

## BAB III METODE PENELITIAN

### A. Jenis dan Pendekatan Penelitian

#### 1. Jenis Penelitian

Jenis penelitian yang digunakan dalam studi ini yaitu penelitian lapangan (*field research*). Penelitian lapangan (*field research*) merupakan penelitian yang mendapatkan data langsung dari sumbernya.<sup>1</sup> Menurut Marzuki, penelitian lapangan yaitu suatu jenis penelitian yang dilakukan secara langsung ketika peneliti berada di lapangan dalam rangka untuk memperoleh informasi yang dibutuhkan dari responden untuk mendukung data penelitian yang akurat.<sup>2</sup> Penelitian ini dilakukan di dua lokasi yaitu Sidji Coffee dan Jahe Rempah Mbah Tolok.

#### 2. Pendekatan Penelitian

Pendekatan penelitian ini menggunakan pendekatan penelitian kuantitatif yang bersifat komparatif. Menurut Sugiyono, metode kuantitatif merupakan suatu metode yang digunakan untuk data berwujud angka yang diuji secara statistik dengan menggunakan simbol-simbol angka, teknik perhitungan secara kuantitatif dapat dilakukan untuk menghasilkan suatu kesimpulan yang berlaku umum dalam suatu parameter. Teknik pengambilan sampel pada umumnya dilakukan secara acak, pengumpulan data menggunakan instrumen penelitian, analisis data bersifat statistik dengan tujuan untuk menguji hipotesis yang telah ditetapkan.<sup>3</sup>

Menurut Endang dan Zubaedi studi komparatif merupakan telaah, kajian, atau penelitian yang berdasarkan perbandingan.<sup>4</sup> Selanjutnya menurut Anas Sudijono mengutip dari Suharsimi dari pidato Aswarni Sudjud menjelaskan penelitian komparasi merupakan suatu penelitian yang

---

<sup>1</sup> Sugiyono, *Metode Penelitian Bisnis Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, Kombinasi Dan R&D*, (Bandung: Alfabeta, 2014), 14.

<sup>2</sup> Marzuki, “*Metode Riset (Panduan Penelitian Bidang Bisnis dan Sosial)*”, (Yogyakarta:2005), 14.

<sup>3</sup> Nurlina T. Muhyiddin, M. Irfan Tarmizi dan Anna Yulianita, *Metodologi Penelitian Ekonomi & Sosial : Teori, Konsep, dan Rencana Proposal*, (Jakarta : Salemba Empat, 2018), 27

<sup>4</sup> Endang Kartikowati dan Zubaedi, *Psikologi Agama & Psikologi Islam* (Jakarta: Kencana, 2016), 10.

meneliti mengenai kritik seseorang, benda ide, dan prosedur kinerja untuk menemukan persamaan dan perbedaannya. Penelitian komparasi juga membandingkan persamaan pandangan dengan perubahan pandangan orang, ide, peristiwa, grup dan negara terhadap suatu kasus.<sup>5</sup>

Penelitian ini menggunakan metode kuantitatif yang bersifat komparatif karena penulis ingin menganalisis pengaruh antar variabel (lokasi dan fasilitas terhadap preferensi konsumen) dengan membandingkan pada Usaha Minuman Modern Sidji Coffee dan Usaha Minuman Tradisional Jahe Rempah Mbah Tolok dalam bentuk angka.

## B. *Setting* Penelitian

1. Usaha Minuman Modern Sidji Coffee yang berlokasi di Jalan Mulya (Belakang Gedung DPRD Kudus) Desa Getas Pejaten, Kecamatan Jati Kabupaten Kudus, Jawa Tengah, Kode Pos 59343.
2. Usaha Minuman Tradisional Jahe Rempah Mbah Tolok yang berlokasi di Jalan Kudus-Purwodadi Desa Jati Kulon, Kecamatan Jati, Kabupaten Kudus, Jawa Tengah.

## C. Populasi dan Sampel

### 1. Populasi

Populasi merupakan kelompok individu yang memiliki karakteristik tertentu dan dapat dibedakan dari kelompok lain yang juga memiliki karakteristik tertentu. Populasi tidak hanya mencakup banyaknya objek atau subjek yang diteliti, tetapi juga mencakup keseluruhan karakteristik atau sifat yang dimiliki oleh subjek atau objek tersebut.<sup>6</sup> Menurut Djarwanto, populasi merupakan skor keseleuruhan dari individu yang karakteristiknya hendak diteliti dan satuan-satuan tersebut dinamakan unit analisis dapat berupa orang-orang, institusi-institusi, benda-benda.<sup>7</sup>

---

<sup>5</sup> Anas Sudijono, *Pengantar Statistik Pendidikan* (Depok: Raja Grafindo Persada, 2014), 274.

<sup>6</sup> Nurlina T. Muhyiddin, M. Irfan Tarmizi dan Anna Yulianita, *Metodologi Penelitian Ekonomi & Sosial : Teori, Konsep, dan Rencana Proposal*, (Jakarta : Salemba Empat, 2018), 70

<sup>7</sup> Syafrida Hafni Sahir, *Metodologi Penelitian* (Bojonegoro: KBM Indonesia, 2021),

Populasi dari penelitian ini yaitu semua konsumen di Sidji Coffee dan konsumen di Jahe Rempah Mbah Tolok. Oleh karena itu, penelitian ini populasinya tidak terhitung.

## 2. Sampel

Sampel merupakan bagian dari populasi yang akan diteliti dan dianggap telah mewakili atau mencerminkan populasi.<sup>8</sup> Penentuan sampel penelitian ini memakai metode *non probability sampling*. Metode *non probability sampling* yaitu teknik pengambilan sampel yang tidak memberikan kesempatan sama pada setiap unsur atau anggota populasi lain yang dipilih untuk menjadi sampel.<sup>9</sup>

Teknik pengambilan sampel menggunakan metode *insidental sampling*. Teknik *insidental sampling* cara pengambilan berdasarkan kebetulan, jika sampel dipandang sudah memenuhi kriteria yang diteliti.<sup>10</sup> Kriteria tersebut yaitu responden merupakan konsumen atau pernah melakukan pembelian di Sidji Coffee dan Jahe Rempah Mbah Tolok. Penentuan ukuran sampel penelitian ini menggunakan rumus sampel *Chochran* karena jumlah populasi tidak terbatas atau tidak diketahui.<sup>11</sup>

Rumus Cochran:

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

Keterangan:

n = jumlah sampel

<https://repository.uma.ac.id/jspui/bitstream/123456789/16455/1/E-Book%20Metodologi%20Penelitian%20Syafriada.pdf>

<sup>8</sup> Nurlina T. Muhyiddin, M. Irfan Tarmizi dan Anna Yulianita, *Metodologi Penelitian Ekonomi & Sosial : Teori, Konsep, dan Rencana Proposal*, (Jakarta : Salemba Empat, 2018), 70

<sup>9</sup> Sugiyono, *Metode Penelitian Bisnis* (Bandung: Alfabeta, 2004), 142.

<sup>10</sup> Syafrida Hafni Sahir, *Metodologi Penelitian* (Bojonegoro: KBM Indonesia, 2021),

<https://repository.uma.ac.id/jspui/bitstream/123456789/16455/1/E-Book%20Metodologi%20Penelitian%20Syafriada.pdf>

<sup>11</sup> Nia Rahma Astuti, dan Andri Nurtantiono, “Pengaruh Kualitas Produk, Harga Dan Merek Terhadap Keputusan Pembelian Hand Sanitizer Nature Leaf Pada Remaja Di Surakarta,” *Jurnal Ekobis Dewantara*, no. 1 (2021):25, diakses pada 19 Januari, 2023,

<https://jurnalfe.ustjogja.ac.id/index.php/ekobis/article/view/2287>

$Z^2$  = ukuran tingkat kepercayaan 5% (0,5)

$\sigma$  = standar deviasi

$e^2$  = standar eror

$p$  = proporsi yang diestimasi

$q = 1 - p$

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

$$n = \frac{0,9640}{0,01}$$

$$n = 96,04 = 100$$

Sehingga dapat didapatkan nilai  $n$  atau ukuran sampel sebanyak 100 responden untuk Sidji Coffee dan Jahe Rempah Mbah Tolok.

#### D. Desain dan Definisi Variabel

Variabel adalah suatu konsep yang memiliki lebih dari satu nilai, kategori, keadaan, atau kondisi.<sup>12</sup> Variabel dapat juga dikatakan sebagai karakteristik atau sifat dari suatu objek kajian yang relevan dengan topik yang diteliti, dapat diukur dan diamati.<sup>13</sup> Variabel yang digunakan dalam penelitian ini adalah:

##### 1. Variabel Independen

Variabel Independen adalah variabel yang dapat mempengaruhi variabel dependen dan dapat berhubungan positif atau negatif dengan variabel dependen. Variabel Independen disebut dengan variabel bebas dan dilambangkan dengan huruf (X).<sup>14</sup> Berikut adalah ciri-ciri dari variabel independen :

---

<sup>12</sup> Nurlina T. Muhyiddin, M. Irfan Tarmizi dan Anna Yulianita, *Metodologi Penelitian Ekonomi & Sosial : Teori, Konsep, dan Rencana Proposal*, (Jakarta : Salemba Empat, 2018), 56

<sup>13</sup> Aloysius Rangga Aditya Nalendra, dkk, *Statistika Seri Dasar Dengan SPSS*, (Bandung: CV. Media Sains Indonesia, 2021), <https://repository.bsi.ac.id/index.php/unduh/item/297173/Buku-Digital---STATISTIKA-SERI-DASAR-DENGAN-SPSS.pdf>

<sup>14</sup> Nurlina T. Muhyiddin, M. Irfan Tarmizi dan Anna Yulianita, *Metodologi Penelitian Ekonomi & Sosial : Teori, Konsep, dan Rencana Proposal*, (Jakarta : Salemba Empat, 2018), 57.

- a. Variabel yang menentukan variabel lain.
- b. Kegiatan stimulus oleh peneliti untuk menciptakan suatu yang berdampak pada variabel dependen.
- c. Variabel yang diamati dan diukur untuk diketahui hubungannya.<sup>15</sup>

Variabel independen dalam penelitian ini yaitu lokasi dilambangkan (X1) dan fasilitas dilambangkan (X2).

**2. Variabel Dependen**

Variabel Dependen merupakan variabel utama dalam sebuah pengamatan.<sup>16</sup> Variabel dependen merupakan variabel terikat yang dijadikan peneliti sebagai persoalan pokok menjadi objek penelitian yang dipengaruhi dan menjadi akibat dari variabel bebas. Variabel terikat ini umumnya dilambangkan dengan huruf (Y). Variabel dependen memiliki ciri :

- a. Variabel yang nilainya ditentukan oleh variabel lain.
- b. Aspek yang diamati dari suatu organisme secara stimulus.
- c. Faktor yang diamati dan diukur untuk menentukan ada atau tidak pengaruh dan hubungan dari variabel bebas.<sup>17</sup>

Variabel yang dimaksud dalam penelitian ini adalah preferensi konsumen yang dilambangkan dengan huruf (Y).

**Tabel 3.1 Operasional Variabel**

Variabel	Definisi	Dimensi	Indikator	Skala
Lokasi (X1)	Lokasi merupakan berbagai aktivitas pemasaran yang berusaha	Mempermudah penyampaian atau penyaluran barang dan jasa dari produsen kepada konsumen.	1. Akses 2. Visibilitas 3. Ekspansi 4. Tempat Parkir yang luas, nyaman, dan	Likert (1-5)

<sup>15</sup> Rafika Ulfa, “Variabel Penelitian Dalam Penelitian Pendidikan,” *Jurnal Pendidikan dan KeIslaman*, : 346-347, diakses pada 12 januari, 2023, <https://jurnal.stitbb.ac.id/index.php/al-fathonah/article/view/44/29>

<sup>16</sup> Nurlina T. Muhyiddin, M. Irfan Tarmizi dan Anna Yulianita, *Metodologi Penelitian Ekonomi & Sosial : Teori, Konsep, dan Rencana Proposal*, (Jakarta : Salemba Empat, 2018), 57.

<sup>17</sup> Rafika Ulfa, “Variabel Penelitian Dalam Penelitian Pendidikan,” *Jurnal Pendidikan dan KeIslaman*, : 347-348, diakses pada 12 januari, 2023, <https://jurnal.stitbb.ac.id/index.php/al-fathonah/article/view/44/29>

	memperlancar dan mempermudah penyampaian atau penyaluran barang dan jasa dari produsen kepada konsumen. <sup>18</sup>		aman untuk kendaraan. 5. Lalu lintas ( <i>traffic</i> ) 6. Lingkungan 7. Kompetisi (lokal pesaing) 8. Peraturan pemerintah <sup>19</sup>	
Fasilitas (X2)	Fasilitas merupakan piranti fisik yang disediakan perusahaan untuk memberikan kenyamanan pelanggan. <sup>20</sup>	Mempermudah pekerjaan pegawai dan memberikan kenyamanan konsumen.	1. Perencanaan spasial 2. Perencanaan ruangan 3. Piranti dan pekasas 4. Tata cahaya 5. Gambar grafis 6. Unsur pendukung fasilitas <sup>21</sup>	Likert (1-5)
Preferensi Konsumen (Y)	Preferensi konsumen diartikan	Pilihan konsumen dalam	1. Halal ( <i>permissible in Islam</i> )	Likert (1-5)

<sup>18</sup> Robby Fauji, dan Syifa Pramudita Faddila, “Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Lokasi Terhadap Keputusan Pembelian Pada Johar Futsal Karawang,” 42, diakses pada 12 januari, 2022, <https://journal.ubpkarawang.ac.id/index.php/Manajemen/article/view/1029>

<sup>19</sup> Imelda Aprileny, Inka Imalia, dan Jayanti Apri Emawati, “Pengaruh Harga, Fasilitas dan Lokasi Terhadap Keputusan Pembelian (Studi Kasus Pembelian Rumah di Grand Nusa Indah Blok J, Cileungsi pada PT. Kentanix Supra Internasional,” *IRAITH-EKONOMIKA*, no. 3 (2021):247, diakses pada 8 Januari, 2023, <https://journals.upi-yai.ac.id/index.php/IKRAITH-EKONOMIKA/article/view/1699>

<sup>20</sup> Edy Haryanto, “Kualitas Layanan, Fasilitas Dan Harga Pengaruhnya Terhadap Kepuasan Pengguna Jasa Layanan Pada Kantor Samsat Manado,” *Jurnal Emba*, no.3, (2013), diakses pada 10 Januari, 2023, <https://ejournal.unsrat.ac.id/index.php/emba/article/view/2212>

<sup>21</sup> Fandy Tjiptono, *Pemasaran Jasa* (Yogyakarta: Andi, 2013), 161-163.

	sebagai kesukaan, pilihan atau sesuatu hal yang lebih disukai konsumen yang terbentuk dari persepsi konsumen terhadap produk. <sup>22</sup>	menentukan produk yang disukai.	2. <i>Price</i> 3. <i>Quality of service</i> 4. <i>Branding</i> 5. <i>Tangibles</i> <sup>23</sup>	
--	---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------	---------------------------------	------------------------------------------------------------------------------------------------------------	--

**E. Uji Validitas dan Reliabilitas Instrumen**

**1. Uji Validitas**

Uji validitas merupakan uji coba pertanyaan penelitian dengan tujuan untuk melihat sejauh mana responden mengerti akan penelitian yang diajukan peneliti dan valid.<sup>24</sup> Uji validitas item adalah uji instrumen data untuk mengetahui seberapa validnya item-item yang dikalkulasi.<sup>25</sup>

Uji validitas ini menggunakan SPSS versi 26. Pengujian menggunakan dua sisi dengan taraf signifikansi 0,05 dengan kriteria pengujian sebagai berikut:

1. Jika  $r \text{ hitung} \geq r \text{ tabel}$ , maka instrumen atau item pertanyaan dinyatakan valid.

<sup>22</sup> Bergita Satti Manglo, Muhammad Yusuf Saleh, dan Seri Suriani, *Preferensi Konsumen Dalam Berbelanja* (Gowa: Pusaka Almaida, 2021), <https://repository.unibos.ac.id/xmlui/handle/123456789/2372>

<sup>23</sup> Bergita Satti Manglo, Muhammad Yusuf Saleh, dan Seri Suriani, *Preferensi Konsumen Dalam Berbelanja* (Gowa: Pusaka Almaida, 2021), <https://repository.unibos.ac.id/xmlui/handle/123456789/2372>

<sup>24</sup> Syafrida Hafni Sahir, *Metodologi Penelitian* (Bojonegoro: KBM Indonesia, 2021), <https://repository.uma.ac.id/jspui/bitstream/123456789/16455/1/E-Book%20Metodologi%20Penelitian%20Syafrida.pdf>

<sup>25</sup> Husein Umar, *Metode Riset Bisnis*, (Jakarta: Gramedia Pustaka Utama, 2002), 101.

2. Jika  $r$  hitung  $\leq r$  tabel, maka instrumen atau item pertanyaan dinyatakan tidak valid.<sup>26</sup>

## 2. Reliabilitas Instrumen

Reliabilitas merupakan alat ukur yang digunakan untuk mengukur kekonsistenan jawaban responden yang dinyatakan dalam bentuk angka sebagai keefisien, semakin tinggi koefisien maka reliabilitas atau konsistensi jawaban responden tinggi.<sup>27</sup> Uji reliabilitas menggunakan SPSS Versi 26. SPSS variabel dapat dinyatakan reliabel jika nilai *Cronbach Alpha*  $> 0,60$ . Sebaliknya, jika nilai *Cronbach ANlpha*  $< 0,60$  maka variabel penelitian dinyatakan tidak reliabel.<sup>28</sup> Uji reabilitas dari instrumen penelitian ini menggunakan tingkat signifikansi  $\alpha = 0,05$  atau 5%.

## F. Teknik Pengumpulan Data

### 1. Sumber Data

Penulis menggunakan data primer dan sekunder. Data primer ini adalah *field research* atau penelitian lapangan yang didapatkan dari kuesioner oleh responden. Sedangkan data sekunder diperoleh dari artikel, jurnal, dan dokumentasi.<sup>29</sup>

### 2. Pengumpulan Data

Pengumpulan data yaitu prosedur menghimpun data dari penelitian. Penulis melakukan pengumpulan data sebagai berikut:

#### a. Kuesioner (Angket)

Kuesioner merupakan serangkaian instrumen pertanyaan yang disusun berdasarkan alat ukur variabel penelitian, pengumpulan data menggunakan kuesioner

---

<sup>26</sup> Duwi Priyanto, *Paham Analisis Statistik Data dengan SPSS*, (Yogyakarta: Media Kom, 2010), 95.

<sup>27</sup> Syafrida Hafni Sahir, *Metodologi Penelitian* (Bojonegoro: KBM Indonesia, 2021), <https://repository.uma.ac.id/jspui/bitstream/123456789/16455/1/E-Book%20Metodologi%20Penelitian%20Syafrida.pdf>

<sup>28</sup> Wiratna Sujarweni, *Statistik Untuk Bisnis & Ekonomi* (Yogyakarta: Pustaka Baru Press, 2015), 175

<sup>29</sup> Wiratna Sujarweni, *Statistik Untuk Bisnis & Ekonomi* (Yogyakarta: Pustaka Baru Press, 2005), 156.

efisien karena responden hanya memilih jawaban yang sudah disediakan oleh peneliti.<sup>30</sup>

Kuesioner penulis diberikan kepada konsumen Sidji Coffee dan Jahe Rempah Mbah Tolok. Pengukuran kuesioner menggunakan skala *likert*, dimana skala *likert* digunakan untuk mengukur sikap, persepsi, dan pendapat seseorang atau kelompok mengenai fenomena sosial.<sup>31</sup> Penulis menggunakan skala *likert* dengan 5 kategori, yaitu:

**Tabel 3.2 Skala Likert**

Option	Nilai Skala Likert
Sangat Setuju	5
Setuju	4
Netral	3
Tidak Setuju	2
Sangat Tidak Setuju	1

b. Observasi

Observasi merupakan teknik penelitian untuk mendapatkan data primer dengan cara mengamati langsung objek datanya.<sup>32</sup> Adapun kriteria observasi penelitian yaitu, *pertama*, digunakan untuk penelitian yang disusun secara sistematis. *Kedua*, sesuai dengan tujuan penelitian. *Ketiga*, pencatatan observasi yang sistematis kemudian dikorelasikan dengan proposisi umum. *Keempat*, pengamatan di kontrol dan di cek atas validitas dan reliabilitas.<sup>33</sup>

c. Studi Pustaka

Penelitian ini, penulis menggunakan studi pustaka untuk mempelajari dan mengambil referensi dari literatur

<sup>30</sup> Syafrida Hafni Sahir, *Metodologi Penelitian* (Bojonegoro: KBM Indonesia, 2021), <https://repository.uma.ac.id/jspui/bitstream/123456789/16455/1/E-Book%20Metodologi%20Penelitian%20Syafrida.pdf>

<sup>31</sup> Ni Nyoman Yuliarmi, dan A A A I N Marhaeni, *Metode Riset Jilid 2*, (Denpasar: CV. Sastra Utama, 2019), <https://erepo.unud.ac.id/id/eprint/34329/>

<sup>32</sup> Ni Nyoman Yuliarmi, dan A A A I N Marhaeni, *Metode Riset Jilid 2*, (Denpasar: CV. Sastra Utama, 2019), <https://erepo.unud.ac.id/id/eprint/34329/>

<sup>33</sup> Moh. Nazir, *Metode Penelitian* (Bogor: Ghalia Indonesia, 2017), 46.

yang terkait dengan penelitian serta mendapatkan informasi dari berbagai sumber.<sup>34</sup>

## G. Teknik Analisis Data

Penulis menggunakan teknik analisis data kuantitatif untuk menguji dan menganalisis pengaruh lokasi dan fasilitas terhadap preferensi konsumen serta mengetahui perbandingannya pada dua jenis objek usaha. Analisis data yang digunakan yaitu:

### 1. Uji Hipotesis

#### a. Uji Regresi Linear Berganda

Uji ini digunakan untuk mengetahui hubungan antar variabel dependen dengan variabel independen.<sup>35</sup> Rumus regresi linear berganda adalah sebagai berikut:

$$Y = a + b_1X_1 + b_2x_2 + e$$

Keterangan:

Y : Preferensi konsumen  
 a : Konstanta  
 b1 : Koefisien regresi lokasi  
 b2 : Koefisien regresi fasilitas  
 X1 : Variabel lokasi  
 X2 : Variabel fasilitas  
 e : standar eror

#### b. Uji Statistik T (Signifikan Parameter Individual)

Uji statistik t adalah pengujian koefisien regresi parsial individual digunakan untuk mengetahui variabel X mempengaruhi variabel Y. Uji T tujuannya adalah untuk mengetahui signifikansi masing-masing variabel independen terhadap variabel dependen.<sup>36</sup> Dasar pengambilan keputusan uji t, yaitu :

- 1) Jika nilai signifikansi diatas 0,05 maka dinyatakan H0 diterima. Jika nilai signifikansi dibawah 0,05 maka dinyatakan H0 ditolak.
- 2) Jika  $t\text{-tabel} \leq t\text{-hitung} \leq t\text{-tabel}$  dinyatakan H0 diterima.

---

<sup>34</sup> Wiratna Sujarweni, *Metodologi Penelitian Bisnis & Ekonomi* (Yogyakarta: Pustaka Baru Press, 2015), 158.

<sup>35</sup> Wiratna Sujarweni, *Metodologi Penelitian Bisnis & Ekonomi* (Yogyakarta: Pustaka Baru Press, 2015), 144

<sup>36</sup> Wiratna Sujarweni, *Metodologi Penelitian Bisnis & Ekonomi* (Yogyakarta: Pustaka Baru Press, 2015), 160

- 3) Jika  $t\text{-hitung} < t\text{-tabel}$  dan  $t\text{-hitung} > t\text{-tabel}$  dinyatakan  $H_0$  ditolak.<sup>37</sup>

Analisis uji statistik  $t$  dalam penelitian ini menggunakan SPSS versi 26 untuk memudahkan dan mengurangi *human error*.

c. Analisis Koefisien Determinasi ( $R^2$ )

Koefisien determinasi digunakan untuk melihat besar pengaruh variabel bebas terhadap variabel terikat. Jika angka koefisien determinasi dalam model regresi kecil maka semakin kecil pengaruh semua variabel bebas terhadap variabel terikat atau nilai  $R^2$  semakin mendekati 100% maka semakin besar pengaruh semua variabel bebas terhadap variabel terikat.<sup>38</sup> Analisis koefisien determinasi dalam penelitian ini menggunakan SPSS versi 26 untuk memudahkan dan mengurangi *human error*.

d. Uji Beda *Independent Sampel T-Test*

Uji beda *Independent Sampel T-Test* tujuannya untuk memastikan dua sampel yang tidak berkaitan rata-ratanya berbeda. Uji ini membandingkan perbedaan antara dua nilai rata-rata dengan standar eror dari perbedaan rata-rata dua sampel.<sup>39</sup> Ada tiga cara pengambilan keputusan dari hasil perhitungan SPSS versi 26, yaitu:

- 1) Membaca signifikansi  $f$  pada *Levenes test*, jika signifikansi  $f$  test kurang dari jika probabilitas  $> 0,05$  maka data homogen (varian sama). Jika probabilitas  $< 0,05$  maka data tidak homogen (varian berbeda).
- 2) Melihat nilai  $t$  dan signifikansi  $t$ . Jika nilai uji  $f$  *Levenes test* homogen maka menggunakan nilai  $t$  dan signifikansi  $t$  pada *equal variance assumed* (jika diasumsikan semua varian sama), dan jika *Levenes test* tidak homogen maka menggunakan nilai  $t$  dan

---

<sup>37</sup> Wiratna Sujarweni, *Metodologi Penelitian Bisnis & Ekonomi* (Yogyakarta: Pustaka Baru Press, 2015), 155

<sup>38</sup> Syafrida Hafni Sahir, *Metodologi Penelitian* (Bojonegoro: KBM Indonesia, 2021), <https://repository.uma.ac.id/jspui/bitstream/123456789/16455/1/E-Book%20Metodologi%20Penelitian%20Syafrida.pdf>

<sup>39</sup> Imam Ghozali, *Aplikasi Analisis Multivariate dengan program IBM SPSS 21 Update PLS Regresi* (Semarang : Badan Penerbit Universitas Diponegoro, 2013), 64.

signifikansi t pada *equal variancr not assumed* (jika diasumsikan semua varian berbeda).

- 3) Melihat data pada tabel group statistik yaitu pada mean antar sampel dan dapat dibandingkan.<sup>40</sup>

## H. Uji Asumsi Klasik

Uji asumsi klasik merupakan pengujian yang dilakukan sebelum menguji regresi. Berikut adalah uji asumsi klasik penulis pada penelitian ini:

### 1. Uji Normalitas

Uji normalitas bertujuan untuk mengetahui normal atau tidaknya distribusi data variabel independen dan variabel dependen yang akan digunakan dalam penelitian. Nilai residual dapat dilihat menggunakan *P Plot of Regression Standardized Residual* dengan melihat kurva lonceng dikatakan berdistribusi normal jika titik-titiknya mengikuti dan mendekati garis normal. Selain itu, dasar pengambilan keputusan uji normalitas juga dapat menggunakan uji *one-sample kolmogorov-Sminov Test* sebagai berikut:

- a. Jika nilai signifikansi atau nilai probabilitas  $> 0,05$  maka, hipotesis diterima karena data tersdistribusi normal.
- b. Jika nilai signifikansi atau nilai probabilitas  $< 0,05$  maka, hipotesis ditolak karena data tidak tersdistribusi normal.<sup>41</sup>

Penulis menggunakan *P Plot of Regression Standardized Residual* sebagai analisis uji normalitas penelitian ini.

### 2. Uji Multikolinieritas

Uji multikolinieritas bertujuan untuk menguji model regresi ada atau tidak ditemukannya korelasi antar variabel bebas. Model regresi yang baik pasti tidak ada korelasi antar variabel bebas. Jika variabel bebas berkorelasi, maka variabel tersebut tidak membentuk variabel ortogonal, dimana variabel ortogonal merupakan variabel bebas yang nilai korelasi antar sesama variabel bebas sama dengan nol. Dasar pengambilan keputusan uji multikolinieritas yaitu jika *tolerance* (TOL)  $>$

---

<sup>40</sup> Imam Ghozali, *Aplikasi Analisis Multivariate dengan program IBM SPSS 21 Update PLS Regresi* (Semarang : Badan Penerbit Universitas Diponegoro, 2013), 65-66.

<sup>41</sup> Syafrida Hafni Sahir, *Metodologi Penelitian* (Bojonegoro: KBM Indonesia, 2021), <https://repository.uma.ac.id/jspui/bitstream/123456789/16455/1/E-Book%20Metodologi%20Penelitian%20Syafriada.pdf>

0,1 maka tidak terjadi multikolinieritas. Dan jika nilai *variance inflation factor* (VIF)  $< 10,00$  maka tidak terjadi multikolinieritas.<sup>42</sup>

### 3. Uji Heteroskedastisitas

Uji heteroskedastisitas bertujuan untuk menguji model regresi mengenai ada atau tidak kesamaan varian dari residual antar pengamatan satu ke pengamatan lain. Jika varian pengamatan satu ke pengamatan lain berbeda disebut heteroskedastisitas dan jika pengamatan satu ke pengamatan lain sama disebut homokedastisitas. Dasar pengambilan keputusan uji heteroskedastisitas dengan uji glejser yaitu jika nilai signifikansi  $< 0,05$  terjadi heteroskedastisitas. Dan jika nilai signifikansi  $> 0,05$  tidak terjadi heteroskedastisitas.<sup>43</sup> Penelitian ini menggunakan uji glejser.



---

<sup>42</sup> Imam Ghozali, *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program IBM SPSS 21 Update PLS Regresi* (Semarang: Univesitas Diponegoro, 2013), 108.

<sup>43</sup> Imam Ghozali, *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program IBM SPSS 21 Update PLS Regresi* (Semarang: Univesitas Diponegoro, 2013), 139