

BAB III METODE PENELITIAN

A. Jenis dan Pendekatan

Jenis penelitian ini yaitu penelitian lapangan (*field research*). Selanjutnya pendekatannya menggunakan cara kuantitatif. Pendekatan kuantitatif merupakan data yang dapat dijelaskan dengan angka-angka.¹ Penggunaan angkanya mencakup saat mengumpulkan serta menafsirkan data, dan juga hasil data, selanjutnya pemahaman kesimpulannya dalam bentuk tabel.² Pengumpulan data menggunakan metode penelitian survei. Metode penelitian survei adalah metode dalam mengumpulkan data primernya yakni melalui pemberian beragam pertanyaan pada responden individu.³ Dalam pengambilan data melalui penyebaran kuesioner atau angket kepada responden. Menurut Singa Rimbun dan Effendi dalam Yoyo Sudaryo, dkk menyatakan bahwa penelitian survei adalah penelitian melalui pengambilan sampel pada sebuah populasi menggunakan kuesioner untuk dijadikan instrumen pengumpul data utama.⁴ Penelitian ini termasuk kedalam penelitian asosiatif/hubungan, yaitu merupakan penelitian dengan tujuan mencari tahu korelasi pada masing-masing variabelnya.⁵ Penelitian dilaksanakan dalam rangka mencari tahu pengaruh online customer review serta online customer rating pada keputusan pembelian produk shopee.

B. Populasi dan Sampel

1. Populasi

Populasi penelitian ialah suatu objek suatu penelitian secara menyeluruh yang bisa berbentuk hewan, manusia, udara, sikap hidup, tumbuhan, nilai, peristiwa, gejala, serta yang lainnya, dan dengan demikian berbagai objek tersebut bisa dijadikan data untuk dianalisis.⁶ Suatu populasi terdiri dari jumlah objek,

¹ Burhan Bungin, *Metodologi Penelitian Kuantitatif*, 130.

² Arikunto, "prosedur penelitian suatu pendekatan praktek," (Jakarta: Rineka Cipta, 2005), 12.

³ Nur Indriantoro and Bambang Supomo, *Metodologi Penelitian Bisnis Untuk Akuntansi Dan Manajemen* (Yogyakarta: BPFE-Yogyakarta, 2002), 152.

⁴ Yoyo Sudaryo, dkk. "Metode Penelitian Survei Online Dengan Google forms," (Yogyakarta: ANDI, 2019), 65

https://www.google.co.id/books/edition/Metode_Penelitian_Survei_Online_dengan_G/u7ChDwAAQBAJ?hl=id&gbpv=1&dq=metode+survei&pg=PA65&printsec=frontcover

⁵ V. Wiratna Sujarweni, *Metodologi Penelitian Bisnis dan Ekonomi*, (Yogyakarta : Pustaka Baru Press, 2015), 13-16.

⁶ Burhan Bungin, *Metodologi Penelitian Kuantitatif*, 109.

karakteristik dan sifat yang dimiliki oleh objek penelitian.⁷ dalam penelitian ini peneliti memilih mahasiswa IAIN Kudus prodi manajemen bisnis syariah angkatan 2018-2020 karena kebanyakan mahasiswa mereka lebih faham teknologi, dan mereka kebanyakan pernah melakukan transaksi di Shopee.

Tabel 3. 1 Jumlah Mahasiswa 2018-2020

No.	Tahun	Jumlah Mahasiswa
1.	2018	225
2.	2019	222
3.	2020	138
Jumlah		585

Sumber data: Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Kudus

2. Sampel

Sampel ialah unsur daripada populasi yang dapat mewakili populasi.⁸ Sampel juga bisa diartikan sebagai opsi atas jumlah serta jenis yang populasi miliki, apabila suatu populasi itu tinggi serta peneliti tidak mungkin mempelajarinya dikarenakan terbatasnya tenaga, dana, serta waktu, dengan demikian peneliti bisa mempergunakan sampel pada populasi dan dengan demikian sampel yang diambil harus benar-benar mewakili.⁹

Teknik dalam mengambil sampelnya yakni mempergunakan teknik *nonprobability sampling*. Teknik ini merupakan teknik dalam mengambil sampel tanpa pemberian kesempatan setara pada masing-masing unsur maupun anggota populasi supaya dipilih dijadikan sampel.¹⁰ Pada teknik ini peneliti menggunakan metode insidental. Metode insidental merupakan metode penentuan sampel secara kebetulan, misalnya seseorang yang kebetulan sesuai dan memenuhi karakteristik

⁷ Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*, (Bandung : CV. Alfabeta, 2014), 117.

⁸ Ajat rukajat, *Pendekatan Penelitian Kuantitatif* , (Yogyakarta : Deepublish, 2018), 86.
[https://www.google.co.id/books/edition/Pendekatan_Penelitian_Kuantitatif_Quanti/1pWE_DwAAQBAJ?hl=id&gbpv=1&dq=Arikunto+%E2%80%9CProsedur+Penelitian+Suatu+Pendekatan+Praktek%E2%80%9D+,\(Jakarta:+Rineka+Cipta+2005\)&pg=PA157&printsec=frontcover](https://www.google.co.id/books/edition/Pendekatan_Penelitian_Kuantitatif_Quanti/1pWE_DwAAQBAJ?hl=id&gbpv=1&dq=Arikunto+%E2%80%9CProsedur+Penelitian+Suatu+Pendekatan+Praktek%E2%80%9D+,(Jakarta:+Rineka+Cipta+2005)&pg=PA157&printsec=frontcover).

⁹ Sugiyono, *Metode penelitian Pendidikan(Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D)*, (Bandung: Alfabeta, 2014), 118.

¹⁰ Sugiyono, *Metode penelitian Pendidikan(Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D)*, 122-123

untuk dijadikan sumber data dapat dijadikan sampel penelitiannya.¹¹

Banyak rumus yang bisa digunakan dalam menghitung sampel, karena populasi sudah diketahui maka bisa digunakan rumus slovin:¹²

$$n = \frac{N}{1 + Ne^2}$$

keterangan:

N = Jumlah populasi

n = sampel

e = error sampel (10%)

jumlah populasi yang diteliti adalah 585, dengan demikian total sampelnya yang dihasilkan adalah:

$$n = \frac{585}{1 + 585 (0,10)^2}$$

$$n = \frac{585}{1 + 585 (0,01)}$$

$$n = \frac{585}{1 + 5,85}$$

$$n = \frac{585}{6,85}$$

$$n = 85,40$$

hasil yang diperoleh dari rumus diatas adalah 85,40, sehingga jumlah tersebut dibulatkan menjadi 85 responden untuk memudahkan dalam penelitian, dimana responden diperoleh dari mahasiswa IAIN Kudus yang mempunyai aplikasi shopee dan pernah melakukan transaksi minimal satu kali transaksi.

C. Identifikasi Variabel

Variabel analisis yaitu atribut, karakter ataupun kuantitas manusia yang memiliki obyek memiliki modifikasi spesifik yang diterapkan penulis untuk meninjau dan ditarik sebuah kesimpulan. Analisis penulis memakai dua variabel, antara lain:

1. Variabel Bebas (*independent variabel*)

Variabel independent, ialah variabel dengan kemampuan memberi pengaruh pada variabel lainnya. Variabel bebasnya adalah online customer review, online customer rating yang dilambangkan dengan X1, X2.

¹¹ Sugiyono, *Metode penelitian Pendidikan(Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D)*,124

¹² Suliyanto, *Metode Riset Bisnis*, (Yogyakarta :CV Andi Offset, 2009), 103-104

2. Variabel terikat (*dependent variabel*)
 Variabel yang memperoleh pengaruh dari variabel lain. Keputusan pembelian sebagai variabel terikat dilambangkan (Y).¹³

D. Desain dan Definisi Operasional Variabel

Definisi operasional variabel yaitu suatu uraian tentang batasan variabel yang diteliti, atau tentang apa yang diukur oleh variabel yang bersangkutan.¹⁴

Tabel 3. 2 Definisi Operasional

No	Variabel	Devinisi Operasional	Indikator	Nomor item
1.	Online Customer Review (X1)	Sebuah bentuk <i>word of mouth communication</i> dalam penjualan <i>online</i> , yakni calon pembeli memperoleh informasi terkait produk dari pelanggan lain yang sudah memperoleh manfaat atas produknya. ¹⁵	1. Kredibilitas sumber (<i>Source credibility</i>)	1, 2
			2. Kualitas argument (<i>Argumen quality</i>)	3, 4
			3. Manfaat yang terasa (<i>Perceived usefulness</i>)	5, 6
			4. Review valance (<i>valensi</i>)	7, 8
			5. Quantity of review (<i>jumlah ualasan</i>) ¹⁶	9, 10
2.	Online Custmer Rating (X2)	Rating adalah simbolisasi standard dan representasi dari kepuasan seluruh	1. Kredibel (<i>Credible</i>), terdiri dari : a) Dapat dipercaya (<i>Trustworthy</i>)	1 2

¹³ Husen Umar, *Metode Riset Bisnis*, (Jakarta :Gramedia Pustaka Utama, 2002), 62.

¹⁴ W. Gulo, *Metode Penelitian*, (Jakarta: Grasindo, 2010), 144.

¹⁵ Taesara Wahyudi, dkk. “Pengaruh Online Customer Review dan Online Customer Rating Terhadap Kepercayaan Konsumen Remaja Kota Mataram Pada Pembelian Produk Fashion Shopee Online Shop,” 2.

¹⁶ Latifa Putri dan Harimukti Wandebori, “Factors Influencing Cosmetics Purchase Intention In Indonesia Based On Online Review,” 257-258.

		pelanggan terhadap pedagang yang umumnya direpresentasikan melalui bintang, yang mana dengan semakin banyaknya bintang maka akan menunjukkan semakin bagus suatu produk atau pelayanan dan merefleksikan tingkat kepuasan terhadap produk atau jasa. ¹⁷	b) Jujur (Honest) 2. Expert (ahli), mencakup : a) Professional (Profesional) b) Useful (Berguna) 3. Menyenangkan (Likable), mencakup : a) Likable (Menyenangkan) b) Interesting (Menarik) c) Likely to buy from this website (Kemungkinan dalam melakukan pembelian dari situs itu) ¹⁸	3, 4 5 6, 7 8, 9 10
3.	Keputusan Pembelian (Y)	Keputusan pembelian merupakan proses dalam memilih salah satu dari berbagai macam alternatif yang mampu	1. Pengenalan masalah dan kebutuhan 2. Pencarian informasi 3. Evaluasi alternative 4. Keputusan pembelian	1, 2 3, 4, 5 6, 7 8, 9

¹⁷ Aditya Farhan Hasrul, dkk. "Analisis pengaruh Online Customer Review Dan Rating Terhadap Minat Beli Produk Elektronik Di Tokopedia," Konferensi Riset Nasional Ekonomi, Manajemen, dan Akuntansi 2, No. 1 (2021): 1356. Diakses pada 29 September 2021, <https://conference.upnvj.ac.id/index.php/korelasi/article/view/1155/857>

¹⁸ Izzatul Islami Harli, Ali Mutasowifin, Syaefudin Andrianto, "Pengaruh Online Consumer Review dan Rating terhadap Minat Beli Produk Kesehatan pada E-Marketplace Shopee Selama Masa Pandemi COVID-19," INOBIS: Jurnal Inovasi Bisnis dan Manajemen Indonesia 4, No. 4, (2021): 562.

		mendorong pengambilan keputusan dalam melakukan pembelian. ¹⁹	5. Perilaku setelah pembelian. ²⁰	10
--	--	--	--	----

E. Teknik Pengumpulan Data

Teknik dalam dalam mengumpulkan data pada peneitian ini dilaksanakan melalui menyebarkan angket langsung tertutup menggunakan media online tepatnya dengan google form pada mahasiswa IAIN Kudus yang mempunyai aplikasi shopee dan pernah melakukan pembelian. Metode kuesioner atau angket merupakan serangkaian daftar pertanyaan yang disusun sistematis kemudian dikirim kepada responden untuk di isi dan setelah diisi angket dikirim kembali kepada peneliti.²¹

Pada penelitian ini untuk mengisi kuesioner menggunakan tingkat pengukuran skala likert. Skala likert ialah skala yang peneliti gunakan dalam rangka mencari tahu pendapat, sikap, serta persepsi seorang individu maupun kelompok mengenai fenomena sosial. Dengan menggunakan skala likert dengan demikian variabelnya dilakukan penjabaran untuk dijadikan indikator selanjutnya dibuat menjadi titik tolak dalam penyusunan berbagai item instrument yang biasanya berbentuk pernyataan dan pertanyaan.²² Jawaban pada masing-masing item instrumen bergradasi dari sangat positif hingga sangat negatif sebagai berikut:

- 1. Sangat setuju Nilai 5
- 2. Setuju Nilai 4
- 3. Ragu-ragu Nilai 3
- 4. Tidak setuju Nilai 2
- 5. Sangat tidak setuju Nilai 1

¹⁹ Nina Maharani, “Prosses Pengambilan Keputusan Pembelian Konsumen Terhadap Produk Iphone di Bandung”,*Jurnal Manajemen dan Bisnis (Performa)* 7, no.1 (2015) : 66. Diakses pada 29 September 2021, <https://ejournal.unisba.ac.id/index.php/performa/article/download/3043/1904>

²⁰ Philip Kotler and Kevin Lane Keller, *Manajemen Pemasaran*, 13 Jilid 1 (Jakarta: Erlangga, 2008), 184-190.

²¹ Burhan Bungin, *Metodologi Penelitian Kuantitatif*, 135.

²² Sugiyono, *Metode penelitian Pendidikan(Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D)*,134-135.

F. Jenis dan Sumber Data

1. Data primer

Data primer ialah suatu data yang didapatkan dari sumber data pertama pada lokasi maupun objek yang diteliti.²³ Perolehan data penelitiannya yakni lewat disebarkannya kuesioner pada responden.²⁴ Peneliti menggunakan data primer berbentuk jawaban serta persepsi responden dari mahasiswa FEBI IAIN Kudus angkatan 2017.

2. Data sekunder

Data sekunder ialah perolehan data dari sumber kedua.²⁵ Data sekunder biasanya berbentuk catatan, bukti, maupun pelaporan historis yang sudah tersusun berbentuk arsip yang telah terpublikasikan serta yang tak terpublikasikan.²⁶ Data sekundernya berbentuk studi pustaka yang berbentuk jurnal, buku, serta dokumen lainnya yang terdapat kaitannya dengan penelitian yang dilakukan.

G. Teknik Analisis Data

1. Uji Instrumen Data

a. Uji Validitas

Pada penelitian ini, pengujian validitas dilakukan terkait pengukuran kevalidan kuesioner. Hasil tersebut bisa dinamakan valid apabila pertanyaan pada kuesionernya bisa menjadi pengurai perihal yang akan peneliti ukur.²⁷ Keputusan pada sebuah butir pertanyaan dapat dianggap valid apabila nilai $r_{hitung} > r_{tabel}$ maka dinyatakan valid dan jika nilai $r_{hitung} < r_{tabel}$ maka butir pertanyaan tersebut tidak valid. Pada penelitian ini pengujian validitas dilaksanahn melalui teknik korelasi *Pearson Product Moment* dengan menggunakan rumus sebagai berikut:²⁸

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

²³ Burhan Bungin, *Metodologi Penelitian Kuantitatif*,132

²⁴ Husaini Usman, “*Pengantar Statistika*” (Jakarta : PT Bumi Aksara Cetakan Ke 2, 2008) 20

²⁵ Burhan Bungin, *Metodologi Penelitian Kuantitatif*, 132.

²⁶ Tukiran Taniredja, “ *Penelitian Kuantitatif Sebuah Pengantar* “ (Bandung : Alfabeta, 2011) 4

²⁷ Imam Ghozali, *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program SPSS*, (Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro, 2011), 52.

²⁸ Anwar Sanusi, *Metodologi Penelitian Bisnis Disertai Contoh Proposal Penelitian Bidang Ilmu Ekonomi dan Manajemen*, (Jakarta : Salemba Empat, 2017) 77.

Keterangan:

- r = Koefisien korelasi
- X = Skor item
- Y = Skor total item
- N = Jumlah sampel (responden)

b. Uji Reliabilitas

Instrumen disebut lolos reliabelitas jika mampu untuk melakukan pengukuran objek sama namun hasil datanya tetap atau tidak berubah.²⁹ Selanjutnya tujuan untuk mengukur reliabilitas yaitu guna mencari tahu seberapa jauh hasil ukurnya senantiasa stabil dari pengukuran pertama ataupun pengukuran kedua, apabila sudah dilakukan pengukuran lebih dari dua kali terhadap kuesioner dari indikator yang sama dengan cara serta instrumen ukur yang sama juga. Sebuah kuesioner dikategorikan lolos uji reliabelitas apabila jawaban responden pertanyaan yang diajukan stabil maupun konsisten di setiap waktunya.

Pengukuran reliabilitas yang peneliti gunakan pada penelitian ini menggunakan teknik *alpa cronbach* yakni digunakan terkait apakah sebuah instrumen penelitian reliabel maupun tak reliabel. Kriteria sebuah instrumen penelitian dikategorikan lolos uji reliabilitas apabila berkoefisien reliabilitas (r_{11}) > 0,6.³⁰

$$r_{11} = \left[\frac{k}{k-1} \right] \left[1 - \frac{\sum \sigma_b^2}{V_1^2} \right]$$

Keterangan:

- r_{11} = koefisien reliabelitas instrumen;
- K = banyak item pertanyaan
- $\sum \sigma_b^2$ = jumlah varian skor semua item
- V_1^2 = Varian total

2. Uji Asumsi Klasik

Pengujian asumsi klasik diterapkan dalam pengujian suatu model regresi dengan mencapai beberapa asumsi seperti data residual distribusinya normal, tanpa multikolinearitas, tanpa heterokedastisitas serta tanpa autokorelasi. Asumsi klasik dilakukan untuk mendapatkan model regresi dengan perkiraan

²⁹ Sugiyono, *Metode penelitian Pendidikan(Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D)*, 173.

³⁰Syofian Siregar, *Statistik Parametrik untuk Penelitian Kuantitatif : Dilengkapi Perbandingan Perhitungan-perhitungan Manual & SPSS*, (Jakarta :Bumi Aksara, 2014), 90.

tanpa hal yang menyimpang serta pengujian yang dapat dipercaya.³¹

a. Uji Normalitas

Pengujian normalitas dipergunakan dalam rangka mencari tahu normal tidaknya nilai residual. Peneliti mempergunakan metode Uji One Sample Kolmogorov Smirnov yaitu mempunyai kegunaan dalam rangka mencari tahu berdistribusi normal tidaknya data residual. Residual berdistribusi normal apabila signifikansi $> 0,05$.³²

b. Uji Heteroskedastisitas

Pengujian heteroskedastisitas dilakukan dalam pengujian suatu bentuk regresi apakah ada ketidaksamaan antara variasi dari residual antar pengamatannya. Apabila bentuk regresi tersebut tetap, maka dapat dinyatakan homoskedastisitas dan apabila hasilnya berbeda akan dinyatakan heteroskedastisitas. Bentuk regresi dapat dikatakan baik apabila terjadi homoskedastisitas atau tidak terjadi heteroskedastisitas.³³ Suatu regresi yang tak terdapat heteroskedastisitas adalah apabila titik-titikanya tersebar di bawah serta di atas maupun pada sekitaran angka 0, penyebaran tidak terbentuk pola dengan gelombang melebar selanjutnya terjadi penyempitan serta menjadi lebar kembali, titik datanya yang tersebar tak membuat pola.³⁴

c. Uji Multikolinieritas

Uji multikolinieritas dilakukan terkait pengujian ada tidaknya korelasi antar variable independent dalam model regresi. Apabila terdapat atau ditemukan korelasi dengan demikian terdapat permasalahan multikolinieritas. Model regresi disebut baik sebaiknya tak dijumpai korelasi di antara variabel independen.³⁵ Metode yang digunakan untuk

³¹ Duwi Priyatno, *SPSS 22 : Pengolahan Data Terpraktis*, (Yogyakarta : CV Andi Offset, 2014), 89

³² Ce Gunawan, *Mahir Menguasai SPSS Panduan Praktis Mengolah Data Penelitian New Edition Buku Untuk Orang Yang (Merasa) Tidak Bisa Dan Tidak Suka Statistika*, (Yogyakarta: Deepublish, 2020) 109-114,

https://www.google.co.id/books/edition/Mahir_Menguasai_SPSS_Panduan_Praktis_Men/babXDwAAQBAJ?hl=id&gbpv=1&dq=uji+asumsi+klasik&printsec=frontcover

³³ Imam Ghozali, *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS 21*, (Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro, 2013), 139.

³⁴ V. Wiratna Sujarweni, *Metodologi Penelitian Bisnis dan Ekonomi*, 178

³⁵ Ce Gunawan, *Mahir Menguasai SPSS Panduan Praktis Mengolah Data Penelitian New Edition Buku Untuk Orang Yang (Merasa) Tidak Bisa Dan Tidak Suka Statistika*, 119..

mengetahui adanya multikolinieritas adalah tolerance value serta variance inflation factor (VIF) pada masing-masing variabel. Bila nilai tolerance value $> 0,10$ serta VIF bernilai $< 10,00$ dengan demikian tak terjadi multikolinieritas begitupun sebaliknya.³⁶

3. Uji Hipotesis

a. Analisis Regresi Linier Berganda

Penggunaan analisis regresi linier berganda adalah terkait pengukuran korelasi dari 2 variable maupun melebihi jumlah tersebut, dalam rangka memperlihatkan arah korelasi dari variable terikat dengan variable bebas. Variable terikat biasanya random dengan hal tersebut artinya berdistribusi probabilitistik. Sedangkan variabel bebas biasanya bernilai tetap. Analisis tersebut dilaksanakan dalam rangka mencari tahu sebesar apa pengaruh antara variabel bebas yakni online customer review (X_1), serta online customer rating (X_2) terhadap variabel dependen yaitu keputusan pembelian (Y). Berikut bentuk persamaan regresi linier berganda terkait pengujian kebenaran hipotesis:³⁷

$$Y = a + \beta_1 x_1 + \beta_2 x_2 + \beta_3 x_3 + e$$

Keterangan:

Y : Keputusan pembelian secara online

a :Konstanta

x1 : Variabel online customer review

x2 : Variabel online customer rating

B1 : Koevisien regresi online customer review

B2 : Koevisien regresi online customer rating

e : Tingkat kesalahan

b. Uji F (Simultan)

Uji F dilakukan dalam rangka mencari tahu pengaruh simultan dari variabel bebas (X) terhadap variabel terikat (Y).³⁸ jika taraf signifikansi 0,05 maka variabel bebas mempunyai pengaruh terhadap variabel dependen secara simultan.

Untuk landasan dalam mengambil keputusan uji F yakni:

³⁶ V. Wiratna Sujarweni, *Metodologi Penelitian Bisnis dan Ekonomi*, 227

³⁷ Imam Ghozali, *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS 21*,

96.

³⁸ Imam Ghozali, *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program IBM SPSS 19*,

98.

- 1) Jika $F_{hitung} > F_{tabel}$, maka secara simultan terdapat pengaruh variabel bebas pada variabel terikat atau H_0 ditolak serta H_1 diterima.
- 2) Jika $F_{hitung} < F_{tabel}$, maka secara simultan tak ditemukan pengaruh variabel bebas terhadap variabel terikat atau H_0 diterima dan H_1 ditolak.

c. Uji t (Signifikansi Parameter Parsial)

Uji koefisien t bertujuan dalam rangka mencari tahu berpengaruh tidaknya variabel online customer review (X_1) serta online customer rating (X_2) dari segi individual terhadap variabel keputusan pembelian (Y) atau tidak dengan taraf signnifikan sebesar 0,05, apabila taraf signifikansinya di bawah 0,05 dengan demikian artinya secara parsial terdapat pengaruh pada variabel dependent.³⁹

Dasar dalam mengambil keputusan uji t ialah:

- 1) Apabila $t_{hitung} > t_{tabel}$, dengan demikian secara parsial ditemukan pengaruh pada variabel terikat atau H_0 ditolak dan H_1 diterima.
- 2) Jika $t_{hitung} < t_{tabel}$, dengan demikian secara parsial tak ditemukan pengaruh terhadap variabel terikat atau H_0 diterima dan H_1 ditolak.

d. Koefisien Determinasi (R^2)

Koefisien determinasi merupakan angka yang menjadi gambaran atas seberapa besar kontribusivariabel independen kepada variabel dependen. Nilai koefisien determinasi tersebut memiliki lambang r^2 yang memperlihatkan proporsi atas adanya variasi secara menyeluruh. Selanjutnya nilai variabel bebas dapat terjelaskan melalui korelasi linier pada nilai variabel dependen.⁴⁰

³⁹ Imam Ghozali, *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program IBM SPSS 19* (Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro, 2011), 98.

⁴⁰ Surajiyo, dkk., *Penelitian Sumber Daya Manusia, Pengertian, Teori Dan Aplikasi (Menggunakan Ibm Spss 22 For Windows)*, (Yogyakarta: Deepublish, 2020), 77. Diakses pada, 17 Maret 2021

<https://books.google.co.id/books?id=ZUKQEAAAQBAJ&printsec=frontcover&hl=id>