

BAB III METODE PENELITIAN

A. Jenis Pendekatan

Pada penelitian ini, jenis sumber data yang digunakan oleh peneliti adalah penelitian lapangan (*field research*). Penelitian lapangan (*field research*) adalah penelitian yang dilakukan dengan melakukan peninjauan langsung ke lokasi penelitian dengan cara wawancara terhadap pimpinan, karyawan, dan pelanggan atau pengguna hijab Rabbani Jepara.¹

Pendekatan yang digunakan peneliti adalah pendekatan kuantitatif. Penelitian kuantitatif adalah data penelitian yang berbentuk angka, yang dikumpulkan, dicatat, disusun, dan dijadikan tabel frekuensi selanjutnya dilakukan pengukuran nilai-nilai statistiknya untuk membuktikan kebenaran terhadap teori.² Pendekatan kuantitatif dilakukan untuk mengetahui apakah terdapat korelasi antara variabel independen dan variabel dependen.³ Jenis metode penelitian yang digunakan pada penelitian ini termasuk penelitian korelasi untuk mengetahui adanya hubungan dari keempat variabel pada penelitian ini yaitu variabel keputusan pembelian, kualitas produk, harga, dan *brand image* terhadap keputusan pembelian.

B. Setting Penelitian (Lokasi Dan Waktu Penelitian)

Penelitian dilakukan di Kota Jepara Jawa Tengah dengan responden konsumen pengguna hijab Rabbani. Alasan memilih lokasi tersebut adalah wilayah Jepara termasuk wilayah yang konsumtif akan *fashion*, terutama hijab yang simple dan bisa digunakan sehari-hari dengan nyaman, dan keterjangkauan lokasi penelitian, mencakup waktu, tenaga, dan biaya.

Waktu yang digunakan dalam penelitian ini adalah 30 hari, mulai dari tanggal 12 sampai 18 agustus 2022. Pengambilan waktu

¹ Arwin, dkk, “Pengaruh Harga Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian Pada PT. Sari Melati Kencana Pematangasiantar”, *Jurnal Ekonomi dan Bisnis Syariah* Vol. 3, No. 1 (2020): 192.

² Edie Sugianto, “Analisis Emosional, Kebijakan Pembelian Dan Perhatian Setelah Transaksi Terhadap Pembentukan Diosnansi Kognitif Konsumen Pemilik Sepeda Motor Honda Pada UD. Dika Jaya Motor Lamongan”, *JPIM (Jurnal Penelitian Ilmu Manajemen)* Vol.1, No.1 (2016): 37.

³ Muhammad Mulyadi, “Penelitian Kuantitatif Dan Kualitatif Serta Pemikiran Dasar Menggabungkannya”, *Jurnal Komunikasi dan Media* Vol. 15, No. 1 (2011): 136.

penelitian selama 30 hari, karena dengan penyebaran kuesioner yang dilakukan tidak langsung (melalui *google form*). Dikarenakan penelitian ini dilakukan di daerah peneliti, waktu penelitian dinilai cukup sehingga data penelitian yang diperlukan dapat dengan mudah diperoleh.

C. Populasi dan Sampel

Populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri dari: obyek atau subyek yang mempunyai kuantitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan ditarik kesimpulannya.⁴ Sedangkan sampel adalah bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi tersebut.⁵

Adapun populasi yang digunakan dalam penelitian ini adalah seluruh konsumen yang pernah membeli atau menggunakan hijab Rabbani yang ada di daerah Jepara Jawa Tengah. Penelitian menggunakan teknik *nonprobability sampling* yaitu teknik pengambilan sampel yang tidak memberi peluang/kesempatan sama bagi setiap unsur atau anggota populasi untuk dipilih menjadi sampel.⁶ Jenis *nonprobability sampling* ini menggunakan teknik *purposive sampling* yaitu teknik penentuan sampel dengan pertimbangan tertentu.⁷ Pertimbangan yang digunakan peneliti adalah konsumen yang ditemui atau dikirim link dari *google form* yang merupakan konsumen Hijab Rabbani di Daerah Jepara.

Pada penelitian ini jumlah konsumen yang pernah membeli dan menggunakan Hijab Rabbani di Daerah Jepara tidak diketahui dengan pasti sehingga menghitung jumlah sampel minimum digunakan formula *Lameshow* untuk populasi yang tidak diketahui⁸:

Kerangan:

n : Jumlah sampel

⁴ Edie Sugiarto, “Analisis Emosional, Kebijakan Pembelian Dan Perhatian Setelah Transaksi Terhadap Pembentukan Diosnansi Kognitif Konsumen Pemilik Sepeda Motor Honda Pada UD. Dika Jaya Motor Lamongan”, *JPIM (Jurnal Penelitian Ilmu Manajemen)* Vol.1, No.1 (2016): 38

⁵ Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D* (Bandung: Alfabeta, 2008), 81.

⁶ Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D* (Bandung: Alfabeta, 2008), 84.

⁷ Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D* (Bandung: Alfabeta, 2008), 85.

⁸ Nurmin Arianto dan Jefri Muhammad, “Pengaruh Fasilitas dan Pelayanan terhadap Kepuasan Pengunjung pada Hotel Dharmawangsa”, *Jurnal Semarang* Vol. 1, No. 1 (2018): 111.

z : Skor Z pada kepercayaan 95% = 1,96

p : Maksimal esimasi=0,5

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

$$n = \frac{Z^2 \times p(1-p)}{d^2}$$

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

$$n = \frac{(3,8416) \times (0,5)(0,5)}{(0,01)}$$

$$n = \frac{(3,8416) \times (0,25)}{(0,01)}$$

$$n = \frac{0,9604}{0,01}$$

$$n = 96,0497$$

Jadi jumlah sampel dalam penelitian ini dibutuhkan menjadi 97 responden. Sampel ini merupakan pelanggan yang pernah membeli atau menggunakan Hijab Rabbani di Daerah Jepara.

D. Jenis dan Sumber Data

1. Data Primer

Data primer merupakan jenis data yang dikumpulkan secara langsung oleh peneliti. Data primer ini didapatkan dari penyebaran kuesioner yang diberikan kepada konsumen yang pernah membeli dan menggunakan hijab Rabbani di daerah Jepara. Hasil yang didapat dari data primer berupa karakteristik responden dan data mengenai pendapat konsumen terhadap kualitas produk, harga, dan *brand image* pada hijab Rabbani di daerah Jepara.

2. Data Sekunder

Data sekunder merupakan jenis data yang dikumpulkan kelompok orang lain atau sudah tersedia, dan sudah bisa langsung digunakan oleh peneliti. Data sekunder biasanya didapatkan dari jurnal, internet dan buku yang terkait dengan penelitiannya.

E. Desain dan Definisi Operasional Variabel

1. Identifikasi Variabel

Variabel penelitian adalah suatu atribut atau sifat atau nilai dari orang, objek atau kegiatan yang mempunyai variasi tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian disimpulkan.⁹ Adapun variabel yang digunakan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

- a) **Variabel Bebas (*independent*)** adalah variabel yang menjadi pengaruh atau menjadi penyebab perubahannya atau timbulnya variabel lain.¹⁰ Variabel bebas (*independent*) dalam penelitian ini adalah kualitas produk (X_1), harga (X_2), dan *brand image* (X_3).
- b) **Variabel Terikat (*dependent*)** adalah variabel yang dipengaruhi atau yang menjadi akibat, karena adanya variabel bebas.¹¹

2. Variabel Operasional

Tabel 3. 1 Definisi Operasional Variabel

Variabel	Definisi	Dimensi	Indikator	Skala
Kualitas Produk (X1)	Keseluruhan ciri serta dari suatu produk atau pelayanan pada kemampuan untuk memuaskan kebutuhan yang dinyatakan atau tersirat. ¹²	a. Mutu kinerja (<i>Performance</i>) b. Keandalan (<i>Reliability</i>) c. Daya tahan (<i>Durability</i>) d. Keistimewaan (<i>Feature</i>) e. Estetika (<i>Esthetic</i>)	a. Kualitas kerja, kuantitas, efektifitas . b. Kebutuhan konsumen, kepercayaan konsumen . c. Berapa	Likert

⁹ Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D* (Bandung: Alfabeta, 2008), 38.

¹⁰ Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D* (Bandung: Alfabeta, 2008), 38.

¹¹ Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D* (Bandung: Alfabeta, 2008), 38.

¹² Riyono, “Pengaruh Kualitas Produk, Harga, Promosi, dan Brand Image Terhadap Keputusan Pembelian Produk Aqua”, *Jurnal STIE Semarang* Vol.8, No.2, (2016): 98.

			lama produk itu dapat digunakan . d. Merek, kemasan, pemberian label. e. Desain, warna, bentuk, tekstur, dan keindahan .	
Harga (X2)	Sejumlah uang (ditambahkan beberapa produk apabila memungkinkan) yang diperlukan untuk memperoleh beberapa kombinasi yang diperlukan untuk memperoleh beberapa kombinasi dari produk dan layanan. ¹³	a. Keterjangkauan harga. b. Diskon/ potongan harga. c. Cara pembayaran.	a. Harga yang dapat dijangkau oleh konsumen, kesesuaian harga dengan kualitas, daya saing produk. b. Besarnya potongan harga, masa potongan harga, jenis produk yang dapat potongan harga. c. <i>Cash on delivery</i> (COD), transfer bank, kartu kredit, <i>e-wallet</i> .	Likert
<i>Brand Image</i> (X3)	Sesuatu yang dibenak konsumen tentang suatu	a. <u>Ciri-ciri produk (<i>Atribut brands</i>)</u> . b. <u>Citra orang</u>	a. Berkaita dengan produk (warna, ukuran, desain), tidak berkaitan	Likert

¹³ Sisca Juwita Kartika Dewi, Anik Lestari Andjarwati, "Pengaruh Kualitas Produk dan Harga Terhadap Niat Beli Ulang Dengan Kepuasan Sebagai Variabel Intervening", *Jurnal Ilmu Manajemen* Vol. 6 , No.3 (2018): 250.

	<p>barang dan jasa yang telah mereka kenal, digunakan, dan dikonsumsi.¹⁴</p>	<p><u>yang membeli merek</u> <i>(Aspirational brands).</i></p> <p>c. <u>Reaksi dan perilaku konsumen</u> <i>(Experience brands).</i></p> <p>d. <u>Loyalitas merek</u> <i>(Brand loyalty).</i></p>	<p>dengan produk (harga, kemasan, pemakaian, citra penggunaan).</p> <p>b. Gaya hidup konsumen, keyakinan konsumen dalam memilih merek akan tercipta asosiasi kuat dengan kelompok tertentu, status, pengakuan sosial, dan identitas.</p> <p>c. Sensasi, perasaan, kognisi, dan tanggapan konsumen yang ditimbulkan oleh merek. Terkait rangsangan yang ditimbulkan oleh desain merek, identitas merek, komunikasi pemasaran, orang dan lingkungan merek.</p> <p>d. Setia pada</p>	
--	---	---	---	--

¹⁴ Iis Miati, “Pengaruh Citra Merek (Brand Image) Terhadap Keputusan Pembelian Kerudung Deenay”, *Abiwarra: Jurnal Vokasi Administrasi Bisnis* Vol. 1, No. 2 (2020): 73.

			merek tertentu, peralihan biaya untuk berganti merek, pengukuran kepuasan konsumen, pengukuran kesukaan terhadap merek, dan komitmen.	
Keputusan Pembelian (Y)	Tahap dalam proses pengambilan keputusan dimana konsumen benar0benar membeli. ¹⁵	<ul style="list-style-type: none"> a. <i>Level Performance quality.</i> b. <i>Consistency</i> 	<ul style="list-style-type: none"> a. Kualitas, mutu, harga yang terjangkau, ketahanan, kenyamanan, dan desain. b. Bebas dari cacat produksi, konsisten dalam mempertahankan kinerja produk. 	Likert

F. Uji Validitas dan Reabilitas Instrumen

1. Uji Validitas

Hasil penelitian dikatakan valid jika antara data yang telah dikumpulkan dengan data yang sebenarnya terjadi pada obyek yang diteliti terdapat kesamaan. Uji validitas dilakukan untuk mengukur keabsahan data yang didapatkan. Instrumen yang valid artinya alat ukur yang digunakan untuk memperoleh data adalah valid. Valid artinya alat tersebut dapat digunakan untuk mengukur apa yang perlu diukur.¹⁶

Pengujian validitas tiap butir digunakan analisis item, yaitu mengkorelasikan skor tiap bagian dengan skor total yang merupakan jumlah tiap skor bagian. Jika nilai r_{hitung} atau hasil perhitungan lebih besar dari r_{tabel} pada alpha tertentu berarti

¹⁵ Desy Irana Dewi Lubis, Rahmat Hidayat, "Pengaruh Citra Merek dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Pada Sekolah Tinggi Ilmu Manajemen Sukma Medan", *Jurnal Ilman* Vol.5, No.1 (2017): 17.

¹⁶ Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D* (Bandung: Alfabeta, 2008), 121.

instrumen dinyatakan valid. Dan jika r_{hitung} kurang dari nilai r_{tabel} pada alpha tertentu maka instrumen tersebut dinyatakan tidak valid. Uji validitas yang dijabarkan tersebut dikenal dengan validitas konstruksi (*construct validity*), menggunakan rumus korelasi *pearson product moment*.¹⁷

2. Uji Reabilitas

Menurut Sugiyono, instrumen yang reliable adalah instrumen yang bila digunakan beberapa kali untuk mengukur objek yang sama, akan menghasilkan data yang sama.¹⁸ Reabilitas sebenarnya adalah alat ukur untuk mengukur suatu kuesioner yang merupakan indikator dari variabel. Kuesioner dikatakan reliabel atau handal jika jawaban seseorang terhadap pertanyaan adalah konsisten atau stabil dari waktu ke waktu. Untuk mencapai hal tersebut dilakukan uji reabilitas dengan menggunakan metode *Alpha Cronbach's*.¹⁹ Kriteria untuk menentukan instrumen tersebut reliabel atau tidak, dengan melihat hasil pengujian statistic Cronbac'sh Alpha > 0,06. Dan jika Cronbac'sh Alpha ditemukan angka koefisien < 0,06 maka dikatakan tidak reliabel.

G. Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data yang digunakan oleh peneliti dalam penelitian adalah:

1. Observasi

Observasi menurut Sutrisno Hadi merupakan suatu proses yang kompleks, suatu proses yang tersusun dari berbagai proses biologis dan psikologis.²⁰ Dalam penelitian ini, peneliti menggunakan metode observasi non partisipan, yaitu peneliti tidak berpartisipasi dan hanya sebagai pengamat. Peneliti melakukan observasi ke pengguna hijab Rabbani yang ada di Jepara untuk mendapatkan data yang dibutuhkan dan membagikan kuesioner kepada pengguna hijab Rabbani yang ada di Jepara.

¹⁷ Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D* (Bandung: Alfabeta, 2008), 133-134.

¹⁸ Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D* (Bandung: Alfabeta, 2008), 121.

¹⁹ Deni Darmawan, *Metode Penelitian Kuantitatif* (2013), 180.

²⁰ Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D* (Bandung: Alfabeta, 2008), 145.

2. Kuesioner (Angket)

Kuesioner adalah teknik pengumpulan data yang dilengkapi dengan mengajukan pertanyaan atau pernyataan tertulis pada responden.²¹ Dalam teknik kuesioner ada tiga jenis, yaitu kuesioner tertutup, kuesioner terbuka, dan kuesioner campuran. Dalam penelitian ini, peneliti menggunakan kuesioner tertutup, yaitu peneliti memberikan beberapa pilihan untuk dipilih oleh responden. Teknik ini digunakan oleh peneliti dengan cara membagikan kuesioner kepada konsumen hijab Rabbani di Jepara yang pernah melakukan pembelian merek hijab Rabbani. Dalam teknik kuesioner didesain menggunakan skala likert (*likert scale*), setiap pernyataan memakai pilihan agar memperoleh data yang bersifat subyektif dan diberikan skor sebagai berikut: sangat setuju (skor 5), setuju (skor 4), kurang setuju (skor 3), tidak setuju (skor 2), sangat tidak setuju (skor 1).

3. Dokumentasi

Dokumentasi adalah teknik pengumpulan data yang berbentuk dokumen seperti foto, video, tulisan, dan lainnya. Tujuan teknik dokumentasi ini adalah untuk memperoleh data secara konkret yang berhubungan dengan objek penelitian. Dalam penelitian ini dokumentasi digunakan untuk mendapatkan data tentang profil hijab Rabbani Jepara, data konsumen, data harga produk hijab Rabbani, letak geografis hijab Rabbani Jepara dan data yang terkait dengan penelitiannya.

H. Uji Asumsi Klasik

1. Uji Multikolinearitas

Uji multikolinearitas adalah untuk melihat ada atau tidaknya korelasi yang tinggi antara variabel-variabel bebas dalam suatu model regresi linear berganda. Jika ada korelasi yang tinggi antara antar variabel-variabel bebasnya, maka hubungan antara variabel bebas terhadap variabel terikatnya menjadi terganggu. Uji multikolinearitas dilihat dari nilai *Tolerance* dan *VIF (Variance Inflation Factor)* dan besaran korelasi antar variabel independen. Model regresi dapat dikatakan bebas

²¹ Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D* (Bandung: Alfabeta, 2008), 142.

multikolinearitas jika nilai VIF tidak lebih dari 10 dan mempunyai angka tolerance tidak kurang dari 0,10.²²

2. Uji Normalitas

Uji normalitas bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi variabel bebas dan variabel terikat memiliki distribusi normal. Model regresi yang baik mampu berdistribusi mendekati normal. Uji normalitas dilakukan menggunakan grafik *normal Probability Plot*. Dasar keputusannya berdasarkan kriteria uji normalitas sebagai berikut²³:

- a) Jika data menyebar di sekitar garis diagonal dan mengikuti arah garis diagonal, maka model regresi memenuhi asumsi normalitas.
- b) Jika data menyebar jauh dari garis diagonal dan tidak mengikuti arah garis diagonal, maka model regresi tidak memenuhi asumsi normalitas.

Karena uji normalitas menggunakan grafik normal Probability Plot bisa salah pemutusan, maka peneliti menambahkan uji Kolmogorov Smirnov. Dengan dasar keputusan jika nilai $\text{sig} > \alpha$ (0,05) maka variabel residual berdistribusi normal, dan jika nilai $\text{sig} < \alpha$ (0,05) maka variabel residual tidak berdistribusi normal.

3. Uji Heteroskedastisitas

Uji heteroskedastisitas adalah untuk melihat apakah terdapat ketidaksamaan varian dari residual satu ke pengamatan ke pengamatan yang lain. Jika varian dari residual satu ke pengamatan yang lain tetap, maka disebut homoskedastisitas, dan jika hasil varian dari residual satu pengamatan ke pengamatan yang lain berbeda maka disebut heteroskedastisitas.²⁴ Uji heteroskedastisitas dilakukan dengan melihat grafik scatterplot antara nilai prediksi variabel terikat (ZPRED) dengan residual nya (SRESID). Jika ada pola tertentu, seperti titik yang membentuk pola yang teratur (bergelombang, melebar, dan kemudian menyempit) maka telah terjadi heteroskedastisitas, dan jika tidak ada titik yang jelas dan titik menyebar diatas dan

²² Setiawati, “Analisis Pengaruh Kebijakan Deviden Terhadap Nilai Perusahaan Pada Perusahaan Farmasi di BEI”, *Jurnal Inovasi Penelitian* Vol. 1, No. 8 (2021): 1585.

²³ Duwi Priyatno, *SPSS 22: Pengelolaan Data Terparaktis*, (Yogyakarta: CV. Andi Offset, 2014), 99-103.

²⁴ Setiawati, “Analisis Pengaruh Kebijakan Deviden Terhadap Nilai Perusahaan Pada Perusahaan Farmasi di BEI”, *Jurnal Inovasi Penelitian* Vol. 1, No. 8 (2021): 1585.

dibawah angka 0 pada sumbu Y, maka tidak terjadi heteroskedastisitas.²⁵

I. Teknik Analisis Data

1. Analisis Regresi Linier Berganda

Analisis regresi linier berganda ini digunakan untuk menguji hipotesis dari penelitian yang sudah dirumuskan. Dimana analisis ini digunakan untuk mengetahui apakah ada pengaruh antara variabel keputusan pembelian, kualitas produk, harga, dan *brand image*.

Dalam penelitian ini menggunakan persamaan regresi linier berganda sebagai berikut.²⁶:

$$\text{Rumus: } Y = a + b_1 X_1 + b_2 X_2 + b_3 X_3 + e$$

Keterangan:

Y : Variabel dependen keputusan pembelian

a : Bilangan konstanta regresi berganda

b1 : Koefisien regresi variabel kualitas produk

b2 : Koefisien regresi variabel harga

b3 : Koefisien regresi variabel *brand image*

X1 : Variabel independen kualitas produk

X2 : Variabel independen harga

X3 : Variabel independen *brand image*

e : *Standart error* (tingkat kesalahan)

2. Uji F (Simultan)

Uji F digunakan untuk menguji tingkat signifikansi pengaruh variabel independen secara serempak, yaitu kualitas produk (X1), harga (X2), dan *brand image* (X3) terhadap variabel dependen berupa keputusan pembelian (Y).²⁷ Langkah-langkah dalam uji statistik F sebagai berikut²⁸:

a. Merumuskan hipotesis

H_0 : Tidak ada pengaruh antara variabel independen (X) secara bersama-sama terhadap variabel dependen (Y)

²⁵ Duwi Priyatno, *SPSS 22: Pengelolaan Data Terparaktis*, (Yogyakarta: CV. Andi Offset, 2014), 113.

²⁶ Duwi Priyatno, *SPSS 22: Pengelolaan Data Terparaktis*, (Yogyakarta: CV. Andi Offset, 2014), 160.

²⁷ Jihan Suci Lestari, Umi Farida, Siti Chamidah, "Pengaruh Kepemimpinan, Kedisiplinan, Dan Lingkungan Kerja Terhadap Prestasi Kerja Guru", *Jurnal Manajemen dan Bisnis*, Vol. 1, No. 1 (2019): 44.

²⁸ Duwi Priyatno, *SPSS 22: Pengelolaan Data Terparaktis*, (Yogyakarta: CV. Andi Offset, 2014), 157-158.

Ha : Ada pengaruh antara variabel independen (X) secara bersama-sama terhadap variabel dependen (Y)

b. Menentukan tingkat signifikansi

Tingkat signifikansi menggunakan 0,05 ($\alpha = 5\%$)

c. Menentukan F_{tabel}

Dengan menggunakan tingkat keyakinan 95%, $\alpha = 5\%$, df 1 (jumlah variabel-1) atau $4-1= 3$. Dan df 2 ($n-k-1$) atau $07-3-1= 93$ (n adalah jumlah data dan k adalah jumlah variabel independen)

d. Kriteria pengujian

H_0 diterima bila nilai Sig. $> 0,05$, atau $F_{\text{hitung}} \leq F_{\text{tabel}}$

H_0 ditolak bila nilai Sig. $< 0,05$, atau $F_{\text{hitung}} \geq F_{\text{tabel}}$

3. **Koefisien Determinasi (R^2)**

Koefisien Determinasi (R^2) digunakan untuk menentukan seberapa besar variasi yang terjadi pada variabel dependen (Y) yang dapat dijelaskan oleh variabel independen (X).²⁹ Nilai koefisien determinasi antara nol sampai satu. Nilai (R^2) yang kecil berarti kemampuan variabel independen untuk menjelaskan variasi variabel dependen sangat terbatas. Nilai yang mendekati 1 berarti variabel independen memberikan hampir semua informasi yang dibutuhkan untuk menghasilkan perubahan pada variabel dependen.³⁰

4. **Uji t (Parsial)**

Uji t digunakan untuk pengujian hipotesis pengaruh variabel independen secara individu terhadap variabel dependen.³¹ Menggunakan uji masing-masing koefisien regresi variabel independen apakah berpengaruh terhadap variabel dependen. Uji signifikansi masing-masing parameter menggunakan uji statistic t. Menarik kesimpulan dengan mengamati nilai signifikansi (α) atau nilai t hitung dengan kriteria pengujian sebagai berikut:

- a. Tingkat signifikansi $\alpha > 0,05$ atau $t_{\text{hitung}} < t_{\text{tabel}}$: maka H_0 diterima atau tidak terdapat pengaruh variabel X terhadap variabel Y.

²⁹ Jihan Suci Lestari, Umi Farida, Siti Chamidah, "Pengaruh Kepemimpinan, Kedisiplinan, Dan Lingkungan Kerja Terhadap Prestasi Kerja Guru", *Jurnal Manajemen dan Bisnis*, Vol. 1, No. 1 (2019): 44.

³⁰ Mudrajad Kuncoro, *Metode Kuantitatif*, (Yogyakarta: AMP YKPN, 2001), 100.

³¹ Setiawati, "Analisis Pengaruh Kebijakan Deviden Terhadap Nilai Perusahaan Pada Perusahaan Farmasi di BEI", *Jurnal Inovasi Penelitian* Vol. 1, No. 8 (2021): 1585.

- b. Tingkat signifikansi $\alpha < 0,05$ atau $t_{hitung} > t_{tabel}$: maka H_0 ditolak atau terdapat pengaruh variabel X terhadap variabel Y.³²



³² Duwi Priyatno, *SPSS 22: Pengelolahan Data Terparaktis*, (Yogyakarta: CV. Andi Offset, 2014), 175.