

### BAB III

## METODE PENELITIAN

#### A. Jenis dan Pendekatan Penelitian

Jenis penelitian yang digunakan dalam penelitian ini yaitu jenis penelitian lapangan (*Field Research*) yaitu dilakukan didalam masyarakat yang sebenarnya untuk menemukan realita apa yang tengah terjadi mengenai masalah tertentu. yang menggunakan jenis penelitian Kuantitatif yaitu jenis penelitian yang menghasilkan penemuan-penemuan yang dapat dicapai (diperoleh) dengan menggunakan prosedur-prosedur statistik atau cara-cara lain dari kuantitatif (pengukuran). Pendekatan kuantitatif memusatkan perhatian pada gejala-gejala yang mempunyai karakteristik tertentu didalam kehidupan manusia yang dinamakannya sebagai variabel. Dalam pendekatan kuantitatif hakikat hubungan diantara variabel-variabel dianalisis dengan menggunakan teori yang objektif.<sup>1</sup> Penelitian ini ditunjukkan untuk memperoleh bukti empiris, menguji dan menjelaskan pengaruh Lokasi Toko (*Store Location*) dan Suasana Toko (*Store Atmosphere*) terhadap Keputusan Pembelian di Apotek Wedung.

Sedangkan pendekatan penelitian ini, peneliti menggunakan pendekatan kuantitatif. Pendekatan kuantitatif yaitu menekankan analisisnya pada data-data *numerical* (angka) yang diolah dengan metode statistika.<sup>2</sup>

#### B. Sumber Data

Sumber data dalam penelitian ini adalah subyek dari mana data diperoleh. Apabila peneliti menggunakan kuesioner atau wawancara dalam pengumpulan data, maka sumber datanya adalah manusia. Apabila peneliti menggunakan observasi, maka sumber datanya adalah benda, gerak atau proses sesuatu. Apabila peneliti menggunakan teknik pengumpulan data

---

<sup>1</sup> Sujarweni, Wiratna, *Metodologi Penelitian Bisnis dan Ekonomi*, Pustakabarupress, Yogyakarta, 2015, hlm. 39.

<sup>2</sup> Saifuddin Azwar, *Metode Penelitian*, Yogyakarta : Pustaka Pelajar, 2001, hlm. 5.

dengan dokumentasi, maka sumber datanya yaitu isi catatan adalah subyek penelitian atau variabel penelitian.<sup>3</sup> Data yang digunakan dalam penelitian ini adalah:

#### 1. Data Primer

Data primer adalah data yang diperoleh dari responden melalui kuesioner, kelompok fokus, dan panel, atau juga data hasil wawancara peneliti dengan nara sumber. Data yang diperoleh dari data primer ini harus diolah lagi. Sumber data yang langsung memberikan data kepada pengumpul data. Dalam penelitian ini adalah data yang diperoleh dari jawaban para responden terhadap rangkaian pertanyaan yang digunakan oleh peneliti. Responden yang menjawab daftar pertanyaan (kuesioner) tersebut adalah semua konsumen yang pernah membeli di Apotek Wedung.

#### 2. Data Sekunder

Data sekunder adalah data yang di dapat dari catatan, buku, dan majalah berupa laporan keuangan publikasi perusahaan, laporan pemerintah, artikel, buku-buku sebagai teori, majalah dan lain sebagainya. Data yang diperoleh dari data sekunder ini tidak perlu diolah lagi. Sumber yang tidak langsung memberikan data pada pengumpul data.<sup>4</sup> Dalam penelitian ini data yang diperoleh melalui koordinasi dibagian keuangan sehingga diperoleh data tentang perusahaan dan data awal pendukung tentang jumlah pengunjung dan jumlah transaksi di Apotek Wedung.

### C. Populasi dan Sampel

Populasi dan sampel merupakan sumber utama untuk memperoleh data yang dibutuhkan dalam mengungkapkan fenomena atau realitas yang dijadikan fokus penelitian. Dalam suatu kegiatan penelitian harus ada sumber data, dan sumber data tersebut berasal dari populasi.

---

<sup>3</sup> Masrukin, *Metode Penelitian Kuantitatif*, Media Ilmu press, Kudus, 2009, hlm. 140.

<sup>4</sup> Sujarweni. Wiratna, *Op. Cid.*, hlm. 89.

## 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. Populasi juga bukan sekedar jumlah yang ada pada obyek/sumber yang dipelajari, tetapi meliputi seluruh karakteristik/sifat yang dimiliki oleh subyek atau obyek itu.<sup>5</sup>

Adapun yang dijadikan populasi dari penelitian ini adalah 110 konsumen yang pernah berbelanja di Apotek Wedung.

## 2. Sampel

Sampel adalah bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi tersebut. Bila populasi besar, dan peneliti tidak mungkin mempelajari semua yang ada pada populasi, misalnya karena keterbatasan dana, tenaga dan waktu, maka peneliti dapat menggunakan sampel yang diambil dari populasi itu. Apa yang dipelajari dari sampel itu, kesimpulannya akan diberlakukan untuk populasi. Untuk itu sampel yang diambil dari populasi harus betul-betul *representatif* (mewakili).

Dalam penelitian ini, peneliti menggunakan teknik *Nonprobability Sampling*, yaitu teknik pengambilan sampel yang tidak memberi peluang atau kesempatan yang sama bagi setiap anggota populasi untuk dipilih menjadi sampel.<sup>6</sup> Jenis metode *Nonprobability sampling* yang digunakan adalah *accidental sampling* yaitu cara pengambilan sampel berdasarkan kebetulan, yaitu siapa saja yang kebetulan bertemu dengan peneliti dapat digunakan sebagai sampel, bila dipandang orang yang ditemui itu cocok sebagai sumber data.<sup>7</sup> Besarnya sampel

---

<sup>5</sup> Masrukin, *Op. Cit.*, hlm. 141.

<sup>6</sup> Sugiono, *Metode Penelitian Bisnis*, Alfabeta, Bandung, 2002, hlm 77.

<sup>7</sup> Wiratna Sujarweni, 2015, *Statistik Untuk Bisnis dan Ekonomi*, Yogyakarta : Pustaka Baru Press, hlm. 78-79.

penelitian ini ditentukan dengan menggunakan rumus Slovin sebagai berikut :

$$n = \frac{N}{1 + (N \times e^2)}$$

Di mana :

n = Ukuran sampel

N = Populasi

e = Presentase kelonggaran ketidakterikatan karena kesalahan pengambilan sampel yang masih diinginkan : 10%.<sup>8</sup>

Berdasarkan besarnya populasi diatas, maka besarnya sampel dalam penelitian ini adalah :

$$n = \frac{110}{1 + (110 \times 0,1^2)} = \frac{110}{1 + 1,1} = 52.380$$

Jadi, berdasarkan perhitungan sempel diatas maka jumlah sempel dalam penelitian ini sebanyak 52 responden.

#### D. Variabel Penelitian

Variabel penelitian pada dasarnya adalah sesuatu hal yang berbentuk apa saja yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari sehingga diperoleh informasi tentang hal tersebut, kemudian ditarik kesimpulannya:

##### 1. Variabel *Independen*, sebagai variabel X

Variabel ini sering disebut sebagai variabel *stimulus*, *prediktor*, *antecedent*. Dalam bahasa indonesia sering disebut sebagai variabel bebas. Variabel bebas adalah merupakan variabel yang mempengaruhi atau yang dipengaruhi sebab perubahannya atau timbulnya variabel dependen (terikat). Variabel yang penulis angkat adalah Lokasi Toko (*Store Location*)(X<sub>1</sub>) dan Suasana Toko (*Store Atmosphere*)(X<sub>2</sub>).

<sup>8</sup> *Ibid*, hlm. 80.

## 2. Variabel *Dependen*, sebagai variabel Y

Sering disebut sebagai variabel output, kriteria, konsekuen. Dalam bahasa Indonesia sering disebut sebagai terikat variabel terikat. Variabel terikat merupakan yang dipengaruhi atau yang menjadi akibat, karena adanya variabel bebas. Variabel terikat dalam penelitian ini adalah Keputusan Pembelian(Y).

## E. Definisi Operasional

Definisi Operasional merupakan bagian yang mendefinisikan sebuah konsep/variabel agar dapat diukur, dengan cara melihat pada dimensi (indikator) dari suatu konsep/variabel. Dimensi (indikator) dapat berupa: perilaku, aspek, atau sifat/karakteristik. Dengan demikian, definisi operasional tidak boleh mempunyai makna yang berbeda dengan definisi konseptual.<sup>9</sup> Dalam definisi operasional ini, variabel-variabel yang akan diamati dalam penyusunan penelitian ini adalah:

1. Lokasi Toko (*Store Location*) adalah tempat perusahaan beroperasi atau tempat usaha untuk melakukan kegiatan untuk menghasilkan barang dan jasa yang mementingkan segi ekonomi. Dalam menentukan lokasi sebagai berikut: Akses, Visibilitas, Tempat parkir yang luas dan aman. Ekspansi dan Lingkungan.
2. Suasana Toko (*Store Atmosphere*) adalah Salah satu faktor yang dimiliki oleh toko untuk menarik konsumen. Seperti *Eksterior* (Bagian Luar) , *Interior Umum (General Interior)*, Store Layout dan Interior Display.
3. Keputusan Pembelian adalah merupakan hasil atau kelanjutan yang dilakukan individu ketika dihadapkan pada situasi dan alternatif tertentu untuk berperilaku dalam memenuhi kebutuhannya. Proses keputusan pembelian konsumen yaitu pengenalan masalah, pencarian

---

<sup>9</sup> Noor. Juliansyah, *Metodologi Penelitian: Skripsi, Tesis, Disertasi, Dan Karya Ilmiah*, Kencana Prenada Media Group, Jakarta, 2012, Hlm. 100.

informasi, evaluasi alternatif, keputusan pembelian dan perilaku paska pembelian.

**Tabel 3.1**  
**Definisi Operasional**

<b>Variabel</b>	<b>Definisi</b>	<b>Indikator</b>	<b>Skala</b>
Lokasi Toko ( <i>Store Location</i> )	Tempat perusahaan beroperasi atau tempat usaha untuk melakukan kegiatan untuk menghasilkan barang dan jasa yang mementingkan segi ekonomi. <sup>10</sup>	1. Akses 2. Visibilitas 3. Tempat parkir yang luas dan aman 4. Ekspansi 5. Lingkungan.	<i>Likert</i>
Suasana Toko ( <i>Store Atmosphere</i> )	Salah satu faktor yang dimiliki oleh toko untuk menarik konsumen. <sup>11</sup>	1. <i>Eksterior</i> (Bagian Luar) 2. <i>Interior Umum</i> ( <i>General Interior</i> ) 3. <i>Store Layout</i> 4. <i>Interior Display</i> . <sup>12</sup>	<i>Likert</i>

<sup>10</sup> Fandi. Tjiptono, *Strategi Pemasaran*, Yogyakarta, Andi, 2002, hlm. 92.

<sup>11</sup> Sopiah. Eta Mamang Sangadji, *Salesmanship*, Bumi Aksara, Jakarta, 2016, hlm. 325.

<sup>12</sup> *Ibid.*, hlm. 325.

Keputusan Pembelian	Hasil atau kelanjutan yang dilakukan individu ketika dihadapkan pada situasi dan alternatif tertentu untuk berperilaku dalam memenuhi kebutuhannya. Proses keputusan pembelian konsumen yaitu pengenalan masalah. <sup>13</sup>	1. pengenalan masalah 2. pencarian informasi 3. evaluasi alternatif 4. keputusan pembelian 5. perilaku paska pembelian. <sup>14</sup>	<i>Likert</i>
---------------------	---	---	---------------

#### F. Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data disini adalah cara-cara yang ditempuh dan alat-alat yang digunakan oleh peneliti dalam mengumpulkan datanya.<sup>15</sup> Metode pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini antara lain:

##### 1. Angket (Kuesioner).

Angket yaitu usaha mengumpulkan informasi dengan menyampaikan sejumlah pertanyaan tertulis untuk dijawab secara tertulis oleh responden. Pertanyaan yang diajukan dalam angket sebaiknya mengarah kepada permasalahan, tujuan, dan hipotesis permasalahan. Responden adalah orang yang memberikan jawaban atas pertanyaan yang dimuat dalam angket.

<sup>13</sup> Effendi. Usman, *Psikologi Konsumen*, Rajawali Pers, Jakarta, 2016, hlm. 247-249.

<sup>14</sup> Philip Kotler. Kevin Lane Kotler, *Manajemen Pemasaran Edisi 13*, Erlangga, Jakarta, 2009, hlm. 184.

<sup>15</sup> Dani dermawan, *Metode Penelitian Kuantitatif*, Remaja Rosdakarya, Bandung, 2014, hlm. 159.

Menurut Winarno Surachmat, angket bersifat kooperatif dalam arti responden diharapkan bekerja sama dalam penyisihan waktu dan menjawab pertanyaan-pertanyaan peneliti secara tertulis sesuai dengan petunjuk-petunjuk yang diberikan.<sup>16</sup> Tujuan dilakukan angket atau kuesioner adalah :

- a. Memperoleh informasi yang relevan dengan tujuan penelitian.
- b. Memperoleh informasi mengenai suatu masalah secara serentak.<sup>17</sup>

Jenis angket dibagi menjadi angket tertutup dan angket terbuka. Angket tertutup yaitu terdiri atas pertanyaan atau pertanyaan dengan sejumlah jawaban tertentu sebagai pilihan. Responden mengecek jawaban yang paling sesuai dengan pendiriannya. Sedangkan angket terbuka yaitu memberi kesempatan penuh pada jawaban menurut apa yang dirasa perlu oleh responden. Peneliti hanya memberikan sejumlah pertanyaan berkenaan dengan masalah penelitian dan meminta responden menguraikan pendapat atau pendiriannya dengan panjang lebar bila diinginkan.<sup>18</sup> Kuesioner yang akan saya ambil dalam penelitian ini adalah dengan metode tertutup karena jawaban sudah disediakan dan pengukurannya menggunakan skala *likert*.

Skala *likert* digunakan untuk mengukur sikap, pendapat dan persepsi seseorang atau sekelompok orang tentang fenomena sosial. Kemudian indikator tersebut dijadikan sebagai titik tolak untuk menyusun item-item instrument yang dapat berupa pernyataan atau pertanyaan. Jawaban setiap item instrument yang menggunakan skala *likert* mempunyai gradasi dari sangat positif sampai sangat negative, yang dapat berupa kata-kata dan setiap jawaban itu dapat diberi skor, antara lain :

- |                  |               |
|------------------|---------------|
| a. Sangat setuju | diberi skor 5 |
| b. Setuju        | diberi skor 4 |

---

<sup>16</sup>Pabundu Tika, 2006, *Metodologi Riset Bisnis*, Jakarta : Bumi Aksara, hlm. 60.

<sup>17</sup>Cholid Narbuko, *Metodologi Penelitian*, Jakarta : Bumi Aksara, 2009, hlm. 77.

<sup>18</sup>Nasution, 2006, *Metode Research (Penelitian Ilmiah)*, Jakarta : Bumi Aksara, hlm. 129-130.





## 1. Uji Validitas Instrumen

Validitas adalah ketepatan atau kecermatan suatu instrument dalam mengukur apa yang ingin diukur. Uji validitas sering digunakan untuk mengukur ketepatan suatu item dalam kuesioner atau skala. Validitas item ditunjukkan dengan adanya korelasi atau dukungan terhadap item total (skala total), perhitungan dilakukan dengan cara mengkorelasikan antara skor item dengan skor item total.<sup>21</sup>

Pengujian menggunakan uji dua sisi dengan taraf signifikan 0,05. Kriteria pengujian adalah sebagai berikut:<sup>22</sup>

1. Jika  $r \text{ hitung} \geq r \text{ tabel}$  (uji 2 sisi dengan sig. 0,05) maka instrument atau item-item pertanyaan berkorelasi signifikan terhadap skor total (dinyatakan valid).
2. Jika  $r \text{ hitung} \leq r \text{ tabel}$  (uji 2 sisi dengan sig. 0,05) maka instrument atau item-item pertanyaan tidak berkorelasi signifikan terhadap skor total (dinyatakan tidak valid).

## 2. Uji Realibilitas Instrumen

Realibilitas 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. Untuk mengukur realibilitas dengan uji statistik *Cronbach Alpha* ( $\alpha$ ). Suatu konstruk atau variabel dikatakan reliabilitas jika memberikan nilai *Cronbach Alpha*  $> 0.70$ .<sup>23</sup>

## H. Uji Asumsi Klasik

### 1. Uji Multikolinieritas

Pengujian ini digunakan untuk menguji apakah regresi ditemukan adanya korelasi antar variabel bebas (*independent*).

<sup>21</sup>Dwi Priyanto, *Paham Analisis Statistik Data dengan SPSS*, Media Kom, Yogyakarta, 2010, hlm.90

<sup>22</sup>*Ibid*, hlm. 95

<sup>23</sup>Ghozali. Imam, *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program IBM SPSS 23*, Badan Penerbit Universitas Diponegoro, Semarang, 2013, hlm. 47-48.

Korelasi adalah hubungan antara variabel bebas yang satu dengan variabel bebas lainnya. Model regresi yang baik seharusnya tidak terjadi korelasi antara variabel *independent*. Jika variabel *independent* saling berkorelasi, maka variabel-variabel ini tidak ortogonal. Variabel ortogonal adalah variabel *independent* yang nilai korelasi antar sesama variabel *independent* sama dengan nol.<sup>24</sup> Multikolonieritas juga dapat dilihat dari (1) nilai toleransi lawannya (2) *variance inflaton factor*(VIF). Kedua ukuran ini menunjukkan setiap variabel *independent* manakah yang dijelaskan oleh variabel *independent* lainnya. Dalam pengertian sederhana setiap variabel *independent* menjadi variabel *dependent* terikat dan diregresikan terhadap variabel *independent* lainnya. Tolerance mengukur variabilitas variabel *independent* yang terpilih yang tidak dijelaskan oleh variabel *independent* lainnya. Jadi nilai *tolerance* yang rendah sama dengan nilai VIF yang tinggi karena ( $VIF = 1/ Tolerance$ ). Nilai Cutoff yang umum dipakai untuk menunjukkan adanya multikolonieritas adalah nilai yang  $tolerance < 0,10$  atau sama dengan nilai  $VIF > 10$ .<sup>25</sup>

## 2. Uji Autokorelasi

Pengujian ini digunakan untuk menguji apakah dalam model regresi linier ada korelasi antara variabel pengganggu pada periode  $t$  dengan kesalahan pengganggu pada periode  $t-1$  (sebelumnya). Jika terjadi korelasi, maka dinamakan ada problem autokorelasi. Autokorelasi muncul karena observasi yang berurutan sepanjang waktu berkaitan satu sama lain. Masalah ini timbul karena residual (kesalahan pengganggu) tidak bebas dari satu observasi lainnya.<sup>26</sup>

---

<sup>24</sup> Imam Ghozali, *Aplikasi Analisis Multivariant dengan Program IBM SPSS 19*, Semarang, UNDIP, 2011, hlm. 105

<sup>25</sup> *Ibid*, hlm 105-106

<sup>26</sup> Masrukhin, *Statistik Deskriptif dan Inferensial (Aplikasi Program SPSS dan Excel)*, hlm 186

Pengambilan keputusan ada atau tidaknya autokorelasi dapat didasarkan pada kriteria berikut:<sup>27</sup>

**Tabel 3.2**

**Autokorelasi**

Hipotesis Nol	Keputusan	Jika
Tidak ada autokorelasi positif	Tolak	$0 < d < dl$
Tidak ada autokorelasi positif	No decision	$0 < d < du$
Tidak ada autokorelasi negatif	Tolak	$4-dl < d < 4l$
Tidak ada autokorelasi negatif	No decision	$4-du < d < 4- dl$
Tidak ada autokorelasi	Tidak ditolak	$du < d < 4- du$

### 3. Uji Normalitas

Uji normalitas data bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi. Variabel terikat dan variabel bebas keduanya memiliki distribusi normal atau tidak. Model regresi yang baik adalah memiliki distribusi data normal atau tidak. Untuk menguji apakah distribusi data itu normal atau tidak dengan menggunakan analisis grafik.

Salah satu cara termudah untuk melihat normalitas suatu data adalah dengan melihat histogram yang membandingkan antara data observasi dengan distribusi yang mendekati distribusi normal. Demikian dengan hanya melihat histogram ini bisa menyesatkan khususnya untuk jumlah sampel yang kecil. Metode yang lebih handal adalah melihat normal probability plot yang membandingkan distribusi kumulatif dari data sesungguhnya dengan distribusi kumulatif dari distribusi normal.

Distribusi normal akan membentuk satu garis lurus diagonal dan plotting data akan dibandingkan dengan garis normal, maka garis yang menggambarkan data sesungguhnya akan mengikuti garis diagonalnya.<sup>28</sup>

<sup>27</sup> Imam Ghazali. *Op.Cit.* hlm. 111

<sup>28</sup> Masrukin, *Statistik Inferensial Aplikasi Program SPSS*, Media Ilmu Press, Kudus, 2008, hlm. 61

#### 4. Uji Heteroskedastisitas

Uji ini bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi terjadi ketidaksamaan *variance* dari residual satu pengamatan ke pengamatan yang lain. Jika *variance* dari residual satu ke pengamatan lain tetap, maka disebut *homoskedastisitas* dan jika berbeda disebut *heteroskedastisitas*.<sup>29</sup>

### I. Teknik Analisis Data

#### 1. Analisis Data Regresi Ganda

Analisis ini digunakan untuk mengetahui hubungan antara dua variabel atau lebih variabel independen terhadap variabel dependen secara serentak. Nilai R berkisar antara 0 sampai 1, nilai semakin mendekati 1 berarti hubungan yang terjadi semakin kuat, sebaliknya nilai semakin mendekati 0 maka hubungan yang terjadi semakin lemah.

Menurut Sugiyono (2007) pedoman untuk memberikan interpretasi koefisien korelasi sebagai berikut :

0,00 – 0,199 = sangat rendah

0,20 – 0,399 = rendah

0,40 – 0,599 = sedang

0,60 – 0,799 = kuat

0,80 – 1,000 = sangat kuat<sup>30</sup>

Didalam penelitian ini untuk mengetahui apakah ada pengaruhnya Lokasi Toko (*Store Location*), Dan Suasana Toko (*Store Atmosphere*) Terhadap Keputusan Pembelian di Apotek Wedung. Berikut rumus yang digunakan:

$$Y = a + b_1X_1 + b_2X_2 + b_3X_3 + e^{31}$$

Dimana:

Y = Keputusan Pembelian

<sup>29</sup>*Ibid*, hlm. 139

<sup>30</sup>Dwi Priyanto, *Paham Analisis Statistik Data dengan SPSS*, Media Kom, Yogyakarta, 2010, hlm. 65.

<sup>31</sup>Sujarweni. Wiratna, *Op. Cid.*, hlm. 160.

a = Konstanta

$X_1$  = Lokasi Toko

$X_2$  = Suasana Toko

$b_1$  = Kuefisien regresi variabel Lokasi Toko

$b_2$  = Kuefisien reagresi variabel Suasana Toko

e = Penganggu (error)

## 2. Koefisien Determinasi ( $R^2$ )

Koefisien Determinan ( $R^2$ ) digunakan untuk mengetahui prosentase sumbangan pengaruh variabel independen (X) secara serentak terhadap variabel dependen (Y). nilai koefisien determinasi adalah antara nol sampai dengan satu. Jika  $R^2$  sama dengan 0 (nol), maka variasi variabel independen yang digunakan dalam model tidak menjelaskan sedikitpun variasi variabel dependen. Sebaliknya  $R^2$  sama dengan 1, maka variasi variabel independen yang digunakan dalam model menjelaskan 100% variasi variabel independen.<sup>32</sup>

## 3. Uji Signifikan Parameter Simultan (Uji f)

Uji simultan diguunakan untuk mengetahui apakah variabel independen secara bersama-sama berpengaruh secara signifikan terhadap nilai variabel dependen.

Tahap-tahap untuk melakukan uji f adalah:<sup>33</sup>

### a. Merumuskan hipotesis

$H_0$  : Tidak ada pengaruh antara variabel-variabel independen secara bersama-sama terhadap variabel dependen

$H_a$  : Ada pengaruh antara variabel-variabel independen secara bersama-sama terhadap variabel dependen

### b. Tingkat signifikan

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

### c. Kriteria pengujian

a.  $H_0$  diterima bila  $f_{hitung} \leq f_{tabel}$

<sup>32</sup>*Ibid* , Hlm. 66

<sup>33</sup>*Ibid* , Hlm. 70-71

b.  $H_a$  ditolak bila  $f$  hitung  $>$   $f$  tabel<sup>34</sup>

#### 4. Uji Signifikan Parameter Individual (Uji Statistik t)

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

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

$\beta_i$  : Koefisien Regresi Variabel X

$S_{b_i}$  : Standart Error Variabel Y

Dengan langkah-langkah pengujian sebagai berikut:<sup>35</sup>

1) Menentukan hepotesis

$H_o$  : Secara persial tidak ada pengaruh

$H_a$  : Secara persial ada pengaruh

2) Tingkat signifikasi

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

3) Kriteria pengujian

b.  $H_o$  diterima jika,  $-t$  tabel  $\leq t$  hitung  $\geq t$  tabel

$H_o$  ditolak jika  $-t$  hitung  $<$   $-t$  tabel atau  $t$  hitung  $>$   $t$  table.

---

<sup>34</sup> Dwi Priyanto, *Op. Cid.*, hlm. 70-71.

<sup>35</sup> Dwi Priyanto, *Op. Cit.*, Hlm. 68-69