

BAB III

METODE PENELITIAN

A. Jenis dan Pendekatan Penelitian

Penelitian ini menggunakan jenis penelitian *field research* yaitu pengumpulan data dan informasi yang bersumber dari lapangan atau objeknya.¹ Dalam penelitian ini peneliti melakukan studi langsung ke lapangan untuk memperoleh data yang kongkrit tentang “*Brand Image*, Iklan, dan Label Halal dalam mempengaruhi Terhadap Keputusan Pembelian Kosmetik Sariayu”.

Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif yaitu digunakan untuk meneliti pada populasi atau sampel tertentu, pengumpulan data menggunakan instrumen penelitian, analisis data bersifat kuantitatif/statistik, dengan tujuan untuk menguji hipotesis yang telah ditetapkan.²

B. Sumber Data

Data (tunggal dan umum) adalah bahan keterangan tentang suatu objek penelitian yang diperoleh dilokasi penelitian.³ Sumber data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data primer.

1. Data primer

Data primer atau data tangan pertama adalah data yang diperoleh langsung dari subjek penelitian dengan mengenakan alat pengukuran atau alat pengambilan data langsung pada subjek sebagai sumber informasi yang dicari.⁴ Data primer ini diperoleh dari jawaban para responden terhadap rangkaian pertanyaan yang digunakan oleh peneliti, yang berisi tentang *brand image* (citra merek), iklan, label halal, dan keputusan pembelian.

¹ Hadari Nawawi dan Mimi Martini, *Penelitian Terapan*, Gajah Mada University Press, Yogyakarta, 2005, hlm. 24.

² Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D*, Alfabeta, Bandung, 2015, hlm. 8.

³ Burhan Bungin, *Metode Penelitian Kuantitatif*, Kencana, Jakarta, 2005, Hlm.129

⁴ Saifuddin Azwar, *Metode Penelitian, Pustaka Pelajar*, Yogyakarta, 2004, hlm. 91.

C. Populasi dan Sampel

1. Populasi

Populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri atas obyek/subyek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya. Jadi populasi bukan hanya orang, tetapi juga obyek dan benda-benda alam yang lain. Bukan pula jumlah, tetapi meliputi seluruh karakteristik yang dimiliki oleh subyek atau obyek itu.⁵ Adapun populasi dalam penelitian ini adalah seluruh konsumen pengguna kosmetik di Desa Alasdowo yang jumlahnya tidak terhitung sehingga jumlah populasinya tidak terbatas.

2. Sampel

Sampel adalah bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi tersebut.⁶ Untuk menentukan ukuran sampel yang akan diambil dalam penelitian ini berdasarkan pandangan Isac Michel dengan rumus sebagai berikut :⁷

$$n = \frac{(Z_{\alpha/2})^2 p \cdot q}{e^2}$$

Dimana:

n : ukuran sampel

p : proporsi populasi

q : 1-p

Z : tingkat kepercayaan/ signifikasi

e : *margin of error*

Berdasarkan besarnya populasi di atas, maka besarnya sampel dalam penelitian ini adalah:

$$\begin{aligned} n &= \frac{(1.96)^2 (0.5)(0.5)}{(0.1)^2} \\ &= 96.04 \end{aligned}$$

⁵ Sugiyono, *Metode Penelitian Bisnis*, Alfabeta, Bandung, 2014, Hlm. 115

⁶ *Ibid*; hlm. 116

⁷ Sofian Siregar, *Statistik Parametrik untuk Penelitian Kuantitatif*, Bumi Aksara, Jakarta, 2014, hlm. 61

Berdasarkan hasil perhitungan di atas, diperoleh besarnya sampel sebanyak 96.04 dan kemudian dibulatkan menjadi 100 responden.

Teknik sampling yang digunakan dalam penelitian ini adalah *Non-Probability Sampling* dengan teknik *Sampling Insidental* yaitu teknik pengambilan sampel berdasarkan kebetulan, yaitu siapa saja yang secara kebetulan/insidental bertemu dengan peneliti dapat digunakan sebagai sampel, bila dipandang orang kebetulan ditemui cocok sebagai sumber data.⁸

D. Tata Variable Penelitian

Variable penelitian adalah suatu atribut atau sifat atau nilai dari orang, obyek atau kegiatan yang mempunyai variasi tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan ditarik kesimpulannya. Adapun variable dalam penelitian ini adalah :⁹

1. Variable Independen atau Variable Bebas (X)

Variable bebas adalah merupakan variable yang mempengaruhi atau yang menjadi sebab perubahannya atau timbulnya variable dependen (terikat). Dalam penelitian ini yang menjadi variable independen adalah iklan (X_1), brand image (citra merek) (X_2), dan label halal (X_3).

2. Variable Dependen atau Variable Terikat (Y)

Variable terikat merupakan variable yang dipengaruhi atau yang menjadi akibat karena adanya variable bebas. Variable dependen dalam penelitian ini adalah keputusan konsumen (Y).

E. Definisi Operasional

Variable	Definisi Operasional	Dimensi	Indikator	Referensi
<i>Brand Image</i> (Citra Merek)	Citra adalah kesan yang diperoleh sesuai dengan	- Kepercayaan Konsumen	- <i>Brand Reputation</i> (reputasi merek) - <i>Brand Predictability</i>	Endang Tjahjaningsih Dan Maurine Yuliani

⁸ Sugiyono, *Op.Cit*; hlm 122

⁹ *Ibid*; Hlm 59

(X ₁)	pengetahuan dan pengalaman seseorang terhadap sesuatu. Berkaitan dengan kepercayaan konsumen terhadap suatu merek.		(merek dapat diramalkan) - <i>Brand Competence</i> (kompetensi merek)	“Analisis Kualitas Produk dan Citra Merek Dalam Mempengaruhi Keputusan Pembelian dan Dampaknya Terhadap Loyalitas Merek HP Nokia” Telaah Manajemen, Vol. 6 Edisi 2, 2009
Iklan (X ₂)	Segala bentuk presentasi non-pribadi dan promosi gagasan, barang, atau jasa oleh sponsor tertentu yang harus dibayar.	- Daya tarik iklan - Frekuensi penayangan iklan	- Memberikan informasi - Mengkomunikasikan nilai lebih yang dimiliki suatu produk - Mendorong terjadinya keputusan untuk membeli suatu produk	E. Desi Arista dan Sri Rahayu Triastuti “Analisis Pengaruh Iklan, Kepercayaan Merek, dan Citra Merek Terhadap Minat Beli Konsumen”, Asset Vol. 13 No. 1, 2011
Label Halal (X ₃)	Menurut Departemen Agama yang dimuat dalam KEPMENAG RI No 518 Tahun 2001 tentang pemeriksaan dan Penetapan Pangan Halal adalah:	- Proses Produksi	- Proses Pembuatan - Bahan Baku Utama - Bahan Pembantu - Efek	Eri Gustian H. dan Sujana “Pengaruh Labelisasi Halal Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Studi Kasus Pada Produk Wall’s

	“...tidak mengandung unsur atau bahan haram atau dilarang untuk dikonsumsi umat islam, dan pengolahannya tidak bertentangan dengan syariat Islam”			<i>Conello</i> ” Jurnal Ilmiah Manajemen, Vol. 1 No. 2, 2013.
Keputusan Pembelian (Y)	Tahap proses keputusan dimana konsumen secara actual melakukan pembelian produk.	- Minat beli - Pengaruh lingkungan - Kenyamanan	- Pengenalan Masalah - Pencarian Informasi - Evaluasi Alternative - Keputusan Pembelian - Tingkah Laku Setelah Pembelian	Endang Tjahjaningsih Dan Maurine Yuliani “ <i>Analisis Kualitas Produk dan Citra Merek Dalam Mempengaruhi Keputusan Pembelian dan Dampaknya Terhadap Loyalitas Merek HP Nokia</i> ” Telaah Manajemen, Vol. 6 Edisi 2, 2009

F. Teknik Pengumpulan Data

Metode pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut :

1. Dokumentasi

Dokumentasi berasal dari kata dokumen yang artinya barang-barang tertulis. Di dalam melaksanakan metode dokumentasi, penyidik menyelidiki benda-benda tertulis seperti buku-buku, majalah dokumen, dan sebagainya.¹⁰ Metode ini digunakan sebagai pelengkap guna memperoleh data sebagai bahan informasi yang berupa profil Desa Alasdowo, jumlah penduduk di Desa Alasdowo, serta data lain yang mendukung.

2. Kuesioner (angket)

Kuesioner merupakan teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan cara member seperangkat pertanyaan atau pernyataan tertulis kepada responden untuk dijawabnya. Kuesioner dapat berupa pertanyaan atau pernyataan tertutup atau terbuka, dapat diberikan kepada responden secara langsung atau dikirim melalui pos, atau internet.¹¹ Dalam penelitian ini angket didesain dengan pertanyaan tertutup yaitu pertanyaan yang mengharapkan jawaban singkat atau mengharapkan responden untuk memilih satu alternatif jawaban dari setiap pertanyaan yang tersedia.¹²

Penelitian ini menggunakan metode survey dengan menggunakan *skala likert*. Dengan *skala likert*, maka variabel yang akan diukur akan dijabarkan menjadi indikator variabel. Kemudian indikator tersebut dijadikan sebagai titik tolak untuk menyusun item-item instrument yang dapat berupa pernyataan atau pertanyaan. Jawaban setiap item instrumen yang menggunakan *skala likert* mempunyai gradasi dari sangat positif sampai sangat negatif, yang berupa kata-kata antara lain :

¹⁰ Suharsimi Arikunto, *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktik*, Rieneka Cipta, Jakarta, 1998, Hlm. 131

¹¹ Sugiyono, *Op.Cit*; hlm. 199

¹² Suliyanti, *Metode Riset Bisnis*, Andi Offset, Yogyakarta, 2006, Hlm.140

1. Sangat setuju = skor 4
2. Setuju = skor 3
3. Tidak setuju = skor 2
4. Sangat tidak setuju = skor 1¹³

Kuesioner dalam penelitian ini sebagai berikut :

Variabel	Indikator	Pernyataan
Brand image (X ₁)	Brand Reputation (reputasi merek)	1) Produk Sariayu memiliki reputasi baik di masyarakat 2) Merek Sariayu mudah diingat
	Brand Predictability (merek dapat diramalkan)	3) Merek Sariayu memberikan kesan positif kepada konsumen 4) Merek Sariayu mudah diucapkan
	Brand Competence (kompetensi merek)	5) Produk Sariayu dikembangkan di pabrik yang berteknologi tinggi 6) Merek Sariayu mempunyai cirri khas di setiap produknya
Iklan (X ₂)	Memberikan informasi	7) Iklan Sariayu selalu memberi informasi mengenai varian produk baru 8) Pesan yang disampaikan dalam iklan Sariayu mampu membangkitkan keinginan untuk mengetahui lebih dalam mengenai produk Sariayu
	Mengkomunikasikan nilai lebih yang dimiliki suatu produk	9) Sariayu selalu member informasi mengenai kegunaan produk barunya 10) Pesan yang disampaikan dalam iklan Sariayu mampu mempengaruhi keputusan dalam menentukan jenis produk Sariayu yang akan digunakan
	Mendorong terjadinya keputusan untuk membeli suatu produk	11) Iklan Sariayu mudah diingat 12) Iklan Sariayu sangat menarik
Label halal (X ₃)	Proses Pembuatan	13) Dalam proses pembuatan produk Sariayu tidak tercampur dengan barang haram 14) Dalam proses pembuatan produk Sariayu diproses sesuai dengan syariat Islam
	Bahan Baku Utama	15) Bahan yang digunakan pada produk Sariayu merupakan bahan-bahan yang teruji kehalalannya 16) Komposisi bahan pembuatan produk sangat jelas
	Bahan Pembantu	17) Bahan yang digunakan pada produk Sariayu

¹³Sugiyono, *Op.Cit*; hlm. 133

Keputusan pembelian (Y)		dari bahan alami 18) Produk Sariayu menggunakan bahan-bahan yang natural
	Efek	19) Produk Sariayu menggunakan bahan yang ringan sehingga aman digunakan untuk sehari-hari 20) Produk Sariayu bersifat merawat kulit
	Pengenalan Masalah	21) Anda menyadari adanya kebutuhan untuk menggunakan produk kosmetik yang berlabel halal 22) Anda menyadari adanya kebutuhan untuk menggunakan produk yang terbuat dari bahan-bahan alami
	Pencarian Informasi	23) Anda mencaritahu kehalalan produk kosmetik Sariayu dari label halal yang tercantum pada kemasan 24) Anda mencaritahu informasi tentang label halal produk kosmetik Sariayu dari teman, keluarga, iklan, dan media massa
	Evaluasi Alternatif	25) Anda berusaha memenuhi kebutuhan dengan produk kosmetik Sariayu yang berlabel halal 26) Anda mencari manfaat tertentu dari kosmetik Sariayu yang berlabel halal
	Keputusan Pembelian	27) Anda memutuskan untuk membeli produk Sariayu karena kualitas bahan yang digunakan 28) Anda memutuskan untuk menggunakan produk Sariayu karena sudah berlabel halal
	Tingkah Laku Setelah Pembelian	29) Adanya kepuasan saat dan setelah menggunakan Sariayu 30) Anda memiliki keinginan untuk membeli kembali produk kosmetik Sariayu karena tidak merusak kulit

G. Uji Validitas dan Reliabilitas Instrumen

1. Uji Validitas Instrumen

Uji validitas digunakan untuk mengukur sah atau valid tidaknya suatu kuesioner. Suatu kuesioner dikatakan valid jika pertanyaan pada kuesioner mampu untuk mengungkapkan sesuatu yang akan diukur oleh kuesioner tersebut. Mengukur validitas dapat dilakukan dengan membandingkan nilai r hitung dengan r tabel untuk *degree of freedom* (df) = $n - 2$, dalam hal ini n adalah jumlah sampel. Jika r hitung lebih besar

dari r tabel dan nilai positif maka butir atau pertanyaan atau indikator tersebut dinyatakan valid.¹⁴

2. Uji Reliabilitas Instrumen

Reliabilitas sebenarnya adalah alat untuk mengukur suatu kuesioner yang merupakan indikator dari variabel atau konstruk. Suatu kuesioner dikatakan reliabel atau handal jika jawaban seseorang terhadap pernyataan adalah konsisten atau stabil dari waktu ke waktu.

Pengukuran reliabilitas dapat dilakukan dengan program SPSS dengan menggunakan uji statistik *Cronbach Alpha*. Suatu konstruk atau variabel dikatakan reliabel jika memberikan nilai *Cronbach Alpha* > 0.60.¹⁵

H. Uji Asumsi Klasik

1. Uji Normalitas Data

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 statistik menjadi tidak valid untuk jumlah sampel kecil. Ada dua cara untuk mendeteksi apakah residual berdistribusi normal atau tidak yaitu dengan analisis grafik dan uji statistik.¹⁶

a. Analisis Grafik

Salah satu cara termudah untuk melihat normalitas residual adalah dengan melihat grafik histogram yang membandingkan antara data observasi dengan distribusi normal. Namun hal ini dapat menyesatkan khususnya untuk jumlah sampel yang kecil. Distribusi normal akan membentuk satu garis lurus diagonal, dan plotting data residual akan dibandingkan dengan garis diagonal. Jika distribusi data residual

¹⁴ Imam Ghazali, *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program SPSS*, Badan Penerbit Universitas Diponegoro, Semarang, 2006, hlm. 49

¹⁵ *Ibid*; hlm. 45-46

¹⁶ *Ibid*; hlm. 147

normal, maka garis yang menggambarkan data sesungguhnya akan mengikuti garis diagonalnya.¹⁷

Dengan melihat tampilan grafik histogram dan grafik normal Plot dapat disimpulkan bahwa grafik histogram memberikan pola distribusi yang menceng (*skewness*) ke kiri dan tidak normal. Sedangkan pada grafik normal plot terlihat titik-titik menyebar disekitar garis diagonal, serta penyebarannya agak menjauh dari garis diagonal. Kedua grafik ini menunjukkan bahwa model regresi menyalahi asumsi normalitas.

Pada prinsipnya normalitas dapat dideteksi dengan melihat penyebaran data (titik) pada sumbu diagonal dari grafik atau dengan melihat histogram dari residualnya. Dasar pengambilan keputusan:

- 1) Jika data menyebar disekitar garis diagonal dan mengikuti arah garis diagonal atau grafik histogramnya menunjukkan pola distribusi normal, maka regresi memenuhi asumsi normalitas.
- 2) Jika data menyebar jauh dari garis diagonal atau tidak mengikuti arah garis diagonal atau grafik histogram tidak menunjukkan pola distribusi normal, maka model regresi tidak memenuhi asumsi normalitas.¹⁸

b. Analisis Statistik

Uji normalitas dengan grafik dapat menyesatkan kalau tidak hati-hati secara visual kelihatan normal, padahal secara statistik bisa sebaliknya. Oleh sebab itu dianjurkan disamping uji grafik dilengkapi dengan uji statistic. Uji statistik sederhana dapat dilakukan dengan melihat nilai kurtosis dan *skewness* dari residual. Uji statistik lain yang dapat digunakan untuk menguji normalitas residual adalah dengan melihat uji statistik Non-Parametik Kolmogorov – Smirnov.¹⁹

¹⁷ *Ibid*; hlm. 147

¹⁸ *Ibid*; hlm. 149

¹⁹ *Ibid*; hlm. 149-151

2. Uji Multikolonieritas

Uji multikolonieritas bertujuan untuk menguji apakah model regresi ditemukan adanya korelasi antar variabel bebas (independen). Jika variabel independen saling berkorelasi, maka variabel-variabel ini tidak ortogonal. Variabel ortogonal adalah variabel independen yang nilai korelasi antar sesama variabel independen sama dengan nol.

Multikolonieritas dapat dilihat dari nilai toleransi dan lawannya, dan *variance inflation factor* (VIF). Kedua ukuran ini menunjukkan setiap variabel independen manakah yang dijelaskan oleh variabel independen lainnya. Toleransi mengukur variabilitas variabel independen yang terpilih yang tidak dijelaskan oleh variabel independen lainnya. Jadi nilai toleransi yang rendah sama dengan nilai VIF yang tinggi (karena $VIF = 1/\text{Toleransi}$). Nilai *cutoff* yang umum dipakai untuk menunjukkan adanya multikolonieritas adalah nilai Toleransi ≤ 0.10 atau sama dengan nilai VIF ≥ 10 . Walaupun multikolonieritas dapat dideteksi dengan nilai Toleransi dan VIF, tetapi kita masih tetap tidak mengetahui variabel-variabel mana sajakah yang saling berkorelasi.²⁰

3. Uji Heteroskedastisitas

Uji heteroskedastisitas bertujuan menguji apakah dalam model regresi terjadi ketidaksamaan varian dari residual satu pengamatan ke pengamatan yang lain. Jika varian 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 *crossection* mengandung situasi heteroskedastisitas karena data ini menghimpun data yang mewakili berbagai ukuran (kecil, sedang, dan besar).

Deteksi ada tidaknya heteroskedastisitas dapat dilakukan dengan melihat ada tidaknya pola tertentu pada grafik *scatterplot* antara SRESID

²⁰ *Ibid*; hlm. 95-96

dan ZPRED dimana sumbu Y adalah Y yang telah diprediksi, dan sumbu X adalah residual ($Y \text{ prediksi} - Y \text{ sesungguhnya}$) yang telah di-*studentized*.

Dasar analisis :

- a. Jika ada pola tertentu seperti titik-titik yang ada membentuk pola tertentu yang teratur (bergelombang, melebar kemudian menyempit), maka mengindikasikan telah terjadi heteroskedastisitas.
- b. Jika tidak ada pola yang jelas serta titik titik menyebar di atas dan di bawah angka 0 pada sumbu Y, maka tidak terjadi heteroskedastisitas.²¹

I. Analisis Data dan Pengujian Hipotesis

1. Teknik Analisis Data

a. Analisis Regresi Linear Berganda

Analisis regresi linear berganda adalah hubungan secara linear antara dua atau lebih variabel independen dengan variabel dependen. Analisis ini untuk memprediksi nilai dari variabel dependen. Apabila nilai variabel independen mengalami kenaikan atau penurunan dan untuk mengetahui arah hubungan antara variabel independen dengan variabel dependen apakah masing-masing variabel independen berhubungan positif atau negatif.²² Rumusnya adalah sebagai berikut :

$$Y = a + b_1 X_1 + b_2 X_2 + \dots + b_n X_n$$

Dimana :

Y = Variabel dependen (nilai yang diprediksi)

X_1, X_2, X_n = Variabel independen

a = Konstanta

b_1, b_2, b_n = Koefisien Regresi (nilai peningkatan atau penurunan).

b. Menghitung Koefisien Determinasi (R^2)

Analisis determinasi digunakan untuk mengetahui prosentase sumbangan pengaruh variabel independen ($X_1, X_2, \dots, X_n$) secara

²¹ Ibid; hlm 125-126

²² Duwi Priyatno, *Paham Analisis Statistik Data dengan SPSS*, PT Buku Seru, Jakarta, 2010, .Hlm. 61.

serentak terhadap variabel dependen (Y). Nilai koefisien determinasi antara nol dan satu ($0 < R^2 < 1$). R^2 sama dengan 0, maka tidak ada sedikitpun prosentase sumbangan pengaruh yang diberikan variabel independen terhadap variabel dependen, atau variabel independen yang digunakan dalam model tidak menjelaskan sedikitpun variasi variabel dependen. Sebaliknya R^2 sama dengan 1, maka presentase sumbangan pengaruh yang diberikan variabel independen terhadap variabel dependen adalah sempurna, atau variasi variabel independen yang digunakan dalam model menjelaskan 100% variasi variabel dependen. Nilai R^2 yang kecil berarti kemampuan variabel-variabel independen dalam menjelaskan variabel dependen amat terbatas.²³

Rumus mencari koefisien determinasi dengan dua variabel independen adalah:

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

Dimana:

R^2 = koefisien determinasi

ryx_1 = korelasi sederhana antara X_1

ryx_2 = korelasi sederhana antara X_2 dengan Y

rx_1x_2 = korelasi sederhana antara X_1 dengan X_2

2. Pengujian Hipotesis

a. Uji Koefisien Regresi Secara Simultan (Uji-F)²⁴

Pengujian ini digunakan untuk mengetahui apakah variabel independen secara bersama-sama berpengaruh secara signifikan terhadap variabel dependen.

Tahap-tahap untuk melakukan Uji-F, adalah :

1) Merumuskan Hipotesis

H_0 : Secara Simultan tidak ada pengaruh

²³*Ibid.*, Hlm.66.

²⁴*Ibid.*, Hlm.67

Ha : Secara Simultan ada pengaruh

2) Tingkat Signifikasi

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

3) Kriteria Pengujian

Ho diterima apabila $F \text{ hitung} \leq F \text{ tabel}$

Ho ditolak apabila $F \text{ hitung} > F \text{ tabel}$

b. Uji Koefisien Regresi Secara Parsial (Uji-t)²⁵

Pengujian ini digunakan untuk mengetahui apakah dalam model regresi variabel independen secara parsial berpengaruh signifikan terhadap variabel dependen. Rumus t hitung pada analisis regresi adalah:

$$t \text{ hitung} = \frac{b_i}{S_{b_i}}$$

Dimana:

b_i = koefisien regresi variabel X

S_{b_i} = standar eror variabel Y

Dengan langkah-langkah pengujian sebagai berikut:

1) Menentukan Hipotesis

Ho : Secara parsial tidak ada pengaruh

Ha : Secara Parsial ada pengaruh

2) Tingkat Signifikasi

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

3) Kriteria pengujian

Ho diterima jika, $-t \text{ tabel} \leq t \text{ hitung} \leq t \text{ tabel}$

Ho ditolak jika, $-t \text{ hitung} < -t \text{ tabel}$ atau $t \text{ hitung} > t \text{ tabel}$

²⁵*Ibid.*, Hlm. 68-69.