

BAB III METODE PENELITIAN

A. Jenis dan Pendekatan Penelitian

1. Jenis Penelitian

Jenis penelitian yang digunakan dalam penelitian ini merupakan penelitian lapang atau field research. Penelitian lapangan adalah penelitian yang langsung dilakukan dilapangan atau pada responden¹. Penilitia ini ditujukan untuk menguji, dan menjelaskan pengaruh pemasaran dan harga terhadap minat beli di warkoba cafe kudus menurut fiqh muamalah.

2. Pendekatan Penelitian

Sedangkan metode pendekatan yang digunakan dalam penelitian ini adalah dengan metode pendekatan kuantitatif. Metode kuantitatif adalah pendekatan ilmiah terhadap keputusan menejerial dan ekonomi. Pendekatan ini berangkat dari data. Ibarat bahan baku dalam suatu pabrik, data ini di proses dan dimanipulasi menjadi informasi yang berharga bai pengambilan keputusan. Pemrosesan dan manipulasi data mentah menjadi informasi yang bermanfaat inilah yang menjadi jantung dari analisis kuantitatif. Computer telah menjadi alat bantu utama dalam penggunaan analisis kuantitatif.²

B. Setting Penelitian

Penelitian ini dilakukan di Warkoba Cafe Kudus 5VX9+264, Jl. Kampus UMK, Dersalam Krajan, Dersalam, Kec. Bae, Kabupaten Kudus, Jawa Tengah 59321. Dimana Warkoba ini berfokus pada penyajian minuman kopi dan juga makanan ringan ringan pelengkap minum kopi dan sudah cukup terkenal dikalangan mahasiswa sekecamatan Bae dan masyarakat Kudus pada umumnya. Penelitian ini sudah dilakukan sejak bulan November 2022.

C. Populasi dan Sampel

1. Populasi

Populasi adalah suatu kesatuan individu atau subjek pasda satu wilayah dan waktu serta dengan kualitas tertentu yang akan

¹ Iqbal hasan, *Analisis Data Penelitian Dengan Statistik* (Jakarta: PT Bumi Aksara, 2016), 5.

² Mudrajad Kuncoro, *Metode Kuantitatif Teori dan Aplikasi Untu Bisnis dan Ekonomi* (Yoyakarta: AMP YKPN, 2001), 1.

diamati atau di teliti.³ adapun populasi dalam penelitian ini adalah para konsumen atau pelanggan pada Warkoba Cafe Kudus.

2. Sampel

Sampel adalah bagian dari populasi yang dijadikan subyek penelitian sebagai “wakil” dari para anggota populasi.⁴ bisa dikatakan bahwa sampel merupakan bagian dari populasi. Dalam penelitian ini teknik yang digunakan ialah teknik *Non-Probability Sampling*, yaitu pengambilan sampel penelitian secara non-random (tidak acak). Teknik ini cocok dipilih untuk populasi yang bersifat infinit, artinya besaran anggota populasi belum atau tidak dapat ditentukan lebih dahulu. Prinsip penentuan sampel adalah sama, yaitu bahwa sampel yang dipilih mewakili populasi, namun oleh karena anggota populasi belum dapat diketahui sebelum penelitian, maka tidak dapat menggunakan cara-cara statistik untuk menentukan sampel penelitian. Jadi setiap anggota populasi, memiliki peluang yang sama akan terpilih sebagai sampel penelitian.

Penentuan sampel dalam penelitian ini menggunakan metode *Accidental Sampling* atau yang sering disebut pula dengan *opportunitate sampling* “sampel asal nemu” adalah teknik teknik sampling dengan mendasarkan diri pada acara secara kebetulan saja atau asal nemu saja. Pada teknik ini tidak memilih apakah yang datang pria atau wanita, tua atau muda, dan lain sebagainya. Jadi sampel penelitian ditentukan berdasarkan kejadian bertemunya peneliti dengan responden penelitian (sampel).⁵ dalam penelitian ini yang akan menjadi responden adalah konsumen atau pelanggan pada Warkoba Cafe Kudus.

Untuk memudahkan penentuan jumlah sampel yang diambil, maka peneliti merujuk pada pendapat Sekaran (2003) yang dikutip oleh Toni Wijaya yaitu jika jumlah populasi tidak diketahui jumlahnya secara jelas maka menggunakan analisis multivariate, dengan membutuhkan 25 kali variabel independen.⁶ dalam penelitian ini sendiri terdapat 2 variabel independen, jika dikaitkan dengan

³ Supardi, *Metode Penelitian Ekonomi dan Bisnis* (Yogyakarta: UII Press, 2005), 101.

⁴ Supardi, *Metode Penelitian Ekonomi dan Bisnis* (Yogyakarta: UII Press, 2005), 103.

⁵ Supardi, *Metode Penelitian Ekonomi dan Bisnis* (Yogyakarta: UII Press, 2005), 114-115.

⁶ Tony Wijaya, *Metodologi Penelitian Ekonomi dan Bisnis Teori dan Praktik* (Yogyakarta: Graha Ilmu, 2013), 30.

teori diatas maka membutuhkan sampel sebanyak 50 orang responden ($25 \times 2 = 50$).

D. Desain dan Definisi Operasional Variabel

Variabel dapat disamakan dengan sesuatu yang dapat digunakan untuk membedakan atau merubah nilai, sebagai sinonim dari konstruk yang dinyatakan dengan nilai atau angka. Variable juga dapat dikatakan sebagai suatu sifat yang yang memiliki bermacam nilai (*kerlinger*). Variabel juga hanya dapat memiliki dua nilai atau disebut variable dikotomi, misalnya variabel jenis kelamin yaitu pria dan wanita.⁷

Menurut hubungan antara satu variabel dengan variabel yang lain maka macam-macam variabel dalam penelitian ini dapat dibedakan menjadi:

1. Variable Independen (Variable Bebas).

Variabel independen, variabel ini sering disebut sebagai variabel stimulus, prediktor, antecedent. Dalam bahasa Indonesia sering disebut sebagai variabel bebas. Variabel bebas adalah variabel yang mempengaruhi atau menjadi penyebab berubah atau timbulnya variabel dependen (terikat).⁸ Variable independen dalam penelitian ini adalah pemasaran (X1), harga (X2),

2. Variable Dependen (Variabel Terikat)

Variabel dependen sering disebut sebagai variabel output, kriteria, konsekuen. Dalam bahasa Indonesia sering disebut sebagai variabel terikat. Variable terikat merupakan variable yang di pengaruhi atau yang menjadi akibat, karena adanya variable bebas.⁹ Variable dependen dalam penelitian ini adalah minat beli (Y).

Untuk lebih jelasnya tentang variabel-variabel, konsep variabel, dan indikator yang dilakukan dalam penelitian ini, sebagaimana disajikan dalam tabel di bawah ini:

Tabel 3.1
Variabel Operasional

Variabel	Definisi	Indikator	Skala
Pemasaran (X1)	Pemasaran adalah cara bagi orang dan kelompok untuk mendapatkan apa	a. Keterjangkauan harga. b. kesesuaian harga dengan	<i>Likert</i>

⁷ Tony Wijaya, *Metodologi Penelitian Ekonomi dan Bisnis Teori dan Praktik* (Yogyakarta: Graha Ilmu, 2013), 13.

⁸ Sugiyono, *Metode Penelitian Bisnis*, (Bandung: Alfabeta, 2004), 33.

⁹ Sugiyono, *Metode Penelitian Bisnis*, (Bandung: Alfabeta, 2004), 33.

	yang mereka inginkan dengan menciptakan dan mempertukarkan produk dan jasa dengan orang lain	kualitas produk. c. daya saing harga. d. kesesuaian harga dengan manfaat	
Harga (X ₂)	harga adalah sejumlah uang yang ditagihkan atas suatu produk dan jasa atau jumlah dari nilai yang ditukarkan para pelanggan untuk memperoleh manfaat dari memiliki atau menggunakan suatu produk atau jasa.	a. Keterjangkauan Harga. b. Kesesuaian harga dengan kualitas produk. c. Daya saing harga. d. Kesesuaian harga dengan manfaat.	<i>Likert</i>
Minat Beli (Y)	Minat beli konsumen merupakan perilaku konsumen yang menunjukkan sejauh mana komitmennya untuk melakukan tindakan pembelian atau kegiatan penggunaan jasa	a. Produk b. Harga c. Promosi	<i>Likert</i>

E. Uji Validitas dan Reliabilitas Instrumen

Uji keabsahan dalam penelitian, sering dikaitkan dengan uji validitas dan reabilitas.dalam penelitian kuantitatif sendiri, kriteria utama data hasil penelitian adalah valid, reliabel, dan obyektif.¹⁰

¹⁰ Sugiyono, *Metode Penelitian Bisnis Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, Kombinasi, dan R&D* (Bandung: Alfabeta, 2017), 509.

1. Validitas

Validitas merupakan derajat ketepatan antara data yang sesungguhnya terjadi pada objek penelitian dengan data yang dilaporkan oleh peneliti. Dengan demikian data yang valid adalah data “yang tidakberbeda” antara data yang dilaporkan oleh peneliti dengan data yang sesungguhnya terjadi pada objek penelitian. Kalau dalam penelitian terdapat warna merah, maka peneliti akan melaporkan warna merah; kalau dalam objek penelitian seperti karyawan toko bekerja dengan keras. Maka peneliti melaporkan bahwa karyawan bekerja dengan keras. Bila peneliti embuat laporan yang tidak sesuai dengan apa yang terjadi pada objek, maka data tersebut dinyatakan tidak valid. Terdapat dua validitas dalam penelitian, yaitu validitas internal dan validitas eksternal.

Validitas internal berkenaan dengan derajat akurasi desain penelitian dengan hasil yang dicapai. Kalau dalam desain penelitian dirancang untuk meneliti etos kerja karyawan maka data yang diperoleh seharusnya adalah data yang akurat tentang etos kerja karyawan. Penelitian jadi tidak valid, apabila yang ditemukan adalah derajat kesehatan karyawan.

Validitas eksternal berkenaan dengan derajat akurasi apakah hasil penelitian dapat digeneralisasikan atau diterapkan pada populasi dimana sampel tersebut diambil. Bila sampel peneliti representative, instrumen penelitian valid dan reliabel, cara mengumpulkan dan analisis data benar, maka penelitian validitas eksternal yang tinggi.¹¹

2. Reliabilitas

Dalam hal reliabilitas, Susan Stainback menyatakan bahwa: ” Reliabilitas berkenaan dengan derajat konsistensi dan stabilitas data atau temuan. Dalam pandangan *positivistic* (kuantitatif), suatu data dikatakan reliabel apabila dua atau lebih peneliti dalam objek yang sama menghasilkan data yang sama, atau peneliti sama dalam waktu berbeda menghasilkan data yang sama, atau sekelompok data di pecah menjadi dua menunjukkan data yang tidak berbeda. Kalau peneliti satu menemukan dalam objek berwarna merah, maka peneliti yang lain demikian. Kalau seorang peneliti kemarin menemukan data warna merah, maka sekarang atau besok tetap berwarna merah. Karena reliabilitas berkenaan dengan derajat konsistensi, maka bila ada peneliti lain mengulangi atau mereplikasi dalam penelitian objek yang sama dengan metode

¹¹ Sugiyono, *Metode Penelitian Bisnis Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, Kombinasi, dan R&D* (Bandung: Alfabeta, 2017), 509-510.

yang sama maka akan menghasilkan data yang sama. Suatu data yang reliabel atau konsisten akan cenderung valid, walaupun belum tentu valid. Orang yang berbohong secara konsisten akan terlihat valid, walaupun seharusnya tidak valid.¹²

Objektivitas berkenaan dengan “derajat kesepakatan” atau “*interpersonal agreement*” antar banyak orang terhadap suatu data. Bila dari 100 orang, terdapat 99 orang menyatakan bahwa terdapat warna merah dalam objek penelitian tersebut, sedangkan satu orang menyatakan warna lain, maka data tersebut adalah data yang objektif. Objektif disini lawanya subjektif. Data yang objektif cenderung valid, walaupun belum tentu valid. Dapat terjadi suatu data yang disepakati banyak orang belum tentu valid, tetapi yang disepakati sedikit orang malah valid. Dalam penelitian kuantitatif, untuk mendapatkan data yang valid, reliabel, dan objektif, maka penelitian dilakukan dengan instrument yang valid dan reliabel, dilakukan pada sampel yang mendekati jumlah populasi dan pengumpulan serta analisis data dilakukan dengan cara yang benar. Dalam penelitian kuantitatif, untuk mendapatkan data yang valid dan reliabilitasnya adalah instrument penelitiannya, sedangkan dalam penelitian kualitatif yang diuji adalah datanya. Oleh karena itu Susan Stainback (1988) menyatakan bahwa penelitian kuantitatif lebih menekankan pada aspek reliabilitas, sedangkan penelitian kualitatif lebih pada aspek validitas.¹³

F. Teknik Pengumpulan Data

Untuk memperoleh data yang dibutuhkan, maka peneliti dalam penelitian ini menggunakan beberapa metode, yaitu:

1. Kuisisioner (angket)

Pertanyaan formal secara konsisten, terangkai dan tertulis yang diajukan untuk memperoleh informasi dari responden. Menggunakan kuisisioner dapat berasal dari:

- a. Susun sendiri (membuat dari definisi operasional, studi pendahuluan) dan dilakukan ujicoba sebelum digunakan.
- b. Adopsi (mengambil dari penelitian lain).
- c. Adaptasi (mengambil danmemodifikasi dari penelitian lain).

¹² Sugiyono, *Metode Penelitian Bisnis Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, Kombinasi, dan R&D* (Bandung: Alfabeta, 2017), 510.

¹³ Sugiyono, *Metode Penelitian Bisnis Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, Kombinasi, dan R&D* (Bandung: Alfabeta, 2017), 510-511.

Penelitian yang menggunakan kuisisioner perlu memperhatikan beberapa hal mengenai kuisisioner dan penggunaannya dalam penelitian. Ada beberapa fungsi angket atau kuisisioner yaitu:

- d. Menerjemahkan tujuan peneliti ke dalam pertanyaan khusus yang dijawab responden.
 - e. Menstandarisasikan pertanyaan dan jawaban atas tanggapan dari setiap rangsangan.
 - f. Membantu kegiatan dan menjaga motivasi responden selama wawancara.
 - g. Sebagai acuan penelitian.
 - h. Mempercepat dalam analisis data.
 - i. Data utama dalam pengukuran validitas dan reliabilitas penelitian lapangan.¹⁴
2. Wawancara

Pengumpulan data dengan mengajukan pertanyaan langsung kepada responden untuk memperoleh informasi verbal dari responden. Metode wawancara membutuhkan kemampuan atau pendekatan personal yang kreatif dalam mengembangkan bahan wawancara dan mampu mendorong informan bercerita bebas dan terbuka. Hasil wawancara sangat subjektif. Ada beberapa teknik dalam wawancara yaitu:

- a. Teknik berjenjang (*laddering*) yaitu mengeksplorasi alasan mendasar (motivasi) informan seperti dasar psikologis atau emosional konsumen. Misalnya alasan konsumen memilih produk.
- b. Teknik pertanyaan implisit (*tersembunyi*) yaitu mengeksplorasi masalah pribadi yang mendalam.
- c. Analisis simbolik yaitu menganalisis simbolik objek dengan cara membandingkannya dengan kebalikannya.¹⁵

Skala pengukuran merupakan kesepakatan yang digunakan sebagai acuan untuk menentukan panjang pendeknya interval yang ada dalam alat ukur, sehingga alat ukur tersebut bila digunakan pengukuran akan menghasilkan data kuantitatif. Skala *Likert* digunakan untuk mengukur sikap, pendapat, dan persepsi seseorang atau sekelompok orang tentang fenomena sosial. Dalam penelitian fenomena sosial ini sudah ditetapkan secara spesifik oleh peneliti, yang selanjutnya disebut sebagai variabel penelitian.

¹⁴ Tony Wijaya, *Metodologi Penelitian Ekonomi dan Bisnis Teori dan Praktik* (Yogyakarta: Graha Ilmu, 2013), 21.

¹⁵ Tony Wijaya, *Metodologi Penelitian Ekonomi dan Bisnis Teori dan Praktik* (Yogyakarta: Graha Ilmu, 2013), 21.

Dengan skala *Likert*, maka variable yang akan diukur dijabarkan menjadi indicator variable. Kemudian indicator variable itu dijadikan sebagai titik tolak untuk menyusun item-item instrumen yang dapat berupa pertanyaan atau pernyataan.¹⁶

Tabel 3.2
Skala Pembobotan untuk Option Instrumen Kuesioner

Option	Nilai Skala Positif	Nilai Skala Negatif
Sangat Setuju	5	1
Setuju	4	2
Ragu - ragu	3	3
Tidak Setuju	2	4
Sangat Tidak Setuju	1	5

G. Teknik Analisis Data

Dalam penelitian kuantitatif, analisis data merupakan kegiatan setelah data dari seluruh responden terkumpul. Kegiatan dalam analisis data adalah mengelompokkan data berdasarkan variabel dan jenis responden, mentabulasi data berdasarkan variabel dari seluruh responden, menyajikan data dari tiap variabel yang diteliti, melakukan perhitungan untuk menjawab rumusan masalah, dan melakukan perhitungan untuk menguji hipotesis yang telah diajukan.¹⁷

Data yang telah diperoleh melalui kuesioner yang diisi oleh responden kemudian diolah dan dianalisa menggunakan aplikasi pengolah data SPSS. Teknik analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode analisis kuantitatif. Dimana untuk mencapai tujuan pertama yaitu menguji dan menganalisis pengaruh citra merek, desain layout dan desain kemasan terhadap keputusan pembelian. Adapun urutan analisis data yang akan dilakukan adalah sebagai berikut:

¹⁶ Sugiyono, *Metode Penelitian Bisnis*, (Bandung: Alfabeta, 2004), 84-86.

¹⁷ Sugiyono, *Metode Penelitian Bisnis* (Bandung: Alfabeta., 2014), 142.

1. Uji Asumsi klasik
 - a. Uji MultiKorelasi

Uji multikolonieritas bertujuan untuk menguji apakah model regresi ditemukan adanya korelasi antar variable independen. Model regresi yang baik seharusnya tidak terjadi korelasi antara variable independen. Jika variable bebas (independen) saling berkorelasi, maka variable tersebut tidak membentuk variable ontogonal. Variable ontogonal adalah variable bebas yang antar nilai korelasi antar sesame variable bebas sama dengan nol. Uji multikolonieritas dapat dilihat dari nilai tolerance dan nilai variance inflation (VIF). Kedua ukuran ini menunjukkan setiap variable independen manakah yang dijelaskan oleh variable independen lainnya. Dalam pengertian sederhana setiap variable independen menjadi variable dependen (terikat) dan diregres terhadap variable independen lainnya. Tolerance mengukur variabilitas variable independen yang terpilih yang tidak dijelaskan oleh variable independen lainnya. Jadi nilai tolerance yang rendah sama dengan nilai VIF tinggi (karena $VIF = 1/tolerance$). Nilai cutoff yang umum dipakai untuk menunjukkan adanya multikolonieritas adalah nilai tolerance $\leq 0,10$ atau sama dengan nilai VIF ≥ 10 . Setiap peneliti harus menentukan tingkat kolonieritas yang masih dapat ditolerir.

- b. Uji Auto Korelasi

Selanjutnya adalah uji autokorelasi, yaitu pengujian yang bertujuan untuk membuktikan bahwa suatu model regresi tidak terjadi korelasi antar kesalahan pengganggu pada periode t dengan kesalahan pada periode $t-1$ (sebelumnya). Karena jika dalam suatu model regresi terjadi korelasi, maka model tersebut ada problem autokorelasi.

Dan itu disebabkan karena observasi yang berurutan sepanjang waktu berkaitan satu sama lain. Masalah ini timbul karena residual (kesalahan pengganggu) tidak bebas dari satu observasi ke observasi lainnya. Hal ini sering ditemukan pada data runtut waktu (*time series*) karena gangguan pada seseorang mempengaruhi gangguan pada seseorang yang sama pada periode berikutnya. Dalam hal ini dapat digunakan uji Durbin-Watson (DW test) untuk dapat

mengetahui ada atau tidaknya korelasi dalam suatu model regresi. Pengambilan keputusan ada tidaknya autokorelasi:¹⁸

Tabel 3.3
Pengambilan Keputusan Autokorelasi

Hipotesis nol	Keputusan	Jika
Tidak ada autokorelasi positif	Tolak	$0 < d < dl$
Tidak ada autokorelasi positif	No decision	$dl \leq d \leq du$
Tidak ada korelasi negatif	Tolak	$4 - dl < d < 4$
Tidak ada korelasi negatif	No decision	$4 - du \leq d \leq 4 - dl$
Tidak ada autokorelasi, positif atau negative	Tidak ditolak	$du < d < 4 - du$

c. Uji Heteroskedastisitas

Uji heteroskedastisitas bertujuan menguji apakah dalam model regresi terjadi ketidaksamaan variance dari residual satu pengamatan ke pengamatan yang lain. Jika variance dari residual satu pengamatan ke pengamatan lain tetap, maka disebut homoskedastisitas dan jika berbeda disebut heteroskedastisitas. Model regresi yang baik adalah yang homoskedastisitas atau tidak terjadi heteroskedastisitas. Kebanyakan data crosssection mengandung situasi heteroskedastisitas karena data ini menghimpun data yang mewakili berbagai ukuran (kecil, sedang, dan besar). Untuk mendeteksi ada atau tidaknya heteroskedastisitas dapat dilihat pada grafik scatterplot antara SRESID dan ZPRED dimana sumbu Y adalah Y yang diprediksi, dan sumbu X adalah residual (Y prediksi – Y sesungguhnya) yang telah di-studentized. Jika pada grafik tidak ada pola yang jelas serta titik-titik menyebar diatas dan dibawah sumbu 0 (nol) pada sumbu Y, maka tidak terjadi heteroskedastisitas dalam satu model regresi.

d. Uji Normalitas

Uji normalitas bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi, variable pengganggu atau residual memiliki distribusi normal. Seperti diketahui bahwa uji t dan F mengasumsikan bahwa nilai residual mengikuti distribusi normal. Kalau asumsi ini dilanggar maka uji statistic menjadi tidak valid untuk jumlah sampel kecil. Persamaan regresi dikatakan baik apabila mempunyai data variable bebas dan varabel terikat berdistribusi mendekati normal atau tidak dapat dilakukan dengan cara:

¹⁸ Imam, *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS 21*, 107-108.

1. Melihat histogram yang membandingkan antara data observasi dengan distribusi yang mendekati distribusi normal.
 2. Dengan melihat normal probability plot yang membandingkan distribusi kumulatif dari distribusi normal. Jika distribus adalah normal, maka garis yang menggambarkan data sesungguhnya akan mengikuti garis diagonalnya.
- e. Analisis Regresi Berganda

Analisis Regresi Linier Berganda digunakan untuk membangun persamaan dan menggunakan persamaan tersebut untuk membantu perkiraan. Dengan demikian, analisis regresi sering disebut analisis prediksi. Oleh karena merupakan prediksi maka nilai prediksi tidak selalu tepat dengan nilai riilnya.¹⁹ Uji regresi linier berganda biasanya berhubungan antara variabel dependen dengan variabel independen. Pada penelitian ini yaitu untuk mengetahui seberapa besar pengaruh *pemasaran* (X_1), harga (X_2), terhadap minat beli (Y). Adapun persamaan regresi linier berganda dapat dicari dengan rumus:

$$Y = a + b_1X_1 + b_2X_2 + e$$

Keterangan:

Y = Keputusan Pembelian

a = Konstanta

b_1 = Koefisien regresi pemasaran dengan minat beli

b_2 = Koefisien regresi harga dengan minat beli

X_1 = Pemasaran

X_2 = Harga

e = Standar eror

- f. Analisis Koefisien Determinasi (R^2)

Koefisien determinasi (R^2) digunakan untuk mengetahui prosentase sumbangan pengaruh variabel independen secara serentak terhadap variabel dependen. Bila (R^2) mendekati angka satu maka dapat dikatakan bahwa sumbangan dari variabel bebas terhadap varial terikat semakin besar. Hal ini berarti model yang digunakan semakin kuat untuk menerangkan variasi variabel terikat.²⁰

¹⁹ Suliyanto, *Metode Riset Bisnis* (Yogyakarta: ANDI, 2009), 197.

²⁰ Duwi Priyatno, *Paham Analisis Statistik Data Dengan SPSS* (Yogyakarta: MediaKom, 2010), 66.

g. Uji-T (Parsial)

Uji-T (parsial) digunakan dengan lebih dulu menghitung koefien-t menggunakan rumus t-hitung. Angkat selanjutnya dikonfirmasi dengan t-tabel pada derajat kebebasan dan taraf kesalahan tertentu.²¹ Untuk mengetahui apakah dalam model regresi variabel bebas secara parsial berpengaruh secara signifikan terhadap variabel dependen. Pengujian dilakukan dengan langkah-langkah sebagai berikut:

a. Menentukan hipotesis

H_0 : secara parsial tidak ada pengaruh antara variabel independen (X) dengan variabel dependen (Y)

H_a : secara parsial ada pengaruh antara variabel independen (X) dengan variabel dependen (Y)

b. Menentukan tingkat signifikansi

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

c. Kriteria pengujian

H_0 : diterima jika $t\text{-tabel} \leq t\text{-hitung} \leq t\text{-tabel}$

H_a : ditolak jika $t\text{-hitung} < t\text{-tabel}$ atau $t\text{-hitung} > t\text{-tabel}$.²²

h. Uji Signifikansi Simultan (Uji F)

Uji ini dilakukan untuk mengetahui apakah variable independen (X_1, X_2) secara bersama-sama berpengaruh secara signifikan terhadap variable dependen (Y). Tahap-tahap untuk melakukan uji F, yaitu:

a. Menentukan hipotesis

H_0 : secara simultan tidak ada pengaruh antara variabel independen (X) dengan variabel dependen (Y).

H_a : secara simultan ada pengaruh antara variabel independen (X) dengan variabel dependen (Y).

b. Menentukan tingkat signifikansi

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

c. Kriteria pengujian

H_0 : diterima bila $F\text{ hitung} \leq F\text{ tabel}$

H_a : ditolak bila $F\text{ hitung} > F\text{ tabel}$.²³

²¹ Purwanto, *Metodologi Penelitian Kuantitatif untuk Psikologi dan Pendidikan* (Yogyakarta: Pustaka Pelajar, 2012), 296

²² Duwi Priyatno, *Paham Analisis Statistik Data Dengan SPSS* (Yogyakarta: MediaKom, 2010), 68-69.

²³ Duwi Priyatno, *Faham Analisis Statistik Data Dengan SPSS* (Yogyakarta: MediaKom, 2010), 67.