

## BAB III METODE PENELITIAN

### A. Jenis Penelitian

Jenis penelitian yang digunakan pada penelitian ini menggunakan penelitian kuantitatif, dimana menggunakan angka-angka dalam pengumpulan data yang kemudian dianalisis menggunakan statistic, serta penyajian hasil analisis data menggunakan kuantitatif atau statistik.<sup>56</sup>

Metode yang dilakukan pada penelitian ini adalah metode survey yang merupakan metode riset dimana data diperoleh dengan menggunakan kuisioner yaitu mengumpulkan serta mengajukan pertanyaan secara tertulis sebagai alat pengumpulan data. Tujuan dari metode ini adalah untuk mencari informasi mengenai penelitian ini terhadap responden mengenai Pengaruh *Image Store, Online Costumer Review* Dan Kepercayaan Konsumen Terhadap Keputusan Pembelian Pada Toko Online LAZADA’

### B. Sumber Data

Data memiliki peran penting dalam proses penelitian. Karna merupakan sekumpulan fakta mengenai suatu hal yang bisa menjadi sumber untuk tujuan tertentu. Dalam penelitian, data dapat diperoleh dari berbagai sumber, yaitu sebagai berikut:

#### 1. Data primer

Data primer yaitu data yang didapatkan secara langsung dari sumbernya yang belum pernah mengalami proses dari pengumpulan dari pihak lain.<sup>57</sup> data primer diperoleh langsung dari responden melalui kuisioner, yaitu mengajukan pertanyaan tertulis mengenai *Image store, Online costumer review* dan Kepercayaan konsumen. Responden yang menjawab daftar kuisioner tersebut adalah warga Desa Krandon Kecamatan Kota Kabupaten Kudus yang pernah melakukan pembelian di Lazada.

#### 2. Data sekunder

Data sekunder yaitu data yang didapatkan secara tidak langsung atau yang telah dikumpulkan, diolah dan dipublikasikan oleh oranglain untuk kepentingan orang lain.

---

<sup>56</sup> Selamet Riyanto dan Aglis Andhita Hatmawan, *Metode Riset Penelitian Kuantitatif Penelitian Dibidang, Teknik, Pendidikan Dan Eksperimen*, ( Yogyakarta:Deepub:Ish, 2020 ), . 4.

<sup>57</sup> Lijan Peltak Sinambila, *Metode Penelitian Kuantitatif*, ( Yogyakarta : Graha Ilmu, 2014 ), 112

<sup>58</sup> data skunder dapat melengkapi data primer. Data ini dapat diperoleh dari beberapa riteratur pendukung seperti buku, journal, internet, dan dokumen – dokumen lain yang memuat data relevan dengan topik penelitian.

### C. Populasi dan Sempel penelitian

#### 1. Populasi

Populasi adalah seluruh subjek atau obyek yang akan dijadikan target penelitian. Populasi juga dapat diartikan sebagai wilayah generalisasi yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulanya.<sup>59</sup>

Penelitian ini dilakukan pada masyarakat Desa Krandon Kabupaten Kudus yang berjumlah 3.644 penduduk. Populasi yang digunakan dalam penelitian ini yaitu masyarakat yang hanya pernah melakukan pembelian di lazada sehingga tidak diketahui jumlahnya.

#### 2. Sampel

Sampel adalah jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh suatu populasi, atau sebagian kecil dari total populasi yang memiliki populasi yang diteliti menurut prosedur yang tertentu.

<sup>60</sup> Apabila populasi terlalu besar dan tidak memungkinkan untuk mengambil sampel dari populasi tersebut dikarenakan waktu, biaya dan lain – lain maka peneliti bisa mengambil sampel dari bebarapa sampel dari populasi tersebut. Untuk itu sampel yang diambil dari populasi harus betul – betul representatif (mewakili).<sup>61</sup>

Penarikan sampel dilakukan menggunakan teknik *Nonprobability Sampling* atau teknik pengambilan sampel yang mana anggota populasinya tidak mempunyai peluang yang sama untuk menjadi anggota sampel.

Adapun yang peneliti gunakan dalam memnentukan sampel yaitu masyarakat Desa Krandon Kecamatan Kota Kabupaten Kudus yang peneliti jadikan semua menjadi responden sebanyak 3.644 orang, tetapi untuk memenuhi *standar error* sampel maka peneliti menggunakann rumus Slovin:<sup>62</sup>

---

<sup>58</sup> Lijan Peltak Sinambila, *Metode Penelitian Kuantitatif*, ( Yogyakarta : Graha Ilmu, 2014 ). 112

<sup>59</sup> Ananta Wikrama Tungga A. Dkk, *Metodelagi Penelitian Bisnis*, 9 Yogyakarta : Yogyakarta Graha Ilmu 2014 ). 79

<sup>60</sup> Sandu Sioto Dan Ali Shodek, *Dasar - Dasar Metodologi Penelitian*. 55-56

<sup>61</sup> Sugiyono, *Metode Penelitian Bisnis*, ( Bandung: Alfabeta, 2018 ), 137

<sup>62</sup> Sugiyono *Metode penelitian Bisnis*, 126

Adapun rumus menghitung besaran sampel yaitu:

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

Keterangan:

n = ukuran sampel

N = jumlah populasi

e = perkiraan tingkat kesalahan (*margin of error*) = 10% (0,1)

Populasi dalam penelitian ini telah diketahui jumlahnya yaitu sebanyak 3.644 orang. Berdasarkan rumus diatas, tingkat kesalahan sampel adalah 10%, maka perhitungan jumlah sampel dalam penelitian ini yaitu :

$$n = \frac{3644}{1+3644(0,1)^2}$$

$$n = \frac{3644}{1+3644(0,01)}$$

$$n = \frac{3644}{1+36,44}$$

$$n = \frac{3644}{37,44}$$

$$n = 97,32$$

Berdasarkan hasil perhitungan tersebut, maka diperoleh jumlah sampel sebanyak 97,32 yang kemudian dibulatkan menjadi 97.

#### D. Tata Variabel Penelitian

Variabel penelitian yaitu segala sesuatu dalam bentuk apapun sebagai atribut seseorang atau obyek yang memiliki variasi antara seseorang dengan yang lain yang ditetapkan oleh peneliti untuk di tarikkesimpulanya. Variabel penelitian dalam penelitian ini yaitu :

##### 1. Variabel bebas (*independen variable*)

Variabel bebas adalah variabel yang menjadi penyebab kemungkinan teoritis yang berpengaruh terhadap variabel lain. dalam penelitian ini variabel bebas yang digunakan adalah Image Store (X1), Online Costumer Review (X2), dan Kepercayaan Konsumen (X3).

##### 2. Variabel Terikat (*Dependen Variable*)

Variabel terikat adalah variabel yang secara struktur menjadi variabel yang dipengaruhi oleh perubahan variabel lain.

dalam penelitian ini variabel terikat yang digunakan adalah Keputusan Pembelian (Y).<sup>63</sup>

### E. Definisi Oprasional

Definisi oprasional adalah penjelasan teknis mengenai cara mengukur sebuah konsep atas variabel yang bersangkutan. Adapun definisi oprasional dalam penelitian ini adalah :

**Tabel 3.1 Difiinsi Oprasional**

Variabel	Definisi Operasional	Indikator	Skala
Image Store (X1)	kepribadian sebuah toko menggambarkan apa yang dilihat dan dirasakan oleh konsumen terhadap toko tertentu <sup>64</sup>	1. Ketersediaan Barang 2. <i>Price</i> (Harga) 3. <i>Promotion</i> (Promosi) 4. <i>Service</i> (Pelayanan) <sup>65</sup>	Likert
Online Custumer Review (X2)	informasi lebih, tentang suatu produk, jasa, kejadian yang di informasikan dari orang perorangan mengenai kejadian yang dilakukan melalui pengalaman yang terjadi. <sup>66</sup>	1. <i>Intensitas</i> 2. <i>Positive Review</i> 3. <i>Negative Review</i> <sup>67</sup>	Likert
Kepercayaan Konsumen (X3)	Kepercayaan konsumen	1. Kehandalan 2. Kejujuran	Likert

<sup>63</sup> Handani,Dkk, *Metode Penelitian Kualitatif Dan Kuantitatif* ( Yogyakarta: Pustaka Ilmu, 2020 ), 305

<sup>64</sup> Astri Ayu dan Yusrizal “Pengaruh Life Style Kualitas Produk Dan Store Image terhadap keputusan Pembelian,” *Journal Menejmn Of Busines* 1 No, 1 (2019)

<sup>65</sup> Ali Mutasowifin dan Izzatul islami “Pengaruh Online Costumer Review dan rating Terhadap Minat Beli Produk Kesehatan Pada Markletplace Shope Pada Masa Pandemi COVID19,” *Jounal enovasi Bisnis Dan Menejemen Indonesia.*, 4 No, 4 (2020)

<sup>66</sup> Kohwin Ardianto, Fania Putri Nuriska dan Lia Nirawati, “Pengaruh Kepercayaan Dan Ulasan Produk Terhadap Minat Beli Ulang Pada Official Store Shopee,” *Jornal Menejemen Ubhara*, 2 No. 2, ( 2020 ): 67

<sup>67</sup> Natasya Ginting, “The Influence Of Online Costumer Review And Percheived Quality Toward Purchase Decision AT Lazada Online Retail Company,” *Journal Jurakunman* 15 No, 1 (2022): 3

	merupakan kesediaan suatu pihak untuk menerima resiko yang ditimbulkan orang lain dengan berharap pihak lain akan melakukan tindakan penting dalam bertransaksi secara online, muali dengan cara pembayaran, pelayanan dan kualitas produk. <sup>68</sup>	3. Pelayanan 4. Iklan	
Keputusan Pembelian (Y)	Keputusan pembelian adalah Proses Pengambilan keputusan merupakan prilaku yang harus dilakukan untuk dapat mencapai sasaran <sup>69</sup> .	1. Pemilihan Produk 2. Pemilihan Merek 3. Pemilihan Saluran pembelian 4. Jumlah Pembelian 5. Metode Pembayaran <sup>70</sup>	Likert

### F. Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data merupakan langkah yang penting dalam penelitian karena teknik pengumpulan data sangat mempengaruhi dan menentukan hasil penelitian. Pemilihan metode penelitian yang tepat dapat memperoleh data yang relevan dan akurat. Teknik pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini yaitu:

<sup>68</sup> Ratna Dwi “Pengaruh Harga Dan Kepercayaan Terhadap Keputusan Pembelian Secara Online,” *Journal Eksis* 10 No, 1 (2015) 18

<sup>69</sup> Ayuningtiyas dan Hendra “Pengaruh Kepercayaan Kemudahan Dan Kualitas Informasi Terhadap Keputusan Pembelian Daring Diaplikasi Bukalapak Pada Mahasiswa Politeknik Negri Batam.” *Jornal Of Apllied Busines Administrasion* 2 No, 1 (2018): 155

<sup>70</sup> Astri Ayu dan Yusrizal “Pengaruh Life Style Kualitas Produk Dan Store Image Terhadap Keputusan Pembelian,” *Jornal Of Menejemen And Busines* 1 No, 1 (2019): 34

## 1. Kuesoner

Kuesoner atau angket adalah metode dalam mengumpulkan data penelitian dengan mengajukan sejumlah pertanyaan untuk di jawab para responden. <sup>71</sup>Selain itu metode ini bisa berupa pertanyaan terbuka atau tertutup, dan dapat diberikan pada responden secara langsung maupun melalui internet. Sehingga metode ini cocok digunakan jika jumlah responden cukup besar dan tersebar diwilayah yang luas. Penggunaan metode ini untuk memperoleh data variabel Image Store, Online Costumer Review dan kepercayaan Konsumen. Jenis kuesoner dalam penelitian ini yaitu menggunakan angket tertutup, yaitu angket yang jawabanya sudah di sediakan sehingga responden bisa memilih jawaban yang sesuai dengan realita. Kuesoner disusun dengan menggunakan sekala likert dan diberikan sekor sebagai berikut :

- a. “ Sangat Setuju “ diberi sekor 4
- b. “ Setuju “ diberi sekor 3
- c. “ Tidak setuju “ diberi sekor 2
- d. “ Sangat Tidak setuju “ diberi sekor 1

## 2. Dokumentasi

Dokumentasi yaitu metode pengumpulan data melalui catatan tertulis mengenai berbagai kegiatan dan peristiwa dukementasi umumnya dilakukan untuk mengumpulkan data sekunder dari berbagagai sumber. <sup>72</sup>dokumentasi ini berupa data setatistik yangterjadi dalam kurun waktu tertentu, joornal,maupun literatur yang relevan. Metode ini digunakan untuk mendapatkan data tentang responden dukuh kajan desa krandon kecamatan kota kabupaten kudus, hal – hal yang berkaitan dengan lazada, serta dokumen lain yang relevan dengan penelitian.

## G. Uji Validitas dan Reliabilitas Instrumen

### 1. Uji Validitas Instrumen

Validitas merupakan pernyataan hingga sejauh mana data yang disertakan dalam kuesioner bisa mengukur apa yang ingin diukur (ketepatan), Uji validitas instrumen ditentukan berdasarkan korelasi antara skor yang diperoleh untuk setiap item pertanyaan atau pernyataan dengan skor total. Kemudian, nilai r hitung dibandingkan dengan nilai r tabel dengan derajat bebas (n

---

<sup>71</sup> Sugiono, *Metode Penelitian Bisnis*, 225

<sup>72</sup> Anwar Sanusi, *Metode Penelitian Bisnis* ( Jakarta: Salemba Empat 2014 ),

– 2). Apabila skor tiap item pertanyaan atau pernyataan berkorelasi secara signifikan, dengan nilai  $r$  hitung lebih besar daripada nilai  $r$  dalam tabel pada alfa tertentu (misalnya 5% atau 1%) maka dapat dikatakan bahwa alat ukur tersebut valid. Uji validitas untuk mencari nilai korelasi adalah teknik korelasi Pearson Product Moment dengan menggunakan rumus sebagai berikut:

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

Dimana:

$r$  = koefisien korelasi;

$X$  = skor item;

$Y$  = skor total item;

$N$  = jumlah sampel (responden).<sup>73</sup>

## 2. Uji Reliabilitas Instrumen

Uji reliabilitas yaitu alat pengukur untuk mengetahui ketetapan atau konsistensi suatu kuesioner yang menjadi indikator pengukuran dari variabel. Uji ini dilakukan untuk melihat apakah hasil yang telah didapatkan hasilnya akan sama jika diuji kembali, atau mengukur konsistensi jawaban. Untuk mengukur skala rentangan (misalnya skala likert 1-5) dalam penelitian, metode yang sering digunakan adalah Cronbach Alpha. Setiap variabel dapat dikatakan reliabel apabila angka korelasi (koefisien reliabilitas) yang diperoleh dengan menggunakan teknik ini ( $r_{11} > 0,6$ ). Dengan rumus sebagai berikut:

$$r_{11} = \left[ \frac{k}{k-1} \right] \left[ 1 - \frac{\sum o_b^2}{v_1^2} \right]$$

Dimana:

$r_{11}$  = koefisien reliabilitas instrumen;

$K$  = banyak item pernyataan;  $\sigma b$

$\sum o_b^2$  = jumlah varian skor semuaitem;  $V1$

$v_1^2$  = varian total.<sup>74</sup>

<sup>73</sup> Anwar Sanusi, *Metode Penelitian Bisnis*, 77

<sup>74</sup> Riccky Yulardi Dan Zuli Nurraini, *Statistika Penelitian : Plus Tutorial Penelitian SPSS*, ( Yogyakarta Innosain, 2017 ), 103

## H. Uji asumsi klasik

Uji asumsi klasik merupakan uji prasyarat yang diujikan pada data penelitian, agar peneliti bisa mengetahui sebaran data.<sup>75</sup> Uji asumsi klasik dalam penelitian ini adalah Image store (X1) online Costumer review (X2) Kepercayaan Konsumen (X3) Keputusan Pembelian (Y). Secara detail uji asumsi klasik adalah sebagai berikut:

### 1. Uji Multikolinearitas

Uji multikolinearitas berfungsi untuk menunjukkan korelasi antar variabel independen dalam model regresi. Idealnya suatu persamaan regresi tidak terdapat hubungan yang kuat pada variabel bebasnya. Untuk menemukan ada atau tidaknya multikolinearitas didalam model regresi terdapat beberapa metode, yaitu:

- a. Dengan cara membandingkan nilai koefisien determinasi individual ( $r^2$ ) dengan nilai determinasi secara serentak ( $R^2$ ). Jika  $r^2 > R^2$  maka terjadi multikolinearitas, sebaliknya jika  $r^2 < R^2$  maka tidak terjadi multikolinearitas.
- b. Dengan cara melihat nilai tolerance dan inflation factor (VIF) pada model regresi. Jika nilai VIF kurang dari 10 dan nilai tolerance lebih dari 0,1 maka dinyatakan tidak terjadi multikolinearitas.<sup>76</sup>

### 2. Uji Autokorelasi

Uji autokorelasi digunakan untuk menguji metode regresi linier apakah terdapat korelasi (hubungan) antara kesalahan pengganggu pada periode  $t$  dengan kesalahan pengganggu pada periode sebelumnya ( $t-1$ ).<sup>77</sup> Apabila terdapat korelasi, berarti ada masalah autokorelasi. Autokorelasi timbul dari pengamatan yang terus menerus berhubungan satu sama lainnya. Masalah ini terjadi karena residual (kesalahan pengganggu) tidak bebas dari satu pengamatan ke pengamatan lainnya. Idealnya suatu persamaan regresi adalah yang bebas dari autokorelasi. Untuk mendeteksi ada atau tidaknya autokorelasi dapat dilakukan dengan menggunakan uji *Durbin-Watson* (DW test) dengan ketentuan hipotesis yang akan diuji adalah:

$H_0$  = Tidak terjadi adanya autokorelasi diantara data pengamatan

---

<sup>75</sup> Selamat Riyanto Dan Aglis Andhita, *Metode Penelitian Kuantitatif Penelitian Di Bidang Manajemen, Teknik Pendidikan Dan Eksperimen*, 139

<sup>76</sup> Rochmat Aldy Purnomo, *Analisis Setatistik Bisnis Ekonomi Dengan SPSS*, 121

<sup>77</sup> Selamat Riyanto Dan Aglis Andhita, *Metode Penelitian Kuantitatif Penelitian Di Bidang Manajemen, Teknik Pendidikan Dan Eksperimen*, 138

$H_a$  = Terjadi adanya autokorelasi diantara data pengamatan  
 Adapun pengambilan keputusan ada tidaknya autokorelasi yaitu:

- Jika  $0 < d < dL$ , berarti terdapat autokorelasi positif
- Jika  $4 - dL < d < 4$ , berarti terdapat autokorelasi negatif
- Jika  $dU < d < 4 - dU$ , berarti tidak terdapat autokorelasi positif atau negatif
- Jika  $dL \leq d \leq dU$  atau  $4 - dU \leq d \leq 4 - dL$ , pengujian tidak meyakinkan.<sup>78</sup>

### 3. Uji Normalitas

Uji normalitas digunakan dalam mengetahui apakah didalam model regresi, nilai residual yang dihasilkan dari regresi terdistribusi secara normal atau tidak. Idealnya model regresi yaitu jika nilai residual berdistribusi secara normal. Metode uji normalitas data dilakukan dengan memperhatikan penyebaran data (titik) pada grafik Normal P-P Plot of regression standardized residual.

Grafik P-P Plot Adalah metode dengan melihat penyebaran data pada sumbu diagonal pada grafik Normal P-P Plot of regression standardized residual. Pengambilan keputusannya adalah apabila titik-titik menyebar sekitar garis dan mengikuti garis diagonal maka nilai residual tersebut telah normal.<sup>79</sup>

### 4. Uji Heteroskedastisitas

Uji heteroskedastisitas mempunyai tujuan untuk menguji apakah terdapat ketidaksamaan variabel pada residual dari satu observasi ke observasi lainnya dalam model regresi. Apabila varians dari residual satu observasi ke observasi lainnya tetap, maka disebut homoskedastisitas dan apabila berbeda disebut heteroskedastisitas. Persamaan regresi idealnya adalah yang homoskedastisitas. Untuk mendeteksi ada atau tidaknya heteroskedastisitas dapat dilakukan dengan cara melihat ada tidaknya pola tertentu pada grafik scatterplot antara studentized residual (SRESID) dan standardized predicted value (ZPRED) dimana sumbu Y adalah Y yang telah diprediksi, dan sumbu X adalah residual (Y prediksi - Y sesungguhnya). Dasar analisis datanya antara lain:

---

<sup>78</sup> Gunawan Sudarmanto, *Analisis Regresi Linear Ganda Dengan SPSS*, (Yogyakarta: Andi Offset, 2012 ), 144

<sup>79</sup> Gunawan Sudarmanto, *Analisis Regresi Linear Ganda Dengan SPSS*, (Yogyakarta: Graha Ilmu, 2005 ),.143

- a. Apabila terdapat pola khusus, seperti titik-titik yang ada membentuk pola tertentu yang teratur (bergelombang, melebar kemudian menyempit), maka terjadi heteroskedastisitas.
- b. Apabila tidak terdapat pola yang jelas, seperti titik-titik menyebar di atas dan di bawah angka 0 pada sumbu Y, maka tidak terjadi heteroskedastisitas.<sup>80</sup>

## I. Teknik Analisis Data

### 1. Analisis Regresi Linier Berganda

Untuk menganalisis data hasil penelitian mengenai pengaruh variabel bebas (*Image Store*, *Online Costumer Review*, dan Kepercayaan Konsumen) terhadap variabel terikat (keputusan pembelian) digunakan analisis statistik, yaitu analisis regresi linear berganda.

Analisis regresi linear berganda merupakan suatu analisis yang digunakan untuk mengukur besarnya pengaruh antara dua atau lebih variabel independen terhadap satu variabel dependen dan memprediksi variabel dependen dengan menggunakan variabel independen.<sup>81</sup> Model regresi linier berganda dapat diperoleh dengan perhitungan sebagai berikut:

$$Y = a + b_1 X_1 + b_2 X_2 + b_3 X_3 + e$$

Dimana :

Y : minat beli

A : konstanta

b1: koefisien regresi antara Image Store Terhadap keputusan Pembelian Pada Toko Online Lazada

b2: koefisien regresi antara Online Costumer Review Terhadap Keputusan Pembelian Pada Toko Online Lazada

b3: koefensi regresi antara Kepercayaan Konsumen Terhadap Keputuasan Pembelian pada Toko Online Lazada

X1 : *Image Store*

X2 : *Online Costumer Review*

X3 : Kepercayaan konsumen

e : eror<sup>82</sup>

---

<sup>80</sup> Dwi Priyatno, *Cara Kilat Belajar Analisis Data Dengan SPSS*. 127

<sup>81</sup> Dwi Priyatno, *Cara Kilat Belajar Analisis Data Dengan SPSS*, 129

<sup>82</sup> Selamet Riyanto Dan aglis Andhita Hatmawan, *Metode riset penelitian Kuantitatif penelitian dibidang, teknik, pendidikan dan eksperimen*, ( Yogyakarta:Deepub;ish, 2020 ), 140-141

## 2. Koefisien Determinasi (R<sup>2</sup>)

Koefisien determinasi (R<sup>2</sup>) merupakan pengukuran tentang sejauh mana suatu model dapat memberitahukan variasi variabel terikat. Nilai koefisien determinasi (R<sup>2</sup>) berkisar antara nol sampai dengan satu. Nilai R<sup>2</sup> yang kecil menunjukkan kemampuan variabel-variabel bebas dalam menjelaskan variasi variabel terikat yang sangat terbatas. Sebaliknya, nilai R<sup>2</sup> yang mendekati satu berarti variabel-variabel bebas memberikan hampir semua informasi yang diperlukan untuk memprediksi variasi variabel terikat.

Dalam penelitian, kelemahan mendasar penggunaan koefisien determinasi yaitu bias terhadap jumlah variabel bebas yang dimasukkan ke dalam model. Oleh sebab itu, dalam penelitian ini menggunakan adjusted R<sup>2</sup>. Setiap diberi tambahan variabel bebas, maka koefisien determinasi (R<sup>2</sup>) pasti akan meningkat, baik variabel tersebut berpengaruh secara signifikan terhadap variabel terikat ataupun tidak. Sehingga para peneliti merekomendasikan penggunaan nilai adjusted R<sup>2</sup> pada saat mengevaluasi model regresi mana yang terbaik. Tidak seperti koefisien determinasi (R<sup>2</sup>), nilai adjusted R<sup>2</sup> bisa naik atau turun jika satu variabel bebas ditambahkan ke dalam model.<sup>83</sup>

## 3. Uji Statistik Parsial (Uji t)

Uji statistik t pada dasarnya untuk menguji secara parsial apakah variabel bebas berpengaruh secara signifikan atau tidak terhadap variabel terikat. Untuk menguji apakah hipotesa yang digunakan signifikan atau tidak, maka perlu membandingkan antara t hitung dan t tabel dengan ketentuan:

- a. Jika  $-t \text{ tabel} \leq t \text{ hitung} \leq t \text{ tabel}$  maka H<sub>0</sub> diterima
- b. Jika  $-t \text{ hitung} < -t \text{ tabel}$  atau  $t \text{ hitung} > t \text{ tabel}$  maka H<sub>0</sub> ditolak.<sup>84</sup>

## 4. Uji Signifikansi Simultan (Uji F)

Uji statistik F pada dasarnya digunakan untuk menguji secara simultan semua variabel bebas apakah berpengaruh terhadap variabel terikat. Kriteria pengambilan keputusan untuk menguji hipotesis ini digunakan statistik F yaitu:

- a. Jika  $F \text{ hitung} \leq F \text{ tabel}$  maka H<sub>0</sub> diterima
- b. Jika  $F \text{ hitung} > F \text{ tabel}$  maka H<sub>0</sub> ditolak.<sup>85</sup>

---

<sup>83</sup> Selamet Riyanto Dan Aglis Andhita Hatmawan, *Metode Riset Penelitian Kuantitatif Penelitian Dibidang, Teknik, Pendidikan Dan Eksperimen*, 142

<sup>84</sup> Dwi Priyatno, *Cara Kilat Belajar Analisis Data Dengan SPSS*, 138

<sup>85</sup> Dwi Priyatno, *Cara Kilat Belajar Analisis Data Dengan SPSS*, 139