

BAB III METODE PENELITIAN

A. Jenis dan Pendekatan Penelitian

Menurut Beni Ahmad Saebani penelitian merupakan aktivitas yang bertujuan mengetahui seluk beluk sesuatu. Penelitian dilakukan karena ada suatu masalah yang memerlukan jawaban atau ingin mengetahui berbagai latar belakang terjadinya sesuatu.¹

Jenis penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah penelitian asosiatif, yaitu penelitian yang bertujuan untuk mengetahui hubungan antara dua variabel atau lebih.² Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui bagaimana pengaruh layanan, harga, dan permintaan terhadap omset bisnis kuliner kota Kudus.

Pendekatan yang digunakan dalam penelitian ini adalah pendekatan kuantitatif. Penelitian kuantitatif pada hakekatnya adalah menekankan analisisnya pada data-data numerical (angka) yang diolah dengan metode statistik.³ Penelitian kuantitatif melihat hubungan variabel terhadap objek yang diteliti lebih bersifat sebab akibat sehingga dalam penelitiannya terdapat variabel independen dan dependen. Dari variabel tersebut dicari seberapa besar pengaruh variabel independen terhadap variabel dependen.⁴

Metode penelitian kuantitatif dapat diartikan sebagai metode penelitian yang berlandaskan pada filsafat positivisme, digunakan untuk meneliti pada populasi atau sampel tertentu, pengumpulan data menggunakan instrument penelitian, analisis data bersifat kuantitatif/statistic, dengan tujuan untuk menguji hipotesis yang telah ditetapkan.⁵

B. Populasi dan Sampel

1. Populasi

Menurut Sugiyono populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri atas obyek/subyek yang mempunyai kuantitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk

¹ Beni Ahmad Saebani, *Filsafat Ilmu dan Metode Penelitian*, (Bandung : CV PUSTAKA SETIA, 2015), 181

² V. Wiratna Sujarweni, *Metodologi Penelitian Bisnis & Ekonomi*, (Yogyakarta: PUSTAKABARPRESS, 2015), 16.

³ Saifudin Azwar, *Metode Penelitian*, (Yogyakarta: Pustaka Belajar, 1997), 5

⁴ Beni Ahmad Saebani, *Filsafat Ilmu dan Metode Penelitian*, 241

⁵ Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*, (Bandung:ALFABETA,2014), 8.

dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya.⁶ Populasi juga diartikan sebagai sekelompok orang, kejadian atau segala sesuatu yang mempunyai karakteristik tertentu.⁷

Menurut Sugiyono Populasi bukan hanya orang, tetapi juga obyek dan benda-benda alam yang lain. Populasi juga bukan sekedar jumlah yang ada pada obyek atau subyek yang dipelajari, tetapi meliputi seluruh karakteristik atau sifat yang dimiliki oleh subyek atau obyek itu.⁸ Adapun yang menjadi populasi dalam penelitian ini adalah seluruh pelanggan pengguna transportasi ojek online Go- food di kota Kudus.

2. Sampel

Sampel adalah bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi tersebut. Bila populasi besar, dan peneliti tidak mungkin mempelajari semua yang ada pada populasi, misalnya karena keterbatasan dana, tenaga dan waktu, maka peneliti dapat menggunakan sampel yang diambil dari populasi itu. Apa yang dipelajari dari sampel itu, kesimpulannya akan dapat diberlakukan untuk populasi. Untuk itu sampel yang diambil dari populasi harus betul-betul representatif (mewakili).⁹

Dalam penelitian ini menggunakan Teknik *purposive sampling*. Definisi metode *purposive sampling* menurut Sugiyono adalah: “Teknik penentuan sampel dengan pertimbangan tertentu”.¹⁰ Sampel dalam penelitian ini adalah pengusaha kuliner yang bermitra dengan Gojek di Kota Kudus. Kriteria responden yang diambil sebagai sampel adalah pengusaha kuliner yang bermitra dengan Gojek di Kota Kudus minimal dua kali selama enam bulan terakhir.

Untuk menentukan jumlah sampel biasanya peneliti menggunakan rumus Slovin, seperti terlihat di bawah ini :

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

Keterangan :

n = Ukuran sampel
N = Populasi

148 ⁶ Sugiyono, *Metode Penelitian Manajemen*, (Bandung : ALFABETA, 2018),

⁷ Nur Indriantoro dan Bambang Supomo, *Metodologi Penelitian Bisnis Untuk Akuntansi dan Manajemen*, (Yogyakarta : BPFE Yogyakarta, 1999) 115

⁸ Sugiyono, *Metode Penelitian Manajemen*, 148

⁹ Sugiyono, *Metode Penelitian Bisnis*, 73.

¹⁰ Sugiyono, *Metode Penelitian Bisnis*, 78.

e = Batas toleransi kesalahan (*error tolerance*)¹¹

Dalam penelitian ini diketahui besarnya populasi sebagian pengusaha kuliner yang bermitra dengan Gojek di Kota Kudus sebanyak 12000 pelanggan peneliti menggunakan batas toleransi kesalahan sebesar 10% sehingga didapat jumlah sampel sebagai berikut :

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

$$n = \frac{12000}{1 + 12000 (0,1^2)}$$

$$n = \frac{12000}{111}$$

$n = 108,10$ atau dibulatkan menjadi 108 responden

Jadi, sampel penelitian ini dengan tingkat toleransi 10% adalah 108,10 dibulatkan menjadi 108 responden.

C. Identifikasi Variabel

Secara teoritis variabel dapat didefinisikan sebagai atribut seseorang atau subyek yang mempunyai “variasi” antara satu orang dengan yang lain atau satu obyek dengan obyek yang lain.¹² Variabel penelitian adalah suatu atribut atau sifat atau nilai dari orang, obyek organisasi atau kegiatan yang mempunyai variasi tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya.¹³ Adapun jenis-jenis variabel dalam penelitian ini dapat dibedakan menjadi :

1. Variabel Independen

Variabel ini sering disebut sebagai variabel *stimulus*, *predikator*, *antecedent*. Dalam bahasa Indonesia sering disebut sebagai variabel bebas. Variabel bebas merupakan variabel yang mempengaruhi atau yang menjadi sebab perubahannya atau timbulnya variabel dependen (terikat). Dalam penelitian ini yang menjadi variabel independen adalah Kualitas layanan (X1), harga (X2) dan jumlah permintaan (X3).

¹¹ Yusniar Lubis dkk, *Manajemen Dan Riset*, (Bandung : ALFABETA CV, 2018), 193

¹² V. Wiratna Sujarweni, *Metodologi Penelitian Bisnis & Ekonomi*, 75

¹³ Sugiyono, *Metode Penelitian Manajemen*, 95

2. Variabel Dependen

Variabel ini sering disebut sebagai variabel output, kriteria, konsekuen. Dalam bahasa Indonesia sering disebut sebagai variabel terikat. Variabel terikat merupakan akibat, karena adanya variabel bebas atau variabel yang dipengaruhi atau akibat, karena adanya variabel bebas.¹⁴ Dalam penelitian ini yang menjadi variabel dependen yaitu omset penjualan bisnis kuliner di kota Kudus (Y).

D. Definisi Operasional

Definisi operasional merupakan suatu definisi yang diberikan kepada variabel yang diteliti, sehingga menghasilkan makna dan arti yang dapat dipahami, baik peneliti itu sendiri maupun oleh pembaca hasil penelitian tersebut.¹⁵ Adapun konsep definisi operasional dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

Tabel 3.1
Definisi Operasional

No	Variabel	Definisi Operasional	Indikator	Skala
1	Layanan (X1)	Merupakan keseluruhan berbagai ciri dan karakteristik dari suatu produk atau jasa dalam hal kemampuan untuk memenuhi berbagai kebutuhan yang telah ditentukan atau yang bersifat paten ¹⁶	1. <i>Reability</i> , 2. <i>Responsiveness</i> , 3. <i>Assurance</i> , 4. <i>Tangibles</i> . ¹⁷	<i>Likert</i>

¹⁴ Sugiyono, *Metode Penelitian Manajemen*, 96 - 97

¹⁵ Yusniar Lubis dkk, *Manajemen Dan Riset*, 202

¹⁶ Susanto dan Himawan Wijarnako, *Power Branding Membangun Merek Unggul dan Organisasi Pendukungnya*, (Jakarta: Quantum Bisns dan Manajemen, 2004), 130

2	Harga (X2)	Jumlah uang (kemungkinan ditimbang beberapa barang) yang dibutuhkan untuk memperoleh beberapa kombinasi sebuah produk dan layanan yang menyertainya. ¹⁸	<ol style="list-style-type: none"> 1. keterjangkauan harga, 2. Daya saing harga, 3. kesesuaian harga dengan manfaat.¹⁹ 	<i>Likert</i>
3	Permintaan (X3)	Keinginan konsumen membeli suatu barang pada berbagai tingkat harga selama periode waktu tertentu. ²⁰	<ol style="list-style-type: none"> 1. Frekuensi permintaan 2. Media permintaan 3. Ragam permintaan 4. Loyalitas permintaan 5. Intensitas permintaan 	<i>Likert</i>
4	Omset Penjualan (Y)	Penghasilan yang diperoleh dari hasil penjualan suatu barang dagang atau produk selama atau masa jual. ²¹	<ol style="list-style-type: none"> 1. Frekuensi omset 2. Sumber omset 3. Besaran modal 	<i>Likert</i>

¹⁷ Ingrid Panjaitan, *Pengaruh Pelayanan Dan Harga Pada Go-Jek Terhadap Kepuasan Konsumen Dengan Minat Sebagai Variabel Moderating (Study Kasus Pada Mahasiswa Universitas 17 Agustus 1945 Jakarta)*, 24

¹⁸ Susanto dan Himawan Wijarnako, *Power Branding Membangun Merek Unggul dan Organisasi Pendukungnya*, (Jakarta: Quantum Bisns dan Manajemen, 2004), 130

¹⁹ Ingrid Panjaitan, *Pengaruh Pelayanan Dan Harga Pada Go-Jek Terhadap Kepuasan Konsumen Dengan Minat Sebagai Variabel Moderating (Study Kasus Pada Mahasiswa Universitas 17 Agustus 1945 Jakarta)*

²⁰ Mas'ud Machfoedz, *Kewirausahaan Metode, Manajemen, dan Implmentasi Edisi Kedua*, (Yogyakarta:BPFE-Yogyakarta, 2015), 236

²¹ Etta Maman Sangadji dan Sopiah, *Perilaku Konsumen*, 332

E. Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data merupakan cara yang dilakukan peneliti untuk mengungkapkan atau menjangkau informasi kuantitatif dari responden sesuai lingkungan penelitian.²² Pengumpulan data dapat dilakukan dengan berbagai setting, berbagai sumber, dan berbagai cara. Bila dilihat dari settingnya, data dapat dikumpulkan pada setting alamiah (*natural setting*), pada laboratorium dengan metode eksperimen, di rumah dengan berbagai responden, pada suatu seminar, diskusi, dan lain-lain. Bila dilihat dari sumber datanya, maka pengumpulan data dapat menggunakan sumber primer dan sekunder. Selanjutnya, bila dilihat dari segi cara atau teknik pengumpulan data, maka teknik pengumpulan data dapat dilakukan dengan interview (wawancara), kuesioner (angket), observasi (pengamatan), dan gabungan dari ketiganya.²³

Dalam penelitian ini, penulis memperoleh data yang bersumber dari data primer. Data primer merupakan data yang bersumber dari penyebaran kusioner.²⁴ Metode dalam upaya mengumpulkan data penelitian ini adalah Kuesioner atau angket (*questionnaire*).

Kuesioner merupakan teknik pengmpulan data yang dilakukan dengan cara memberi seperangkat pertanyaan ata pernyataan tertulis kepada para responden untuk dijawab. Peneliti dapat menggunakan kuesioner untuk memperoleh data yang terkait dengan pemikiran, perasaan, sikap, kepercayaan, nilai, persepsi, kepribadian, dan perilaku dari responden. Dalam kata lain, para peneliti dapat melakukan pengukuran bermacam-macam karakteristik dengan menggunakan kuesioner.²⁵ Kuesioner dibuat dengan menggunakan pertanyaan terbuka dan tertutup. Pertanyaan terbuka yaitu pertanyaan-pertanyaan yang menjelaskan identitas responden. Sedangkan pertanyaan tertutup yaitu pertanyaan yang meminta responden untuk memilih salah satu jawaban yang tersedia dari setiap pertanyaan.²⁶ Dalam penelitian ini, peneliti menggunakan kuesioner tertutup, yaitu dalam kuesioner ini jawaban sudah disediakan oleh peneliti sehingga responden tinggal memilih.

Dalam metode angket atau kuesioner ini, peneliti menggunakan *skala likert* yaitu digunakan untuk mengukur sikap, pendapat, dan persepsi seseorang atau sekelompok orang tentang

²² V. Wiratna Sujarweni, *Metodologi Penelitian Bisnis & Ekonomi*, 93

²³ Sugiyono, *Metodologi Penelitian Kulaitatif Kuantitatif R&D*, 137.

²⁴ V. Wiratna Sujarweni, *Metodologi Penelitian Bisnis & Ekonomi*, 156

²⁵ Sugiyono, *Metode Penelitian Manajemen*, 230

²⁶ V. Wiratna Sujarweni, *Metodologi Penelitian Bisnis & Ekonomi*, 156

fenomena sosial. Dalam penelitian, fenomena sosial ini telah ditetapkan secara spesifik oleh peneliti, yang selanjutnya disebut sebagai variabel penelitian. Dengan skala likert, maka variabel yang akan diukur dijabarkan menjadi indikator variabel. Kemudian indikator tersebut dijadikan sebagai titik tolak untuk menyusun item-item instrumen yang dapat berupa pernyataan atau pertanyaan.²⁷

Jawaban setiap butir pertanyaan yang menggunakan Skala likert dapat berupa kata-kata antara lain yaitu Sangat Penting (SP), Penting (P), Ragu-Ragu (R), Tidak Penting (TP), Sangat Tidak Penting (STP). Dapat juga berupa kata-kata seperti Sangat Baik (SB), Baik (B), Ragu-Ragu (R), Tidak Baik (TB), Sangat Tidak Baik (STB). Selain itu dapat juga berupa kata-kata seperti Sangat Setuju (SS), Setuju (S), Ragu-Ragu (R), Tidak Setuju (TS), Sangat Tidak Setuju (STS). Untuk keperluan analisis kuantitatif, maka jawaban itu dapat diberi skor, misalnya :

1. Sangat Penting (SS) = 4
2. Penting (S) = 3
3. Cukup Setuju (CS) = 2
4. Tidak Setuju (TP) = 1²⁸

F. Teknik Analisis Data

1. Uji Validitas dan Reliabilitas
 - a. Uji Validitas

Validitas merupakan ketepatan suatu instrumen dalam mengukur apa yang ingin diukur.²⁹ Uji validitas digunakan untuk mengukur sah tidaknya suatu kuesioner. Suatu kuesioner dikatakan valid, jika pertanyaan pada kuesioner mampu mengungkapkan sesuatu yang akan diukur.³⁰

Dalam penentuan layak tidaknya suatu item yang akan digunakan, biasanya akan dilakukan uji sigfinikansi koefisien korelasi pada taraf sigfinikan 0,05.³¹ Uji sigfinikan dilakukan degan membandingkan nilai r hitung (nilai Correted item-Total Correlation pada output Cronbac alpa) dengan nilai r tabel untuk untuk degree of freedom (df) = n-2 (n adalah jumlah sampel). Jika r hitung lebih besar dari pada

²⁷ Sugiyono, *Metode Penelitian Manajemen*, 168

²⁸ V. Wiratna Sujarweni, *Metodologi Penelitian Bisnis & Ekonomi*, 104

²⁹ Dwi Priyanto, *Paham Analisa Statistik Data dengan SPSS*, (Yogyakarta : MediaKom, 2010), 90

³⁰ Masrukhin, *Statistik inferensial Aplikasi Program SPSS*, (Kudus : MEDIA ILMU PRESS, 2004), 20

³¹ Dwi Priyanto, *Paham Analisa Statistik Data dengan SPSS*, 90

r tabel dan berkorelasi positif maka butir atau pertanyaan tersebut valid. Atau dengan kata lain item pertanyaan dikatakan valid apabila skor item pertanyaan memiliki korelasi yang positif dan signifikan dengan skor total variabel.³²

b. Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas merupakan alat untuk mengukur suatu kuesioner yang merupakan indikator dari variabel.³³ Uji reliabilitas dilakukan terhadap item pertanyaan yang dinyatakan valid. Uji ini digunakan untuk mengukur suatu kuesioner yang merupakan indikator dari variabel atau konstruk. Suatu kuesioner dikatakan reliabel atau handal jika jawaban seseorang terhadap pernyataan adalah konsisten atau stabil dari waktu ke waktu. Suatu variabel dikatakan reliabel jika memiliki Cronbach Alpha $> 0,60$.³⁴

2. Uji Asumsi Klasik

a. Uji Multikolinieritas

Uji multikolinieritas bertujuan untuk menguji apakah regresi mengetahui adanya korelasi antar variabel bebas (independen). Model regresi yang baik tentu tidak terjadi korelasi di antara variabel bebas. Jika variabel bebas saling berkorelasi, maka variabel tersebut tidak membentuk variabel ortogonal. Variabel ortogonal merupakan variabel bebas yang nilai korelasi antar sesama variabel bebas sama dengan nol.³⁵

Untuk mendeteksi ada atau tidaknya multikolinieritas di dalam model regresi adalah dengan *Tolerance* dan *Variance Inflation Factor (VIF)*. Kedua ukuran ini menunjukkan setiap variabel independen manakah yang dijelaskan oleh variabel bebas lainnya. Nilai cutoff yang umum dipakai untuk menunjukkan adanya multikolinieritas adalah nilai *Tolerance* $< 0,10$ atau sama dengan nilai *VIF (Variance Inflation Factor)* > 10 .³⁶

³² V. Wiratna Sujarweni, *Metodologi Penelitian Bisnis & Ekonomi*, 158

³³ Masrukhin, *Statistik inferensial Aplikasi Program SPSS*, 15

³⁴ V. Wiratna Sujarweni, *Metodologi Penelitian Bisnis & Ekonomi*, 158

³⁵ Masrukhin, *Statistik I Berbasis Komputer Ekonomi Islam*, (Kudus : MEDIA ILMU PRESS, 2015), 92

³⁶ Imam Ghozali, *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS 19 (Edisi 5)*, (Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro, 2011), 105.

b. Uji Autokorelasi

Autokorelasi bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi linear ada korelasi antara kesalahan pengganggu pada periode t dengan kesalahan pada periode $t-1$.³⁷ Jika terjadi korelasi, maka dinamakan ada problem autokorelasi. Autokorelasi muncul karena observasi yang berurutan sepanjang waktu berkaitan satu sama lain. Model regresi yang baik adalah regresi yang bebas dari autokorelasi. Dalam penelitian ini autokorelasi menggunakan uji Durbin-Watson (DW test) yang menggunakan titik kritis, yaitu batas bawah (dl) dan batas atas (du). Uji Durbin-Watson hanya digunakan untuk autokorelasi tingkat satu (*First Order Autocorrelation*) dan mensyaratkan adanya Intercept (konstanta) dalam model regresi, serta tidak ada variabel lagi diantara variabel bebas.

Kriteria pengambilan keputusan ada tidaknya autokorelasi adalah sebagai berikut:

- 1) Jika nilai DW terletak antara batas atas atau Upper Bound (du) dan $(4-du)$, maka koefisien autokorelasi sama dengan nol, berarti tidak ada autokorelasi.
- 2) Bila nilai DW lebih rendah dari pada batas bawah atau Lower Bound (dl), maka koefisien autokorelasi lebih besar dari pada nol, berarti tidak autokorelasi positif.
- 3) Bila nilai Dw lebih besar dari $(4-dl)$, maka koefisien autokorelasi lebih kecil dari pada nol, berarti ada autokorelasi negative.
- 4) Bila nilai DW terletak diantara atas (du) dan batas bawah (dl) atau DW terletak antara $(4-du)$ dan $(4-dl)$, maka hasilnya tidak dapat disimpulkan.³⁸

c. Uji Heteroskedastisitas

Heteroskedastisitas adalah keadaan dimana terjadi ketidaksamaan varian dari residual untuk semua pengamatan pada model regresi.³⁹ Heteroskedastisitas menguji terjadinya perbedaan variance residual suatu periode pengamatan ke periode pengamatan yang lain. Cara memprediksi ada tidaknya heteroskedastisitas pada suatu model dapat dilihat dengan pola gambar *Scatterplot*, regresi

³⁸ Masrukhin, *Metode Penelitian Kuantitatif*, (Kudus: Media Ilmu press, 2010), 183-184

³⁹ Imam Ghozali, *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS 19*, (Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro, 2011), 139.

yang tidak terjadi heteroskedastisitas jika titik-titik data menyebar di atas dan di bawah atau di sekitar angka 0, titik-titik data tidak mengumpul hanya di atas atau di bawah saja, penyebaran titik-titik data tidak boleh membentuk pola bergelombang melebar kemudian menyempit dan melebar kembali, penyebaran titik-titik data tidak berpola.⁴⁰

d. Uji Normalitas

Uji normalitas bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi, variabel terikat dan variabel bebas keduanya mempunyai distribusi normal atau distribusi tidak normal. Model regresi yang baik adalah memiliki distribusi yang normal. Uji normalitas data dapat mengetahui apakah distribusi sebuah data mengikuti atau mendekati distribusi normal, yakni distribusi data yang berbentuk lonceng (*bell shaped*). Distribusi data yang baik adalah data yang mempunyai pola seperti distribusi normal, yakni distribusi data tersebut tidak mempunyai juling ke kiri atau ke kanan dan keruncingan kekiiri atau kekanan.⁴¹

Dalam penelitian ini, untuk menguji apakah distribusi data normal atau tidak dilakukan dengan melihat *normal probability plot* yang membandingkan distribusi kumulatif dari distribusi normal. Jika distribusi normal, maka garis yang menggambarkan data sesungguhnya akan membentuk satu garis lurus diagonal, dan plotting data residual akan dibandingkan dengan garis diagonal. Dan jika distribusi data residual normal, maka garis yang menggambarkan data sesungguhnya akan mengikuti garis diagonalnya.⁴²

3. Analisis Regresi Linier Berganda

Analisis regresi berganda digunakan untuk menguji pengaruh dua atau lebih variabel independen terhadap variabel dependen dengan skala pengukuran interval atau rasio dalam suatu persamaan linier.⁴³ Selain itu juga analisis regresi digunakan untuk menguji kebenaran hipotesis yang diajukan dalam penelitian ini, yang modelnya sebagai berikut :

$$Y = a + b_1x_1 + b_2x_2 + b_3x_3 + e$$

Dimana :

⁴⁰ V. Wiratna Sujarweni, *Metodologi Penelitian Bisnis & Ekonomi*, 177-178

⁴¹ Masrukhin, *Metodologi Penelitian Kuantitatif*, 187

⁴² Imam Ghozali, *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS 25 Edisi 9*, (Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro, 2018), 161

⁴³ V. Wiratna Sujarweni, *Metodologi Penelitian Bisnis & Ekonomi*, 227

- Y = omset bisnis kuliner mitra Go-food
 x1 = layanan
 x2 = harga
 x3 = permintaan
 b1 = koefisien layanan
 b2 = koefisien harga
 b3 = koefisien permintaan
 a = konstanta

a. Uji t

Uji t adalah pengujian koefisien regresi parsial individual yang digunakan untuk mengetahui apakah variabel independen secara parsial mempengaruhi variabel dependen.⁴⁴ Apabila nilai probabilitas sigifikansinya lebih kecil dari 0,05 (5%) maka suatu variabel independen berpengaruh signifikan terhadap variabel dependen. Hipotesis diterima jika taraf signifikan (α) < 0,05 dan hipotesis ditolak jika taraf signifikan (α) > 0,05.⁴⁵ Pengujian ini dilakukan dengan membandingkan T_{hitung} dan T_{tabel} dengan ketentuan sebagai berikut:

- 1) Jika $t_{hitung} > t_{tabel}$ maka H_0 ditolak
- 2) Jika $t_{hitung} < t_{tabel}$ maka H_0 diterima⁴⁶

b. Uji F

Uji F adalah pengujian signifikan persamaan yang digunakan untuk mengetahui seberapa besar pengaruh variabel bebas secara bersama-sama terhadap variabel tidak bebas.⁴⁷ Signifikansi model regresi secara simultan di uji dengan melihat nilai signifikan (sig) dimana jika nilai sig dibawah 0,05 maka variabel independen berpengaruh terhadap variabel dependen.⁴⁸ Pengujian yang dilakukan menggunakan uji distribusi F. Caranya, yakni dengan membandingkan antara nilai F tabel dengan nilai F hitung yang terdapat pada tabel Analysis of Variance dari hasil perhitungan dengan kriteria pengujian sebagai berikut:

- 1) Bila $F_{hitung} > F_{tabel}$, maka H_0 ditolak

⁴⁴ V. Wiratna Sujarweni, *Metodologi Penelitian Bisnis & Ekonomi*, 161

⁴⁵ V. Wiratna Sujarweni, *Metodologi Penelitian Bisnis & Ekonomi*, 229

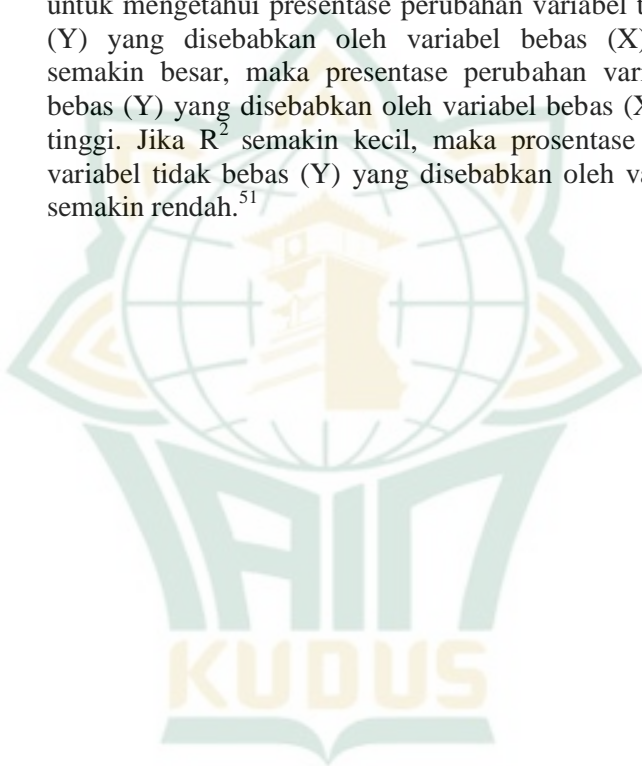
⁴⁶ Duwi Priyatno, *Paham Analisa Statistik Data dengan SPSS*, (Yogyakarta: Penerbit Media Kom, 2010), 68.

⁴⁷ V. Wiratna Sujarweni, *Metodologi Penelitian Bisnis & Ekonomi*, 162

⁴⁸ V. Wiratna Sujarweni, *Metodologi Penelitian Bisnis & Ekonomi*, 228

- 2) Bila $F_{hitung} < F_{tabel}$, maka H_0 diterima⁴⁹
- c. Koefisien Determinasi (R^2)

Koefisien Determinasi (*Goodness of fit*), yang dinotasikan dengan R^2 merupakan suatu ukuran yang penting dalam regresi. Determinasi (R^2) mencerminkan kemampuan variabel dependen. Tujuan analisis ini adalah untuk menghitung besarnya pengaruh variabel independen terhadap variabel dependen.⁵⁰ Koefisien determinasi (R^2) digunakan untuk mengetahui presentase perubahan variabel tidak bebas (Y) yang disebabkan oleh variabel bebas (X). Jika R^2 semakin besar, maka presentase perubahan variabel tidak bebas (Y) yang disebabkan oleh variabel bebas (X) semakin tinggi. Jika R^2 semakin kecil, maka presentase perubahan variabel tidak bebas (Y) yang disebabkan oleh variabel (X) semakin rendah.⁵¹



⁴⁹ Algifari, *Analisis Regresi Teori, Kasus, dan Solusi:Edisi 2*, (Yogyakarta : BPFE, 2000), 72

⁵⁰ V. Wiratna Sujarweni, *Metodologi Penelitian Bisnis & Ekonomi*, 228

⁵¹ V. Wiratna Sujarweni, *Metodologi Penelitian Bisnis & Ekonomi*, 164