

BAB III METODE PENELITIAN

A. Jenis dan Pendekatan Penelitian

Penelitian ini menggunakan jenis penelitian lapangan (*field research*), yaitu jenis penelitian yang dilakukan secara langsung ketika peneliti berada di lapangan dalam rangka untuk memperoleh informasi yang dibutuhkan dari responden guna mendukung sebagai data penelitian yang akurat.¹ Dalam penelitian ini, akan diamati apakah terdapat pengaruh antar variabel *shopping lifestyle* dan *fashion involvement* terhadap *impulse buying* produk fashion pada mahasiswi aktif Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Kudus Tahun 2019-2023.

Penelitian ini menggunakan pendekatan penelitian kuantitatif. Penelitian kuantitatif merupakan penelitian yang bekerja dengan angka, yang datanya berwujud bilangan (skor atau nilai, peringkat atau frekuensi) yang dianalisis dengan menggunakan statistik untuk menjawab pertanyaan atau hipotesis penelitian yang sifatnya spesifik dan untuk memprediksi bahwa variabel tertentu mempengaruhi variabel yang lain dengan sampel yang harus representatif (mewakili) sebagai syarat utamanya.² Subjek penelitian ini *shopping lifestyle* dan *fashion involvement* terhadap *impulse buying* produk fashion pada mahasiswi aktif Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Kudus Tahun 2019-2023.

B. Setting Penelitian

Objek penelitian dilakukan pada mahasiswi aktif fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Kudus angkatan 2019-2023. Pada fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam terdapat 5 program studi yaitu Ekonomi Syariah, Manajemen Bisnis Syariah, Manajemen Zakat dan Wakaf, Perbankan Syariah, dan Akuntansi Syariah. Mengenai waktu penelitian dimulai sejak 9 November 2023 sampai selesai.

C. Populasi dan Sampel

1. Populasi

Populasi merupakan wilayah generalisasi yang terdiri dari objek atau subjek yang memiliki kualitas dan karakteristik tertentu

¹ Marzuki, *Metodologi Riset: Panduan Penelitian Bidang Bisnis Dan Sosial*, (Yogyakarta: Ekonisia, 2005), 14.

² Masrukhin, *Metodologi Penelitian Kuantitatif*, (Kudus: Buku Baros, 2009), 7.

yang telah ditetapkan peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya.³ Populasi dalam penelitian ini adalah mahasiswi Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Institut Agama Islam Negeri Kudus angkatan 2019-2023 yang berjumlah 2.110 mahasiswi.

Tabel 3.1
Data Jumlah Mahasiswi FEBI IAIN Kudus Angkatan 2019-2023

Program Studi	Angkatan					Jumlah
	2019	2020	2021	2022	2023	
Ekonomi Syariah	93	100	101	103	106	503
Manajemen Bisnis Syariah	89	90	106	93	110	488
Manajemen Zakat Wakaf	26	42	28	27	30	153
Perbankan Syariah	46	115	111	101	121	494
Akuntansi Syariah	59	108	109	76	120	472
Total						2.110

Sumber: Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Kudus

2. Sampel

Sampel merupakan bagian dari populasi yang memiliki ciri-ciri atau kondisi tertentu yang akan diteliti. Atau sampel dapat dikatakan sebagai anggota populasi yang terpilih dengan menggunakan prosedur tertentu sehingga diharapkan mampu mewakili populasi.⁴ Metode yang digunakan dalam penentuan sampel pada penelitian ini yaitu *probability sampling*, dengan metode *simple random sampling*. *Simple random sampling* adalah teknik pengambilan sampel secara random atau acak.⁵ Sampel yang digunakan dalam penelitian ini adalah mahasiswi fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Kudus angkatan 2019-2023 dengan kriteria sebagai berikut :

- 1) Jenis kelamin Perempuan.
- 2) Usia 18 tahun ke atas karena pada usia tersebut dianggap dewasa dan mampu mengambil sebuah keputusan pembelian yang baik.

³ Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif Dan R&D* (Bandung: Alfabeta, 2013), 13.

⁴ Nanang Martono, *Metode Penelitian Kuantitatif: Analisis Isi dan Analisis Data Sekunder* (Jakarta: PT Raja Grafindo Persada, 2014), 76-77.

⁵ Deni Darmawan, *Metode Penelitian Kuantitatif* (Bandung: PT Remaja Rosdakarya, 2016), 146-147.

- 3) Merupakan mahasiswi yang pernah melakukan pembelian produk fashion 2 kali dalam 1 bulan.

Jumlah sampel yang diambil dalam penelitian ini menggunakan rumus *Isaac* dan *Michael*, hal ini dikarenakan jumlah populasi diketahui yaitu sebesar 2.110 mahasiswi. Rumusnya sebagai berikut :⁶

$$s = \frac{\lambda^2 \cdot N \cdot P \cdot Q}{d^2 \cdot (N - 1) + \lambda^2 \cdot P \cdot Q}$$

Keterangan :

s = jumlah sampel

λ^2 = nilai *chi kuadrat* dari derajat kebebasan dan taraf kesalahan dapat dilihat pada tabel nilai-nilai *chi kuadrat*. Untuk derajat kebebasan (dk) = 1 dan taraf kesalahan 10% (*confidence level*) = 2,706 (dalam perhitungan tidak dikuadratkan).

N = jumlah populasi

P = peluang benar (0,5)

Q = peluang salah (0,5)

d = perbedaan antara rata-rata populasi dengan rata-rata sampel (*sampling error*) 5% atau 0,05.

Berdasarkan rumus tersebut, maka jumlah sampel yang akan diambil adalah:

$$s = \frac{2,706 \times 2.110 \times 0,5 \times 0,5}{0,05^2 \times (2.110 - 1) + 2,706 \times 0,5 \times 0,5}$$

$$s = \frac{1400,355}{5,1725 + 0,676}$$

$$s = \frac{1400,355}{5,849}$$

$$s = 239,4$$

Berdasarkan hasil diatas 239,4 merupakan pecahan dan menurut Sugiyono pada perhitungan yang menghasilkan pecahan (terdapat koma) sebaiknya dibulatkan ke atas. Sehingga jumlah sampel dalam penelitian ini adalah 240 responden.

D. Desain dan Definisi Operasional Variabel

1. Desain Variabel

Variabel dapat dipahami sebagai objek atau atribut seseorang yang memiliki variasi tertentu yang ditunjuk oleh

⁶ Fajri Ismail, *Statistika Untuk Penelitian Pendidikan Dan Ilmu-Ilmu Sosial* (Jakarta: Kencana, 2018), 48.

peneliti untuk dipelajari dan ditarik kesimpulannya.⁷ Variabel dalam penelitian ini menggunakan dua variabel yaitu :

a. Variabel Bebas (*Independent Variable*)

Variabel independen disebut sebagai variabel stimulus, *predictor, antecedent* yang merupakan variabel yang mempengaruhi atau yang menjadi sebab perubahan atau timbulnya variabel dependen (terikat).⁸ Variabel bebas yang digunakan dalam penelitian ini adalah *shopping lifestyle* (X1) dan *fashion involvement* (X2).

b. Variabel Terikat (*Dependent Variable*)

Variabel dependen merupakan variabel yang diakibatkan atau dipengaruhi oleh variabel independent atau variabel bebas. Selain itu, variabel dependen digunakan untuk mengukur seberapa besar pengaruh atau efek pada variabel lain.⁹ Sehingga dalam penelitian ini yang digunakan sebagai variabel terikat adalah *impulse buying*.

2. Definisi Operasional Variabel

Definisi operasional adalah batasan atau spesifikasi variabel penelitian yang secara khusus berkaitan dengan realitas yang diukur dan bersifat indikasi dari apa yang akan diamati dalam penelitian.¹⁰ Definisi operasional dari variabel penelitian ini adalah sebagai berikut :

Tabel 3.2 Definisi Operasional Variabel

Variabel	Definisi	Indikator	Skala
<i>Shopping Lifestyle</i> (X1)	<i>Shopping lifestyle</i> merupakan gaya hidup yang mengacu pada bagaimana seseorang hidup, bagaimana mereka menghabiskan waktu, uang, aktivitas pembelian, dan sikap serta persepsi mereka	1. Menanggapi untuk membeli setiap tawaran iklan mengenai produk <i>fashion</i> 2. Membeli pakaian model terbaru ketika melihatnya 3. Berbelanja merek atau brand yang	Likert

⁷ Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif Dan R&D*, 38.

⁸ Masyuri Machfudz, *Metodologi Penelitian Ekonomi* (Malang: Genius Media, 2014), 60.

⁹ Martono, *Metode Penelitian Kuantitatif: Analisis Isi dan Analisis Data Sekunder*, 61.

¹⁰ A. Azwar, *Pengantar Epidemiology* (Jakarta: Binarupa Aksara, 2002), 65.

	tentang dunia dimana mereka tinggal. ¹¹	<p>paling terkenal</p> <ol style="list-style-type: none"> 4. Yakin bahwa merek atau brand terkenal yang dibeli terbaik dalam hal kualitas 5. Sering membeli berbagai merek dari pada merek yang biasa dibeli 6. Yakin ada dari merek lain yang memiliki kualitas yang sama 	
<i>Fashion Involvement</i> (X2)	Dalam pemasaran <i>fashion, fashion involvement</i> mengacu pada ketertarikan terhadap produk <i>fashion</i> , seperti pakaian. ¹²	<ol style="list-style-type: none"> 1. Mempunyai satu atau lebih pakaian dengan model terbaru 2. Fashion adalah salah satu hal penting yang mendukung aktivitas 3. Lebih suka apabila model pakaian yang digunakan berbeda dengan yang lain 4. Pakaian dapat menunjukkan karakteristik seseorang 5. Ketika memakai pakaian favorit, membuat orang lain tertarik melihatnya 	Likert
<i>Impulse Buying</i> (Y)	<i>Impulse buying</i> merupakan perilaku pembelian yang tidak direncanakan yang dilakukan dengan sedikit atau tanpa	<ol style="list-style-type: none"> 1. Pembelian spontan 2. Pembelian tanpa berpikir panjang 3. Pembelian terburu-buru 4. Pembelian 	Likert

¹¹ Budiman et al., "Pengaruh *Shopping Lifestyle, Fashion Involvement, Dan Hedonic Shopping Motivation* Terhadap *Impulse Buying Behaviour* (Survey Pada Konsumen PT. Matahari Departement Store Mega Mall Manado)."

¹² Japariato dan Sugiharto, "Pengaruh *Shopping Life Style dan Fashion Involvement* Terhadap *Impulse Buying Behavior* Masyarakat High Income Surabaya."

	pertimbangan, terdiri dari peran penting dan didorong oleh desakan tak tertahankan untuk membeli. ¹³	dipengaruhi keadaan emosional	
--	-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------	-------------------------------	--

E. Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data dapat dipahami sebagai cara, metode atau proses yang dipilih dan digunakan oleh peneliti untuk memperoleh data penelitian secara akurat.¹⁴ Metode yang digunakan untuk pengumpulan data dalam penelitian ini adalah metode kuesioner atau angket. Metode kuesioner adalah metode pengumpulan data yang dilakukan dengan cara memberikan seperangkat pertanyaan atau pernyataan kepada orang lain yang dijadikan responden untuk dijawabnya.¹⁵ Terdapat dua jenis kuesioner, yaitu tertutup dan terbuka.¹⁶ Kuesioner yang digunakan dalam penelitian ini adalah kuesioner tertutup dimana pertanyaan yang diberikan telah disediakan jawabannya oleh peneliti, sehingga responden hanya memilih dan menjawab secara langsung.

Penelitian ini menggunakan skala likert dalam melakukan pengukuran setiap indikator variabel. Skala likert adalah skala untuk menganalisis pendapat, persepsi dan sikap seseorang mengenai suatu objek atau fenomena tertentu.¹⁷ Berbagai pertanyaan dalam kuesioner terdapat skala likert yang memiliki skor satu hingga lima, dan memiliki kriteria sebagai berikut:

Tabel 3.3 Skala Likert

No.	Keterangan	Skor
1.	Sangat Setuju (SS)	5
2.	Setuju (S)	4
3.	Netral (N)	3
4.	Tidak Setuju (TS)	2
5.	Sangat Tidak Setuju (STS)	1

¹³ Aqmarina dan Wahyuni, "Pengaruh *Motivasi Hedonic Shopping* dan Adiksi Internet Terhadap *Online Impulse Buying*."

¹⁴ Evanirosa, *et al.*, *Metode Penelitian Kepustakaan (Library Research)* (Bandung: Media Sains Indonesia, 2022), 101.

¹⁵ Romansyah Sahabuddin, *et al.*, *Pengantar Statistika* (Makassar: Liyan Pustaka Ide, 2021), 50.

¹⁶ Sugiyono, *Metode Penelitian (Pendidikan Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, Dan R&D)* (Bandung: Alfabeta, 2008), 142.

¹⁷ Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif Dan R&D*, 146.

F. Teknik Analisis Data

Metode analisis data merupakan metode yang digunakan untuk mengolah hasil penelitian untuk mendapatkan kesimpulan.¹⁸ Adapun rangkaian analisis data dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Uji Instrumen Data

a. Uji Validitas

Uji validitas merupakan percobaan yang dilakukan untuk membuktikan seberapa jauh sebuah alat ukur dapat mengukur apa yang akan diukur.¹⁹ Uji validitas digunakan untuk memperkirakan valid atau tidaknya suatu pertanyaan. Kuesioner dapat dikatakan valid apabila pertanyaan tersebut dapat mengutarakan sesuatu yang akan diukur dengan kuesioner. Kriteria penilaian uji validitas yaitu:

1. Jika nilai r hitung $>$ r tabel, atau nilai p -value $<$ nilai α (0,05), artinya item pertanyaan atau pernyataan pada instrumen dikatakan valid.
2. Jika nilai r hitung $<$ r tabel, atau nilai p -value $>$ nilai α (0,05), artinya item pertanyaan atau pernyataan pada instrumen dikatakan tidak valid.²⁰

b. Uji Reliabilitas

Reliabilitas adalah alat untuk mengukur kuesioner yang merupakan indikator dari variabel. Kuesioner dapat dikatakan reliabel atau handal jika responden terhadap pertanyaan konsisten atau stabil dari waktu ke waktu. Suatu konstruk atau variabel dapat dikatakan reliabel jika nilai *Cronbach alpha* $>$ 0,60.²¹ Uji reliabilitas dalam penelitian ini menggunakan rumus *Cronbach alpha* yang bertujuan untuk mengetahui tingkat reliabilitas instrumen dari variabel penelitian jika hasil uji reliabilitas menghasilkan nilai $\alpha >$ 0,60.

¹⁸ Suharsimi Arikunto, *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktik* (Jakarta: PT. Rineka Putra, 2014), 235.

¹⁹ Syahrudin dan Salim, *Metodologi Penelitian Kuantitatif* (Bandung: Citapustaka Media, 2014), 133.

²⁰ Imam Machali, *Metode Penelitian Kuantitatif Panduan Praktis Merencanakan, Melaksanakan, Dan Analisis Dalam Penelitian Kuantitatif* (Yogyakarta: Program Studi Manajemen Pendidikan Islam Fakultas Ilmu Tarbiyah dan Keguruan UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta, 2017), 71.

²¹ Imam Ghozali, *Aplikasi Analisis Manajemen Dengan Program IBM SPSS 21* (Semarang: Badan Penerbit Undip, 2005), 41-42.

2. Uji Asumsi Klasik

a. Uji Normalitas

Uji normalitas dilakukan untuk melihat apakah nilai residual terdistribusi normal atau tidak. Model regresi yang baik ialah memiliki nilai residual yang terdistribusi normal. Sehingga uji normalitas tidak dilakukan pada masing-masing variabel tetapi pada nilai residualnya.²²

Kriteria pengujian normalitas adalah sebagai berikut:

1. Jika angka signifikansi (SIG) $> 0,05$, maka data berdistribusi normal.
2. Jika angka signifikansi (SIG) $< 0,05$, maka data berdistribusi tidak normal.²³

Uji normalitas umumnya dilakukan menggunakan uji Kolmogorov Smirnov. Konsep dasar uji normalitas Kolmogorov Smirnow adalah dengan membandingkan distribusi data (yang akan diuji normalitasnya) dengan distribusi normal baku. Distribusi normal baku adalah data yang telah ditransformasikan ke dalam bentuk *Z-Score* dan diasumsikan normal. Dengan demikian, uji Kolmogorov Smirnov adalah uji beda antara data yang diuji normalitasnya dengan data normal baku.²⁴

b. Uji Multikolinieritas

Uji multikolinieritas digunakan untuk menguji apakah terdapat korelasi yang tinggi atau sempurna antara variabel independen dalam model regresi. Dalam multi regresi yang baik seharusnya tidak terjadi adanya korelasi antara variabel bebas. Jika variabel bebas saling berkorelasi maka variabel dalam penelitian ini tidak orthogonal (variabel bebas yang nilai korelasi antar sesamanya sama dengan nol).

Dalam penelitian ini teknik untuk mendeteksi ada tidaknya multikolinieritas di dalam model regresi dapat dilihat melalui nilai *Tolerance* dan *Variance Inflation Factor* (VIF). *Tolerance* yaitu untuk mengukur variabilitas variabel bebas yang terpilih dan tidak dijelaskan untuk variabel bebas lainnya. Jika nilai *tolerance* yang rendah sama dengan nilai VIF yang tinggi karena $VIF = 1 / Tolerance$. Asumsi

²² Albert Kurniawan, *Metode Riset Untuk Ekonomi Dan Bisnis Teori, Konsep Dan Praktik Penelitian Bisnis (Dilengkapi Perhitungan Pengolahan Data Dengan IBM SPSS 22.0)* (Bandung: Alfabeta, 2014), 156.

²³ Masrukhin, *Metodologi Penelitian Kuantitatif*, 195.

²⁴ Imam Supriadi, Rukhul Abadi, dan Rahma Ulfa Maghfiroh, *Statistika Ekonomi Dan Bisnis* (Yogyakarta: Jejak Pustaka, 2023), 376.

Tolerance dan *Variance Expansion Faktor* (VIF) dapat dinyatakan sebagai berikut:

1. Jika *Tolerance* > 0,10 dan VIF < 10, maka tidak terjadi multikolinieritas.
2. Jika *Tolerance* < 0,10 dan VIF > 10, maka terjadi multikolinieritas.²⁵

c. Uji Heteroskedastisitas

Bertujuan untuk melihat apakah terdapat ketidaksamaan *variance* dari residual satu pengamatan ke pengamatan yang lain. Model regresi yang memenuhi persyaratan adalah ketika terdapat persamaan *variance* dari residual satu pengamatan ke pengamatan yang lain tetap, atau disebut homoskedastisitas.²⁶ Dalam tes ini, kriteria ini yang akan digunakan untuk menetapkan keputusan:

1. Apabila nilai signifikansi 2-tailed variabel independen kurang dari (<) nilai 0,05 maka terjadi gejala Heteroskedastisitas.
2. Apabila nilai signifikansi 2-tailed variabel independen lebih dari (>) nilai 0,05 maka tidak terjadi gejala Heteroskedastisitas.²⁷

3. Uji Hipotesis

a. Analisis Regresi Linier Berganda

Regresi linier berganda merupakan kelanjutan dari regresi linier sederhana, dimana dalam regresi linier sederhana hanya menggunakan satu variabel bebas (X) dan satu variabel terikat (Y).²⁸ Adapun persamaan regresi linier berganda dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

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

Keterangan:

Y = *Impulse Buying*

a = Konstanta

X₁ = *Shopping Lifestyle*

²⁵ Imam Ghozali, *Model Persamaan Struktural Konsep Dan Aplikasi Dengan Program AMOS 24* (Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro, 2017), 36.

²⁶ Kurniawan, *Metode Riset Untuk Ekonomi Dan Bisnis Teori, Konsep Dan Praktik Penelitian Bisnis (Dilengkapi Perhitungan Pengolahan Data Dengan IBM SPSS 22.0)*, 158.

²⁷ Machali, *Metode Penelitian Kuantitatif Panduan Praktis Merencanakan, Melaksanakan, dan Analisis Dalam Penelitian Kuantitatif*, 97.

²⁸ Robert Kurniawan dan Budi Yuniarto, *Analisis Regresi: Dasar Dan Penerapannya Dengan R* (Jakarta: Kencana, 2016), 91.

X_2 = *Fashion Involvement*

b_1 = Koefisien regresi untuk variabel *Shopping Lifestyle*

b_2 = Koefisien regresi untuk variabel *Fashion Involvement*

e = Standar error²⁹

b. Koefisien Determinasi (R^2)

Koefisien determinasi ialah suatu nilai yang menggambarkan besarnya perubahan atau variasi dari variabel dependen bisa dijelaskan oleh perubahan atau variasi dari variabel independen. Dengan mengetahui nilai koefisien determinasi, akan dapat menjelaskan kebaikan dari model regresi dalam memprediksi variabel dependen. Semakin tinggi nilai koefisien determinasi akan semakin baik pula kemampuan variabel independen dalam menjelaskan variabel dependen.³⁰ Nilai R^2 berkisar antara 0-1.³¹

Pada kenyataannya adjusted R^2 dapat bernilai negatif, meskipun menginginkan harus bernilai positif.³² Jika R^2 bernilai 0 berarti tidak ada hubungan yang sempurna antara X dan Y atau model regresi yang berbentuk tidak tepat untuk meramalkan Y sedangkan jika R^2 bernilai 1 berarti garis regresi yang terbentuk dapat meramalkan Y secara sempurna.³³

c. Uji Statistik F

Uji statistik F digunakan untuk menunjukkan apakah variabel independen dapat secara simultan berpengaruh signifikan terhadap variabel dependen. Tingkat signifikansi dalam penelitian ini adalah 0,05 dengan ketentuan sebagai berikut:

1. Jika $f_{hitung} > f_{tabel}$ dan nilai signifikansi $< 0,05$, H_0 ditolak dan H_a diterima sehingga dapat dikatakan hipotesis diterima. Hal ini dapat diartikan bahwa variabel independen mempengaruhi variabel dependen.

²⁹ Duwi Priyatno, *Paham Analisis Statistik Data Dengan SPSS* (Yogyakarta: MediaKom, 2010), 61.

³⁰ Albert Kurniawan Purnomo, *Pengolahan Riset Ekonomi Jadi Mudah Dengan IBM SPSS*, (Surabaya: Jakad Publishing, 2019), 31.

³¹ Mudrajad Kuncoro, *Metode Kuantitatif Teori Dan Aplikasi Untuk Bisnis Dan Ekonomi*, (Yogyakarta: UPP AMP YKN, 2001), 46.

³² Ghazali, *Aplikasi Analisis Manajemen Dengan Program IBM SPSS 21*, hal 96.

³³ Dergibson Siagian dan Sugiarto, *Metode Statistika Untuk Bisnis Dan Ekonomi* (Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama, 2006), 260.

2. Jika $f_{hitung} < f_{tabel}$ dan nilai signifikansi $> 0,05$, H_0 diterima dan H_a ditolak sehingga dapat dikatakan hipotesis ditolak. Hal ini dapat diartikan bahwa variabel independen tidak mempengaruhi variabel dependen.³⁴

d. Uji Statistik T

Uji statistik T digunakan untuk mengetahui sejauh mana pengaruh dari variabel independen yang secara parsial mampu mempengaruhi variabel dependen. Tingkat signifikansi dalam penelitian ini adalah 0,05 dengan ketentuan sebagai berikut:

1. Jika $t_{hitung} > t_{tabel}$ dan nilai signifikansi $< 0,05$, H_0 ditolak dan H_a diterima sehingga dapat dikatakan hipotesis diterima. Hal ini dapat diartikan bahwa secara parsial variabel independen mempengaruhi variabel dependen.
2. Jika $t_{hitung} < t_{tabel}$ dan nilai signifikansi $> 0,05$, H_0 diterima dan H_a ditolak sehingga dapat dikatakan hipotesis diterima. Hal ini dapat diartikan bahwa secara parsial variabel independen tidak mempengaruhi variabel dependen.³⁵

³⁴ Priyatno, *Paham Analisis Statistik Data Dengan SPSS*, 67.

³⁵ Priyatno, *Paham Analisis Statistik Data Dengan SPSS*, 68.