

BAB III METODE PENELITIAN

A. Jenis dan Pendekatan Penelitian

Pendekatan pada penelitian ini adalah kuantitatif dimana penelitian ini didasari pada pengalaman dan ilmu pasti sebagai langkah meneliti suatu populasi ataupun sampel khusus dalam pengumpulan data memanfaatkan instrumen penelitian analisis data yang tergolong kuantitatif atau statistik bermaksud untuk melakukan uji hipotesis yang telah ditetapkan. Metode kuantitatif yaitu metode yang memasukkan banyak angka yang bermula dari pengumpulan data dan berakhir dengan pengolahan statistik.¹ Jenis penelitian pada tema ini tergolong hubungan sebab-akibat antar beberapa kondisi yang digambarkan dalam variabel yang disebut dengan penelitian kausalitas. Penelitian kausalitas ini berkaitan hubungan sebab-akibat yang sudah diketahui oleh peneliti sehingga dapat mengategorikan variabel bebas dan variabel terikat.² Penelitian pendekatan kuantitatif dengan jenis kausalitas juga dapat menjadi dasar pengetahuan hubungan pengaruh variabel testimoni (X1), kualitas produk (X2), *celebrity endorser* (X3) terhadap minat beli (Y).

B. Populasi dan Sampel

1. Populasi Penelitian

Populasi berwujud suatu kawasan generalisasi yang memiliki objek ataupun subjek penelitian terdiri dari kualitas serta keunikan definit dimana telah ditentukan peneliti untuk dikaji dan pada tahap akhir diambil kesimpulannya.³ Populasi dapat dipahami sebagai sekumpulan unsur yang memiliki karakter tertentu yang sama dan memiliki peluang sama untuk dipilih sebagai sampel. Populasi juga dikatakan sebagai sekumpulan satu kesatuan pengamatan atau objek yang terdapat

¹ Ginola Tri Shindy and Indra Bastian Tahir Muhammad Isa Alamsyahbana, Aulia Dewi Gizta, Putri Dwi Novrina, Raja Yulianita Sarazwati, Selvi Fauzar, Vanisa Meifari, Novica Indriaty, Rezario Febrianta Chandra, Surya Kusumah, Nanda Kristia Santoso, Fauzi, Ulfa Oktavani Nasution, Novi Chandra Saputra, *Metodologi Penelitian Kuantitatif Dan Kualitatif* (Bandung: Media Sains Indonesia, 2023), 161.

² Nurdjanah Hamid and A. Ratna Sari Dewi, *Metode Penelitian Pendekatan Analisa Dan Kasus* (Bandung: Media Sains Indonesia, 2022), 5.

³ Edy Supriyadi, *SPSS+Amos* (Bogor: IN MEDIA, 2014), 17.

sumber dibutuhkan oleh peneliti. Populasi yang diambil juga harus mampu memenuhi kriteria yang ditentukan dalam tema penelitian ini. Sehingga populasi yang diambil peneliti di penelitian ini yaitu mahasiswa prodi Manajemen Bisnis Syariah IAIN Kudus angkatan 2019-2022 yang menjadi pengguna *e-commerce* Shopee dengan total 620 mahasiswa.

2. Sampel Penelitian

Sampel ialah suatu ranah dari populasi dimana berdasarkan keseluruhan dan keunikan yang berhubungan dengan populasi terambil. Sampel bisa disebut juga sebagian dari segala objek yang diteliti dimana diperkirakan menyubstitusi total sepenuhnya populasi serta pengambilannya menerapkan teknik tertentu.⁴ Sampel yang diambil pada penelitian ini menerapkan metode *probability sampling* yang berarti teknik pengambilan sampel beserta pemberian peluang rata pada tiap elemen populasi guna dipilih sebagai anggota sampel. Penerapan metode ini, peneliti memilih teknik *simple random sampling* yang mana merupakan sampel yang terdiri dari beberapa elemen yang pemilihannya secara acak dan tanpa memperhatikan tingkatan yang ada dalam populasi.⁵

Survei ini dilakukan pada responden yang statusnya mahasiswa prodi Manajemen Bisnis Syariah IAIN Kudus angkatan 2019-2022 yang tentunya menjadi pengguna *e-commerce* Shopee dan pernah melakukan transaksi pada *e-commerce* tersebut. Pengambilan sampel penelitian ini telah diketahui jumlah populasinya sebesar 620 mahasiswa Manajemen Bisnis Syariah IAIN Kudus angkatan 2019-2022 sehingga menggunakan rumus Slovin dan berpacuan pada tingkat kesalahan sebesar 10%⁶ yaitu sebagai berikut:

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

⁴ Edy Supriyadi, 17.

⁵ Edy Supriyadi, 20.

⁶ Edy Supriyadi, 18.

Keterangan :

n = jumlah sampel

N = jumlah populasi

E = *error level* (tingkat kesalahan 10%)

Berdasarkan jumlah populasi mahasiswa prodi Manajemen Bisnis Syariah IAIN Kudus angkatan 2019 hingga 2022 sebanyak 620 mahasiswa. Maka perhitungan yang diperoleh sebagai berikut:

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

$$n = \frac{620}{1 + 620(0,1)^2}$$

$$n = \frac{620}{1 + 620(0,01)}$$

$$n = \frac{620}{7,2}$$

$$n = 86,11$$

$$n = 86 \text{ responden}$$

Dengan demikian, dilihat dari hasil perhitungan *rumus Slovin* menetapkan tingkat kesalahan 10% maka banyaknya sampel terambil ialah 86 responden prodi Manajemen Bisnis Syariah IAIN Kudus angkatan 2019-2022 dari jumlah total keseluruhan 620 mahasiswa. Sehingga sampel yang terambil dan diteliti peneliti yaitu sebanyak 86 mahasiswa.

C. Identifikasi Variabel

Variabel penelitian disebut sebuah keunikan atau kepribadian dari orang, obyek maupun kegiatan meliputi variasi tercatat yang telah diputuskan oleh peneliti guna ditelaah hingga disimpulkan hasil akhir. Variabel penelitian memiliki dua jenis yaitu sebagai berikut:

1. Variabel terikat (*dependent variable*), yaitu variabel yang dipengaruhi oleh variabel bebas yang biasanya disimbolkan (Y).⁷ Variabel terikat pada penelitian ini disebut minat beli (Y).
2. Variabel bebas (*independent variable*), yaitu variabel yang mempengaruhi variabel terikat yang umumnya disimbolkan (X).⁸ Pada penelitian ini, variabel bebas terdiri dari testimoni (X1), kualitas produk (X2) dan *celebrity endorser* (X3).

⁷ Syofian Siregar, *Statistika Deskriptif Untuk Penelitian Dilengkapi Perhitungan Manual Dan Aplikasi SPSS Versi 17* (Jakarta: Rajagrafindo Persada, 2012), 110.

⁸ Syofian Siregar, 110.

D. Variabel Operasional

Definisi operasional variabel yaitu mengenai pemahaman yang merujuk variabel yang diinterpretasikan berlandaskan sifat karakter khusus variabel tersebut yang bisa dilihat. Definisi operasional juga diartikan sebagai definisi yang didasari karakteristik berkaitan hal yang diobservasi, sehingga dapat dijadikan penunjuk apa yang harus dilakukan peneliti dalam menguji hipotesis atau untuk membuktikan jawaban. Definisi operasional bisa menjadi pengukuran, penilaian atau penentuan suatu variabel yang hendak diteliti.

Pengukuran variabel pada penelitian ini menerapkan skala *Likert* karena peneliti memakai teknik penyebaran kuesioner kepada responden. Oleh sebab itu, nantinya hasil dari penelitian ini dikategorikan sebagai skala data yang disebut ordinal interval. Skala *Likert* dipahami suatu metode yang ditetapkan guna pengukuran sikap, opini dan tanggapan individu atau golongan individu terhadap sebuah tanda-tanda sosial. Sehingga tiap opsi jawaban diberi skor dan responden hendaknya bisa mendukung pernyataan yang ada.⁹

Penggunaan skala *Likert*, variabel yang hendak dilakukan pengukuran dirincikan menjadi indikator variabel. Selanjutnya, indikator tercantum dijadikan acuan tolak ukur penyusunan poin instrumen yang bisa digambarkan sebuah pernyataan atau pertanyaan. Kuesioner yang diberlakukan di penelitian ini menerapkan 5 poin skala dengan skor yang ditentukan sebagai berikut:

- | | | |
|------------------------------|---|--------|
| 1. Sangat Setuju (SS) | = | skor 5 |
| 2. Setuju (S) | = | skor 4 |
| 3. Netral (N) | = | skor 3 |
| 4. Tidak Setuju (TS) | = | skor 2 |
| 5. Sangat Tidak Setuju (STS) | = | skor 1 |

⁹ Rohmad and Supriyanto, *Pengantar Statistika: Panduan Praktis Bagi Pengajar Dan Mahasiswa* (Yogyakarta: Kalimedia, 2016), 18.

Tabel 3. 1
Definisi Operasional Variabel

Variabel	Definisi Operasional	Indikator	Skala
Testimoni (X1)	Ungkapan dari pengalaman konsumen yang sudah merasakan produk maupun jasa yang ditawarkan. Testimoni positif tentu mendukung kredibilitas produk tersebut.	<ul style="list-style-type: none"> • <i>Credibility</i> • <i>Trustworthiness</i> • <i>Attractiveness</i> 	<i>Likert</i>
Kualitas Produk (X2)	Kecakapan produk tersebut selama pelaksanaan fungsinya dimana meliputi daya tahan, keandalan, desain dan lainnya.	<ul style="list-style-type: none"> • <i>Features</i> • <i>Performance Quality</i> • <i>Reliability</i> • <i>Design</i> • <i>Form</i> • <i>Conformance</i> • <i>Durability</i> • <i>Repairability</i> • <i>Style</i> 	<i>Likert</i>
<i>Celebrity endorser</i> (X3)	Seseorang yang memiliki tingkat popularitas tertentu pada bidangnya yang dikenal luas oleh masyarakat dimana dalam mengiklankan produk mampu mengubah persepsi konsumen dan mendorong untuk munculnya minat beli terhadap produk tersebut.	<ul style="list-style-type: none"> • Popularitas selebriti • Keterampilan mengiklankan produk • Dapat dipercaya • Daya tarik 	<i>Likert</i>

Minat beli (Y)	Suatu perilaku konsumen yang memiliki keinginan saat memilih, memakai dan mengonsumsi produk yang ditawarkan. Rasa keinginan ini muncul sebelum tahap pembelian.	<ul style="list-style-type: none"> • Tertarik untuk memakai produk • Berencana untuk membeli produk • Berniat untuk mencoba produk. • Mempertimbangkan untuk membeli produk. 	<i>Likert</i>
----------------	--	--	---------------

E. Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data dalam penelitian ini menerapkan instrumen berupa kuesioner atau yang bisa disebut juga angket. Instrumen penelitian ialah alat untuk mendapatkan, mengolah dan mengklarifikasikan informasi yang didapat dari responden yang dilakukan memakai pola ukur serupa. Kuesioner atau angket adalah alat berwujud rincian pertanyaan atau pernyataan untuk mengantongi informasi dari responden. Adapun keterangan yang dimuat dalam kuesioner seperti pikiran, perasaan, sikap maupun tingkah laku manusia yang bisa dipacu melalui kuesioner.

Dalam penelitian ini, teknik pengukuran data menerapkan skala Likert. Skala *Likert* bisa digunakan dalam hal mengukur opini, sikap hingga persepsi seseorang terhadap suatu fenomena sosial. Sedangkan, alat untuk analisis data penelitian ini menggunakan aplikasi SPSS. Penelitian ini, peneliti melakukan uji coba instrumen kuesioner pada mahasiswa Manajemen Bisnis Syariah IAIN Kudus angkatan 2019-2022 yang menjadi pengguna *e-commerce* Shopee. Pada penelitian ini, jawaban responden diberi ketentuan skor berikut:

1. Sangat Setuju (SS) = skor 5
2. Setuju (S) = skor 4
3. Netral (N) = skor 3
4. Tidak Setuju (TS) = skor 2
5. Sangat Tidak Setuju (STS) = skor 1

F. Teknik Analisis Data

1. Uji Validitas dan Reliabilitas

Uji validitas adalah teknik dalam analisis data guna memahami tingkat akurasi ketelitian suatu item dalam melakukan pengukuran apa yang hendak diukur. Suatu instrumen yang memiliki nilai valid memiliki tingkat validitas tinggi,

kebalikannya instrumen yang kurang memiliki nilai valid maka tingkat validitasnya rendah.¹⁰ Pengambilan keputusan dapat dilakukan jika tiap indikator valid yang berkriteria berikut:

- a. Jika nilai $r_{hitung} >$ atau sama dengan r_{tabel} disebut valid, karena item pertanyaan atau pernyataan berkorelasi signifikan terhadap skor total.
- b. Jika nilai nilai $r_{hitung} <$ atau sama dengan r_{tabel} disebut tidak valid, karena item pertanyaan atau pernyataan tidak berkorelasi signifikan terhadap skor total.¹¹

Dalam penentuan nilai r_{hitung} , penelitian ini menggunakan SPSS yang ditetapkan dengan nilai *bivariate pearson*. Rumus yang diterapkan ialah korelasi *pearson product moment* atau yang disebut metode *bivariate pearson* yang dijabarkan sebagai berikut:

$$r_{xy} = \frac{N\sum ix - (\sum i)(\sum x)}{\sqrt{(N\sum i^2 - (\sum i)^2)(N\sum x^2 - (\sum x)^2)}}$$

Keterangan:

- r_{xy} = koefisien korelasi item total (*bivariate person*)
- I = skor item
- X = skor total
- N = jumlah data

Uji reliabilitas sebagai alat ukur untuk menguji konsistensi dapatkah alat pengukur yang ditetapkan sanggup diandalkan dan selalu konsisten jika pengukuran dilaksanakan kembali. Uji reliabilitas instrumen bertujuan untuk mengamati tingkat konsistensi dari instrumen tersebut sebagai alat ukur, sehingga hasil pengukuran memiliki tingkat kepercayaan dan dapat diandalkan. Untuk pengujian reliabilitas menetapkan rumus *cronbach's alpha* (α). Pada kuesioner bisa disebut reliabilitas apabila *Cronbach's Alpha* $>$ 0,60.¹² Rumus *cronbach's alpha* (α) ialah sebagai berikut:

¹⁰ Duwi Priyatno, *Paham Analisa Statistik Data Dengan SPSS* (Jakarta: Mediakom, 2010), 91.

¹¹ Priyatno, 91.

¹² Dicky Wisnu Usdek Riyanto and Gilang Indra Permana, *Dampak Pemasaran Sosial Media Dan Citra Merek Terhadap Niat Beli* (Malang: Pustaka Peradaban, 2022), 23.

$$r_{11} = \left(\frac{k}{k-1} \right) \left(1 - \frac{\sum \sigma_b^2}{\sigma_t^2} \right)$$

Keterangan :

- r_{11} = reliabilitas instrumen
 K = banyaknya butir pertanyaan atau pernyataan
 $\sum \sigma_b^2$ = jumlah varians butir
 σ_t^2 = varians total

2. Uji Prasyarat

Uji prasyarat berguna dalam menunjukkan kepastian jika persamaan regresi yang didapati mempunyai ketepatan dalam estimasi.¹³ Model regresi linear yang baik adalah memenuhi uji asumsi klasik. Uji ini harus dilakukan dan dipenuhi agar bisa dilanjutkan ke analisis regresi linear berganda. Uji prasyarat bisa sebagai pengamatan apakah ada penyimpangan atau tidak, dengan cara melakukan uji normalitas, multikolinearitas dan heteroskedastisitas.

a. Uji Normalitas

Uji normalitas ini diterapkan dalam mengamati apakah nilai residual dalam keadaan distribusi normal atautkah tidak. Maksud nilai residual yaitu perbedaan antara nilai observasi dan nilai prediksi yang didapat dengan penggunaan model regresi estimasi. Tiap kombinasi nilai prediktor, pengasumsian distribusi residual ialah normal. Bentuk regresi yang disebut baik jika mempunyai nilai residual dalam keadaan distribusi normal. Maka uji normalitas bukan diterapkan pada tiap-tiap variabel namun hanya pada nilai residu.

Uji normalitas bisa dilakukan dengan menggunakan uji *Kolmogorov-Smirnov* dengan ketentuan dikatakan berdistribusi normal apabila *Asymp sig (2-tailed) > 0,05*, namun apabila angka *Asymp sig (2-tailed) < 0,05* maka tidak berdistribusi normal.¹⁴ Uji normalitas penelitian ini juga

¹³ Juliansyah Noor, *Metode Penelitian: Skripsi, Tesis, Disertasi, Dan Karya Ilmiah, Kencana* (Jakarta: Kencana, 2017), 174.

¹⁴ John Budiman Banchin, *Citra Merek Dan Word of Mouth (Peranannya Dalam Keputusan Pembelian Mobil Nissan Grand Livina)*.

menggunakan grafik *probability plot* yang pengambilan keputusannya jika titik menyebar dan berhimpit menyertai garis diagonal maka nilai residual berdistribusi normal.¹⁵

b. Uji Multikolinearitas

Uji multikolinearitas yaitu suatu teknik yang diterapkan dalam mengetahui adakah hubungan antar variabel bebas yang memicu masalah multikorelasi atau tidak. Uji ini juga berfungsi untuk mengamati adakah hubungan atau korelasi antar variabel bebas pada model regresi. Korelasi antar variabel bebas sewajarnya tidak ada pada model regresi yang baik. Ketentuan deteksi saat terjadinya multikolinearitas yaitu dengan mengamati nilai toleransi (*tolerance*) dan VIF. Dengan syarat penetapan sebagai berikut:

- 1) Bila toleransi $< 0,10$ dan VIF > 10 , maka terjadi multikolinearitas.
- 2) Bila toleransi $> 0,10$ dan VIF < 10 , maka tidak terjadi multikolinearitas.¹⁶

c. Uji Heteroskedastisitas

Heteroskedastisitas berarti saat keadaan yang tidak ada kejadian ketidaksamaan varian dari residual untuk segala penglihatan di model regresi. Uji heteroskedastisitas dipakai dalam menangkap ada atau tidaknya kesalahan uji asumsi klasik dan melakukan uji apakah model regresi telah terjadi ketidaksamaan varian dari residual satu prediksi ke prediksi lain.

Syarat atau kriteria yang harus diterapkan dalam model regresi yaitu tidak ada gejala terjadinya heteroskedastisitas. Model regresi yang disebut baik apabila homoskedastisitas atau tidak terjadi heteroskedastisitas.

- 1) Bila ada bentuk pola tertentu, misalnya titik yang tergambar dengan pola teratur (memiliki gelombang,

Surabaya: Jakad Media Publishing (Surabaya: Jakad Media Publishing, 2021), 33.

¹⁵ Imam Ghozali, *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program IBM SPSS 19*. Badan Universitas Diponegoro, (Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro, 2011), 176.

¹⁶ Indah Yuni Astuti, *Kecerdasan Emosional Dan Komitmen Kerja Dalam Mempengaruhi Kinerja Karyawan* (Pekalongan: Nasya Expanding Management, 2021), 70.

melebar sampai menyempit), dapat dipastikan terjadi heteroskedastisitas.

- 2) Bila bentuk dari pola tidak jelas, yang mana letak titik-titik menyebar pada bagian atas dan bawah serta angka 0 terletak di sumbu Y, maka ditarik kesimpulan bahwa telah terjadi homoskedastisitas atau dapat disebut tidak terjadi heteroskedastisitas.¹⁷

3. Uji Regresi Linear Berganda

Uji regresi yaitu analisis dengan maksud menangkap pengaruh suatu variabel terhadap variabel lain. Penggunaan dari uji analisis regresi bisa dipakai untuk pengambilan keputusan seperti apa pengaruh variabel bebas terhadap variabel terikat. Analisis ini berfungsi saat memperhitungkan nilai dari variabel terikat bila nilai variabel bebas mendapati kenaikan atau penurunan dan sebagai pendeteksi arah hubungan antara variabel bebas dengan variabel terikat apakah tiap-tiap variabel bebas berhubungan positif atautkah negatif.¹⁸

Analisis regresi berganda ialah model regresi maupun suatu prediksi dimana memasukkan variabel bebas lain melebihi satu. Kata lain dari regresi linear berganda adalah *multiple regression*. Pada hal ini, peneliti menerapkan model persamaan regresi linear berganda yang mana sebagai berikut:

$$Y = a + b_1X_1 + b_2X_2 + b_3X_3 + \dots + b_nX_n$$

Keterangan :

- Y = variabel dependen
- X₁, X₂, X₃,..., X_n = variabel independen
- A = Konstanta
- b₁, b₂, b₃,..., b_n = Koefisien regresi

4. Uji Hipotesis

Hipotesis yaitu suatu rumusan atau tafsiran sementara berkaitan hal yang dirancang guna menjelaskan hal itu dan bisa

¹⁷ Slamet Riyanto and Aglis Andhita Harmawan, *Metode Riset Penelitian Kuantitatif Penelitian Di Bidang Manajemen, Teknik, Pendidikan Dan Eksperimen* (Yogyakarta: Deepublish Publisher, 2020), 139.

¹⁸ Duwi Priyatno, *Paham Analisa Statistik Data Dengan SPSS*, 61.

dijadikan penuntun atau arahan observasi lebih jauh.¹⁹ Hipotesis merupakan tafsiran dengan tetapan sementara yang masih membutuhkan pengujian kebenarannya. Dilakukan kajian hipotesis guna mengarahkan ke tahap pengambilan simpulan suatu hipotesis yang diutarakan seperti hubungan, perbedaan hingga untuk meyakinkan diterima atau ditolak.²⁰

a. Uji Koefisien Determinasi

Uji koefisien determinasi dikaji guna melihat ukuran sampai mana kemampuan model variabel bebas ketika menjabarkan variabel terikat. Nilai koefisien determinasi untuk variabel independen melebihi dua disarankan berpacu pada *adjusted R square*.²¹ *Adjusted R square* ialah koreksi dari R^2 sehingga dinilai gambarannya lebih mendekati penajakan model populasi.²² Dengan demikian, rumus *R square* sebagai berikut:

$$R^2 = \frac{(ryx_1)^2 + (ryx_2)^2 - 2(ryx_1)(ryx_2)(rx_1x_2)}{1 - (rx_1x_2)^2}$$

Keterangan :

- R^2 = koefisien daterminasi
 ryx_1 = korelasi sederhana antara x_1 dengan Y
 ryx_2 = korelasi sederhana antara x_2 dengan Y
 rx_1x_2 = korelasi sederhana antara x_1 dan x_2

b. Uji Simultan (F)

Uji F ini dimanfaatkan dalam pengujian hipotesis secara bersama-sama apakah semua variabel bebas mampu berpengaruh signifikan terhadap variabel terikat.²³ Uji F ini berpacuan dengan cara melihat F_{tabel} df 1 = k-1, dimana k

¹⁹ Husein Umar, *Riset Sumber Daya Manusia* (Jakarta: Gramedia Pustaka Utama, 1998), 168.

²⁰ Johar Arifin, *SPSS 24 Untuk Penelitian Dan Skripsi* (Jakarta: Gramedia, 2017), 17.

²¹ Husein Umar, *Metode Riset Manajemen Perusahaan: Langkah Cepat Dan Tepat Menyusun Tesis Dan Disertasi* (Jakarta: Gramedia, 2019), 95.

²² Arif Pratisto, *Cara Mudah Mengatasi Masalah Statistik Dan Rancangan Percobaan SPSS 12* (Jakarta: Gramedia, 2004), 118.

²³ Jihad Lukis Panjawa and Retno Sugiharti, *Pengantar Ekonometrika Dasar* (Magelang: Pustaka Rumah Cinta, 2021), 28.

dimaksudkan jumlah keseluruhan variabel sedangkan $df = n - k - 1$, dimana n ialah jumlah data dan k ialah jumlah variabel bebas.²⁴ Rumus uji F yaitu dijabarkan berikut:

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

Keterangan :

R^2 = koefisien daterminasi

n = jumlah data atau kasus

K = jumlah variabel independen

Dengan ketentuan pengambilan keputusan sebagai berikut:

- 1) Apabila $F_{hitung} > F_{tabel}$, maka H_0 ditolak dan H_a diterima dan dikatakan variabel bebas secara simultan berpengaruh signifikan terhadap variabel terikat.
- 2) Apabila $F_{hitung} < F_{tabel}$, maka H_0 diterima dan H_a ditolak dan dikatakan variabel bebas secara simultan tidak berpengaruh signifikan terhadap variabel terikat.

Cara menarik simpulan uji F ini dilakukan berdasarkan acuan berikut:

- 1) Nilai signifikansi $> 0,05$, tidak berpengaruh signifikan.
- 2) Nilai signifikansi $< 0,05$, berpengaruh signifikan.²⁵

c. Uji Parsial (t)

Uji t dilakukan untuk membuktikan apakah ada pengaruh signifikan dari variabel bebas terhadap variabel terikat secara parsial.²⁶ Uji t dilakukan dengan perbandingan t_{hitung} dengan rumus $df = n - k - 1$, dimana n adalah jumlah data dan k dimaksudkan jumlah variabel bebas.²⁷ Uji t ditetapkan rumus sebagai berikut:

$$t_{hitung} = \frac{bi}{Sbi}$$

²⁴ Priyatno, *Paham Analisa Statistik Data Dengan SPSS*, 67.

²⁵ Rosita Novi Andari, *Metode Penelitian Administrasi*, 111.

²⁶ Fathnur Sani, *Metodologi Penelitian Farmasi Komunitas Dan Eksperimental* (Yogyakarta: Deepublish Publisher, 2017), 97.

²⁷ Priyatno, *Paham Analisa Statistik Data Dengan SPSS*, 68-69.

Keterangan :

b_i = Koefisien regresi variabel i

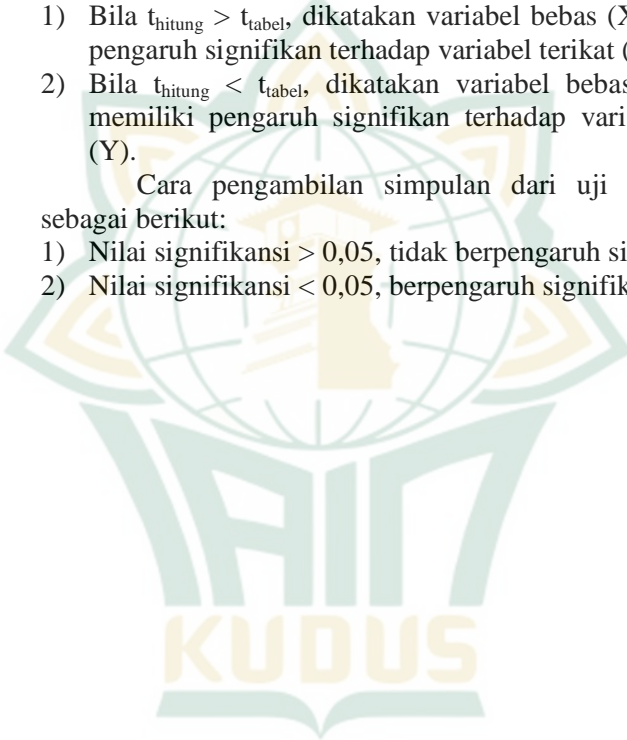
Sb_i = *Standar error* variabel i

Apabila menerapkan kolom Sig. maka dasar pengambilan keputusan yaitu:

- 1) Bila $t_{hitung} > t_{tabel}$, dikatakan variabel bebas (X) memiliki pengaruh signifikan terhadap variabel terikat (Y).
- 2) Bila $t_{hitung} < t_{tabel}$, dikatakan variabel bebas (X) tidak memiliki pengaruh signifikan terhadap variabel terikat (Y).

Cara pengambilan simpulan dari uji t ini ialah sebagai berikut:

- 1) Nilai signifikansi $> 0,05$, tidak berpengaruh signifikan.
- 2) Nilai signifikansi $< 0,05$, berpengaruh signifikan.²⁸



²⁸ Rosita Novi Andari, *Metode Penelitian Administrasi* (Aceh: Syiah Kuala University Press, 2021), 110.