generation on Halal Cosmetic Products," *Journal of Islamic Marketing* 12, no. 7 (2020): 1295–1315, <https://doi.org/10.1108/JIMA-11-2019-0235>.

- baku halal dan diproses sesuai dengan persyaratan Syariah.<sup>13</sup> Pengukuran variabel Sertifikat Halal menggunakan kuesioner berlandaskan indikator yang disusun oleh Tantri Handriana, dkk. (2020), terdiri dari suka/tidak suka, hal yang baik, kepuasan, dan hal yang diinginkan.<sup>14</sup> Indikator tersebut dikembangkan menjadi 5 item pertanyaan dengan menggunakan skala likert 1-5, berdasarkan kriteria sangat tidak setuju, tidak setuju, netral, setuju, dan sangat setuju.
3. *Halal Awareness* adalah tingkat pemahaman umat Islam dalam mengetahui masalah yang terkait dengan konsep halal. Pengetahuan tersebut meliputi pemahaman apa yang sah dan bagaimana proses produksi suatu produk sesuai dengan standar halal Islam.<sup>15</sup> Pengukuran variabel Sertifikat Halal menggunakan kuesioner berlandaskan indikator yang disusun oleh Sonia Citra Wijaya and Vita Briliana. (2021), terdiri dari suka/tidak suka, hal yang baik, kepuasan, dan hal yang diinginkan.<sup>16</sup> Indikator tersebut dikembangkan menjadi 5 item pertanyaan dengan menggunakan skala likert 1-5, berdasarkan kriteria sangat tidak setuju, tidak setuju, netral, setuju, dan sangat setuju.
  4. *Attitude toward product* adalah penilaian konsumen terhadap suatu produk yang dapat mendorong konsumen untuk mengambil keputusan untuk membelinya. Pengukuran variabel Sertifikat Halal menggunakan kuesioner berlandaskan indikator yang disusun oleh Sonia Citra Wijaya and Vita Briliana. (2021), terdiri dari suka/tidak suka, hal yang baik, kepuasan, dan hal yang diinginkan.<sup>17</sup> Indikator tersebut dikembangkan menjadi 5 item

---

<sup>13</sup> Sonia Citra Wijaya and Vita Briliana, "The Role of Attitude in the Purchase Intention of Indonesian Muslim Men Towards Halal Personal Care Products," *Proceedings of the Tenth International Conference on Entrepreneurship and Business Management 2021*: 262–68,

<sup>14</sup> Tanti Handriana, "Purchase Behavior of Millennial Female Generation on Halal Cosmetic Products," *Journal of Islamic Marketing* 12, no. 7 (2020): 1295–1315, <https://doi.org/10.1108/JIMA-11-2019-0235>.

<sup>15</sup> Nurcahyo, A., & Hudransyah, "The Influence of Halal Awareness, Halal Certification, and Personal Societal Perception Toward Purchase Intention" *Journal of Business and Management*, 6 (1) (2017):21-31.

<sup>16</sup> Sonia Citra Wijaya and Vita Briliana, "The Role of Attitude in the Purchase Intention of Indonesian Muslim Men Towards Halal Personal Care Products," *Proceedings of the Tenth International Conference on Entrepreneurship and Business Management 2021*: 262–68

<sup>17</sup> Sonia Citra Wijaya and Vita Briliana, "The Role of Attitude in the Purchase Intention of Indonesian Muslim Men Towards Halal Personal Care

pertanyaan dengan menggunakan skala likert 1-5, berdasarkan kriteria sangat tidak setuju, tidak setuju, netral, setuju, dan sangat setuju.

## E. Teknik Pengumpulan Data

### 1. Sumber Data dan Jenis Data

Sumber dan jenis data yang ada dalam penelitian ini ialah subjek asal data itu didapatkan. Berdasarkan sumbernya, data penelitian dibagi menjadi dua yaitu:

#### a. Data Primer

Data primer merupakan data yang diperoleh langsung dari sumber data pertama di objek penelitian.<sup>18</sup> Penelitian ini menggunakan data primer yang didapat dari responden yaitu generasi muslim di Kabupetan Kudus yang pernah melakukan pembelian dan mengkonsumsi produk Sirup parijoto berupa respon atas pertanyaan yang diberikan oleh peneliti melalui kuesioner secara online pada google form.

#### b. Data Sekunder

Data sekunder adalah data yang diperoleh dari sumber kedua secara tidak langsung.<sup>19</sup> Sumber-sumber sekunder terdiri atas berbagai macam, baik dari jurnal, internet, maupun buku-buku dari kepustakaan yang berfungsi sebagai data pendukung untuk melengkapi dan menyempurnakan data.

### 2. Pengumpulan Data

Teknik yang digunakan dalam mengumpulkan data meliputi:

#### a. Kuesioner (Angket)

Kuesioner atau angket merupakan teknik pengumpulan data melalui beberapa pertanyaan yang disusun guna dijawab oleh responden yang dikehendaki.<sup>20</sup> Pertanyaan-pertanyaan yang telah disusun akan dijawab oleh responden. Penyebaran kuesioner penelitian ini dilakukan dengan cara online melalui “google form” yang bertujuan untuk memudahkan responden yang tidak bisa bertemu

---

Products,” Proceedings of the Tenth International Conference on Entrepreneurship and Business Management 2021: 262–68

<sup>18</sup> Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*, 225.

<sup>19</sup> Anwar Sanusi, *Metode Penelitian Bisnis*, 104.

<sup>20</sup> Burhan Bungin, *Metodologi Penelitian Sosial: Format-Format Kuantitatif Dan Kualitatif* (Surabaya: Airlangga University Press, 2001), 130.

secara langsung dan data kuesioner diukur menggunakan skala Likert yang terdiri dari lima kategori pertanyaan, yaitu:

**Tabel 3.1 Skala Instrumen**

Skor	Keterangan	Simbol
5	Sangat Setuju	SS
4	Setuju	S
3	Netral	N
2	Tidak Setuju	TS
1	Sangat Tidak Setuju	STS

b. Dokumentasi

Dokumentasi dilakukan guna mengumpulkan data sekunder dari berbagai macam sumber.<sup>21</sup> Dokumentasi ini berupa data statistik dalam kurun waktu tertentu, jurnal, berita maupun literature yang sesuai terkait dengan penelitian yang digunakan peneliti dalam memahami objek penelitian. Metode ini guna mendapatkan informasi dan data tentang Kabupaten Kudus, produk sirup parijoto, dan dokumen lain yang sesuai dengan penelitian.

**F. Teknik Analisis Data**

Penelitian ini menggunakan analisis data berupa analisis deskriptif, uji instrumen dengan menggunakan uji validitas dan uji reliabilitas, uji asumsi klasik, dan uji hipotesis dengan bantuan program *Statistical Package for Social Sciences (SPSS) for windows 23.0*. SPSS merupakan aplikasi program statistik yang relatif banyak digunakan dalam mengolah data secara cepat dan tepat karena menghasilkan berbagai macam jenis output yang sesuai dengan tujuan suatu penelitian.<sup>22</sup>

Alasan penggunaan SPSS untuk teknik analisis data karena SPSS memiliki sejumlah kelebihan, seperti dapat mengakses berbagai jenis format file data, tampilan data lebih informatif terlebih dalam memberikan informasi ketika terjadi eror, missing data, atau kesalahan, mempermudah dalam akses penggunaan, hingga dapat membantu dalam menganalisis adanya pengaruh antara variabel independen dengan variabel dependen sesuai tujuan yang ingin dicapai dalam penelitian. Adapun teknik analisis data secara detailnya, sebagai berikut:

<sup>21</sup> Anwar Sanusi, *Metode Penelitian Bisnis*, 114.

<sup>22</sup> Sukestiyarno, *Statistika Dasar* (Yogyakarta: CV Andi Offset, 2014), 122.

## 1. Analisis Deskriptif

Analisis deskriptif digunakan untuk mendeskripsikan dan mengelompokkan data penelitian, sehingga memudahkan dalam menganalisis data.<sup>23</sup> Peneliti menggunakan analisis deskriptif berdasarkan frekuensi dan nilai rata-rata serta menggunakan rentang skala *likert scale* dengan skor 1 sampai dengan 5 untuk menganalisis hasil data kuesioner.

## 2. Uji Instrumen

### a. Uji Validitas

Uji validitas menunjukkan sejauh mana dalam mengukur valid tidaknya suatu data yang berisi instrument tentang variabel maupun indikator.<sup>24</sup> Uji validitas dapat diukur dengan membandingkan nilai  $r$  hitung dengan  $r$  tabel untuk  $df$  (*degree of freedom*) =  $n-2$ , di mana  $n$  berarti sampel dengan kriteria penilaian uji validitas, sebagai berikut:

- 1) Jika  $r$  hitung  $\geq r$  tabel (pada taraf signifikansi 0,05), maka dapat dinilai bahwa item kuesioner tersebut valid.
- 2) Jika  $r$  hitung  $\leq r$  tabel (pada taraf signifikansi 0,05), maka dapat dinilai bahwa item kuesioner tersebut tidak valid.

### b. Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas dalam suatu alat pengukur menunjukkan konsistensi hasil pengukuran yang akan menghasilkan data sama meskipun telah diuji beberapa kali.<sup>25</sup> Uji reliabilitas juga diartikan alat untuk mengukur ketetapan suatu objek penelitian yang telah diuji beberapa kali. Pengukuran ini menggunakan metode *Crobach Alpha*. Suatu variabel dalam kuisisioner dikatakan reliabel, jika nilai *Cronbach Alpha*  $> 0,60$ .<sup>26</sup> Hal ini bisa dikatakan semakin kecil kesalahan pengukuran, maka semakin reliabel alat pengukur dan sebaliknya semakin besar kesalahan, akan memengaruhi semakin tidak reliabelnya alat pengukur.

## 3. Uji Asumsi Klasik

### a. Uji Multikolinearitas

Tujuan dari uji multikolinearitas adalah untuk menghitung koefisien korelasi antar variabel independen

<sup>23</sup> Anwar Sanusi, *Metode Penelitian Bisnis*, 116.

<sup>24</sup> Syofian Siregar, *Statistik Parametrik Untuk Penelitian Kuantitatif Dilengkapi Dengan Perhitungan Manual Dan Aplikasi SPSS Versi 17* (Jakarta: Bumi Aksara, 2013), 46.

<sup>25</sup> Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*, 268.

<sup>26</sup> Rochmat Aldy Purnomo, *Analisis Statistik Ekonomi Dan Bisnis Dengan SPSS* (Ponorogo: CV Wade Group, 2002), 79.

dalam model regresi. Model regresi yang baik seharusnya ditunjukkan dengan tidak terjadi korelasi antar variabel independen yang dapat dilihat dengan dua cara, yaitu:

- 1) Nilai *tolerance*
  - a) Apabila nilai *tolerance*  $> 0,10$ , maka dinyatakan tidak terjadi multikolinearitas.
  - b) Apabila nilai *tolerance*  $< 0,10$ , maka dinyatakan terjadi multikolinearitas.
- 2) Nilai *varianve inflation factor* (VIF)
  - a) Apabila nilai VIF  $< 10$ , maka dinyatakan tidak terjadi multikolinearitas.
  - b) Apabila nilai VIF  $> 10$ , maka dinyatakan terjadi multikolinearitas.<sup>27</sup>

#### b. Uji Autokorelasi

Pengujian ini digunakan untuk menguji suatu model apakah variabel pengganggu masing-masing variabel bebas pada periode  $t$  dan peroider  $t-1$  (sebelum) saling mempengaruhi. Model regresi dikatakan baik apabila regresi bebas dari autokorelasi.<sup>28</sup> Pengujian autokorelasi menggunakan pendekatan Durbin Watson (DW test) dengan kriteria penilaian sebagai berikut:

- 1.) Tidak ada autokorelasi jika nilai DW berada di antara batas atas atau Upper Bound ( $du$ ) dan  $(4-du)$  hingga koefisien autokorelasi sama dengan nol.
- 2.) Autokorelasi positif jika nilai DW lebih kecil dari batas fundamental atau Batas Bawah ( $d1$ ) sampai koefisien autokorelasi lebih besar atau lebih kecil dari nol.
- 3.) Autokorelasi negatif terjadi ketika nilai Dw lebih dari  $(4-dl)$  dan koefisien autokorelasi kurang dari nol.
- 4.) Jika nilai DW berada di antara batas atas ( $du$ ) dan bawah ( $dl$ ), atau antara  $(4-du)$  dan  $(4-dl)$ , hasilnya tidak dapat disimpulkan.<sup>29</sup>

---

<sup>27</sup> Slamet Riyanto dan Aglis Andhita Hatmawan, *Metode Riset Penelitian Kuantitatif Penelitian Di Bidang Manajemen, Teknik, Pendidikan dan Eksperimen*, 138.

<sup>28</sup> Slamet Riyanto dan Aglis Andhita Hatmawan, *Metode Riset Penelitian Kuantitatif Penelitian Di Bidang Manajemen, Teknik, Pendidikan Dan Eksperimen* (Yogyakarta: Deepublish, 2020), 138.

<sup>29</sup> Masrukhin, *Metode Penelitan Kuantitatif*, (Kudus: Stain Kudus, 2009): 184.



### c. Uji Heterokedastisitas

Uji heterokedastisitas bertujuan untuk menguji apakah model regresi memiliki ketidaksamaan variance dari residual satu pengamatan ke pengamatan lain. Pendeteksian heterokedastisitas dapat dilakukan dengan melihat ada tidaknya pola dalam grafik plot antara nilai prediksi variabel dependen (SRESID) dengan residualnya (ZPRED). Adapun kriteria analisis datanya, sebagai berikut:

- 1) Jika terdapat pola tertentu seperti titik-titik yang ada membentuk pola tertentu yang teratur (bergelombang, melebar, kemudian menyempit), maka dinyatakan telah terjadi heterokedastisitas.
- 2) Jika tidak terdapat pola yang jelas, serta titik-titik menyebar di atas dan di bawah angka nol pada sumbu Y, maka dinyatakan tidak terjadi heterokedastisitas.<sup>30</sup>

### d. Uji Normalitas

Tujuan uji normalitas yaitu untuk melihat apakah dalam regresi, nilai residualnya berdistribusi normal atau tidak. Idealnya model regresi yang baik ialah ketika nilai residual dalam model regresi berdistribusi normal. Uji normalitas dalam penelitian ini menggunakan metode grafik, yaitu menggunakan metode *grafik Normal P-P Plot of regression standardized residual* dengan ketentuan dikatakan berdistribusi normal apabila hasil data berupa titik-titik menyebar disekitar lajur dan mengikuti garis diagonal. Serta menggunakan grafik histogram dengan ketentuan dikatakan terdistribusi normal apabila terdapat pola distribusi pada kurva membentuk lonceng sempurna.<sup>31</sup>

## 4. Uji Hipotesis

### a. Analisis Regresi Linier Berganda

Regresi linier berganda digunakan untuk mengukur prediksi permintaan yang akan terjadi di masa mendatang dengan menggunakan data masa lalu. Tujuannya untuk mengetahui pengaruh dari dua atau lebih variabel independen (X) dengan satu variabel dependen (Y). Rumus persamaan dari regresi linier berganda adalah sebagai berikut:

---

<sup>30</sup> Slamet Riyanto dan Aglis Andhita Hatmawan, *Metode Riset Penelitian Kuantitatif Penelitian Di Bidang Manajemen, Teknik, Pendidikan dan Eksperimen*, 139-140.

<sup>31</sup> Duwi Priyatno, *Cara Kilat Belajar Analisis Data Dengan SPSS 20* (Yogyakarta: Andi Offset, 2012), 144-47.

$$Z = a + \beta_1 X_1 + \beta_2 X_2 + e$$

$$Y = a + \beta_3 X_3 + \beta_4 X_4 + \beta_5 X_5 + e$$

Keterangan:

$Z$  = *Halal Awareness*

$Y$  = *Attitude toward product*

$X_1, X_3$  = *Religious Belief*

$X_2, X_4$  = Sertifikat Halal

$X_5$  = *Halal Awareness*

$a$  = konstanta

$e$  = standart error

**b. Uji Koefisien Determinasi (R)**

1) Uji Koefisien Determinan ( $R^2$ )

Uji koefisien determinan ( $R^2$ ) digunakan untuk mengetahui seberapa baik model dapat menjelaskan variasi variabel terikat. Koefisien determinasi memiliki nilai nol atau satu. Nilai yang rendah menunjukkan bahwa kemampuan variabel independen untuk menjelaskan fluktuasi variabel dependen sangat terbatas. Skor mendekati sekitar satu menunjukkan bahwa variabel independen memberikan hampir semua informasi yang diperlukan untuk menjelaskan fluktuasi variabel dependen. Karena perubahan besar antara setiap pengamatan, koefisien determinasi untuk data *cross-sectional* biasanya rendah, sedangkan data deret waktu atau *time series* memiliki koefisien determinasi yang tinggi.<sup>32</sup>

2) Uji Hipotesis secara Simultan (Uji F)

Pengujian signifikan simultan atau dikenal dengan sebutan (uji F), pada pengujian ini digunakan untuk mengetahui seluruh variabel independen secara simultan berpengaruh atau tidaknya terhadap variabel dependen. Penelitian ini menguji pengaruh Sertifikat Halal, *Religious Belief*, terhadap *Halal Awareness* serta pengaruh Sertifikat Halal, *Religious Belief*, *Halal Awareness*, terhadap *Attitude toward product*. Untuk

---

<sup>32</sup> Slamet Riyanto dan Aglis Andhita Hatmawan, *Metode Riset Penelitian Kuantitatif Penelitian Di Bidang Manajemen, Teknik, Pendidikan dan Eksperimen*, 141.

mengetahui uji signifikan parameter simultan berpengaruh atau tidak dapat melalui cara berikut:<sup>33</sup>

- a.) Menggunakan nilai probabilitas signifikan
  - (1) Jika nilai signifikan lebih dari 0,05 maka  $H_0$  dapat diterima, jika tidak,  $H_a$  harus ditolak.
  - (2) Jika ambang batas signifikansi kurang dari 0,05, maka  $H_0$  ditolak dan  $H_a$  disetujui.
- b.) Membandingkan  $F_{hitung}$  dengan  $F_{tabel}$ 
  - (1) Jika  $F_{hitung} \leq F_{tabel}$  maka  $H_0$  diterima, sebaliknya  $H_a$  ditolak.
  - (2) Jika  $F_{hitung} > F_{tabel}$  maka  $H_0$  ditolak, sebaliknya  $H_a$  diterima.
- 3) Uji Hipotesis Secara Parsial (Uji t)
 

Uji statistik t digunakan untuk mengetahui pengaruh atau tidaknya dari masing-masing variabel independen (X) terhadap variabel dependen (Y). Pada pengujian signifikansi secara parsial ini dilakukan untuk menguji adanya hipotesis penelitian. Dalam mengambil keputusan uji t ini melakukan perbandingan antara t hitung dengan t tabel menggunakan tingkat probabilitas signifikan 0,05 ( $\alpha = 5\%$ ) dan  $df = n - k - 1$ . Hal ini kriteria pengujian t sebagai berikut:<sup>34</sup>

  - 1) Jika  $t_{hitung} < t_{tabel}$ , maka dinyatakan  $H_0$  diterima dan  $H_a$  ditolak.
  - 2) Jika  $t_{hitung} > t_{tabel}$ , maka dinyatakan  $H_0$  ditolak dan  $H_a$  diterima.

---

<sup>33</sup> Duwi Prayitno, *Paham Analisa Statistik Data Dengan SPSS* (Jakarta: PT Buku Seru, 2010), 67.

<sup>34</sup> Duwi Prayitno, *Paham Analisa Statistik Data Dengan SPSS* (Jakarta: PT Buku Seru, 2010), 69