

BAB III METODE PENELITIAN

A. Jenis dan Pendekatan Penelitian

Jenis penelitian ini memakai metode penelitian kuantitatif dan pendekatan deskriptif. Metode penelitian kuantitatif yaitu metode penelitian yang menitik beratkan pada kejadian-kejadian objektif dan dikaji secara kuantitatif. Untuk mendapatkan hasil objektivitas desain penelitian kuantitatif yang maksimal maka dapat dilakukan dengan penggunaan angka dalam menganalisisnya, melalui pengolahan statistik, dilakukan secara terstruktur dan terkontrol. Penelitian kuantitatif adalah jenis penelitian yang menggunakan spesifikasi yang sistematis, terstruktur dan terencana dengan jelas dari awal hingga akhir. Hasil analisis yang digunakan metode kuantitatif merupakan olahan data yang berupa angka, mengumpulkan data, menafsirkan data yang ada. Kesimpulan penelitian kuantitatif banyak dengan menggunakan tampilan grafik, gambar, tabel.

Beberapa ilmuan berpendapat menurut mereka metode penelitian kuantitatif berdasarkan pada filsafat positivism dan pengambilan datanya melalui populasi dan sampel.¹ Adapun pengertian dari pendekatan deskriptif merupakan perhitungan statistik untuk mengkaji data dengan cara merumuskan atau mendefinisikan data yang diteliti dikumpulkan tanpa bermaksud membuat kesimpulan yang berlaku untuk umum atau generalisasi. Penelitian pada populasi (tanpa menggunakan sampling) dalam penelitiannya akan menggunakan pendekatan deskriptif dalam menganalisisnya. Namun, penelitian yang menggunakan sampling dapat dianalisis menggunakan dua pendekatan yaitu pendekatan inferensial Maupin statistic deskriptif. Banyak penelitian yang menggunakan sampel karena dirasa cukup mudah pada saat dilakukan analisis.

¹ Sandu Santoyo, “*Dasar Metodologi Penelitian*”, (Sleman : Literasi Media Publishing 2015). 17

B. *Setting* Penelitian

1. Tempat Penelitian

Penelitian ini dilakukan pada Perusahaan Percetakan dan Penerbitan Fa Menara Kudus, tentang *experiential marketing*, kualitas produk dan harga terhadap volume penjualan. Perusahaan ini merupakan tempat percetakan tertua di Kudus.

2. Waktu Penelitian

Penelitian ini dilakukan pada bulan November 2019 hingga bulan Maret 2020.

C. Populasi dan Sampel

1. Populasi

Populasi dapat diartikan keseluruhan dari suatu wilayah yang memiliki karakteristik dan kuantitas yang akan diuji atau dipelajari oleh peneliti kemudian akan ditarik sebuah kesimpulan. Pada saat peneliti mengambil populasi dari suatu wilayah, yang menjadi populasi tidak hanya orang, tetapi juga benda-benda yang berada di alam lainnya pada wilayah generalisasi. Semua karakteristik yang ada di suatu wilayah generalisasi akan dijelaskan di dalam populasi. Jadi populasi tidak hanya mempelajari tentang subyek atau obyek, tetapi juga mempelajari sifat atau karakteristik di dalam subyek atau obyek pada wilayah generalisasi.²

Dapat disimpulkan bahwa populasi berkaitan dengan suatu obyek yang berada di suatu wilayah dan memenuhi syarat tertentu selalu berkaitan dengan masalah yang ada dalam penelitian, maka yang menjadi populasi sasaran dalam penelitian ini adalah *experiential marketing*, kualitas produk, harga dan volume penjualan studi kasus percetakan Fa Menara Kudus dengan populasi sebanyak 161 reseller.

^{2 2} Sugiyono, “*Metode Penelitian Manajemen*”, (Bandung : Alfabeta, 2018).

2. Sampel

Karakteristik dan jumlah yang dimiliki dari suatu populasi merupakan Sampel dari suatu penelitian.³ Sampel yang digunakan pada penelitian ini adalah *Probability Sampling*. *Probability sampling* merupakan suatu metode sampling yang menghasilkan probabilitas atau kemungkinan yang sama bagi setiap anggota populasi untuk dijadikan sebuah sampel pada penelitian. Teknik *probability sampling* yang digunakan penulis dalam penelitian ini yaitu dengan menggunakan teknik *simple random sampling*. Teknik *simple random sampling* menggunakan pada pengambilan data sampel pada anggota populasi dilakukan secara acak, tanpa membedakan jenjang atau kasta yang ada di dalam populasi tersebut.⁴

Jumlah reseller di Perusahaan Fa Menara Kudus populasinya sebanyak 161 reseller. *Simple random sampling* untuk mendapatkan data dengan cara diacak secara sistematis. Maka sampel dari penelitian yaitu sejumlah 60 reseller dari populasi.

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

$$n = \frac{161}{1 + 161 \cdot (0,10)^2}$$

$$n = 60 \text{ Responden}$$

Dimana :

n = ukuran sampel

N = ukuran populasi

e = persentase kelonggaran karena kesalahan pengambilan sampel yang masih dapat ditolelir atau diinginkan

Jadi besarnya sampel penelitian ini sebanyak 60 reseller yang melakukan pembelian pada Perusahaan Fa Menara Kudus. Sampel menjadi sangat penting

³ Sugiyono, “*Metode Penelitian Manajemen*”, (Bandung : Alfabeta, 2018). 149

⁴ Sandu Santoyo, “*Dasar Metodologi Penelitian*”, (Sleman : Literasi Media Publishing, 2015). 65

apabila penelitian menggunakan analisis kuantitatif. Sampel sangat berpengaruh pada pengambilan data pada suatu penelitian. Jenis penelitian analisis kuantitatif menggunakan struktur yang detail, terencana, sistematis, dan terstruktur dengan jelas sejak awal hingga pembuatan desain penelitiannya. Penelitian kuantitatif merupakan penelitian yang menggunakan data di dalam pengkajiannya, mulai dari pengumpulan data, penafsiran data, hingga sampai pada penampilan dari hasilnya. Pada tahap akhir penelitian kuantitatif lebih banyak menyertakan grafik, tabel dan gambar.⁵

D. Identifikasi Variabel

Melakukan suatu penelitian berarti mencari tahu semua yang ada di dalam wilayah yang menjadi fokus penelitian secara sistematis menggunakan kaidah-kaidah yang berlaku dengan waktu yang relatif lama. Variabel merupakan bentuk permasalahan yang ada di dalam suatu wilayah yang akan dikaji dan diteliti untuk mendapatkan informasi kemudian akan ditarik kesimpulan.⁶

1. Variabel bebas.

Sebab munculnya variabel terikat dipengaruhi dengan adanya variabel-variabel bebas (*independent variable*). Dengan mengamati variabel bebas maka akan ditemukan adanya pengaruh terhadap variabel lainnya.⁷ Pada penelitian ini peneliti mengambil tiga variabel bebas yang menjadi fokus masalah yaitu *experiential marketing* (X_1), kualitas produk (X_2), dan harga (X_3).

2. Variabel Terikat

Respon atau output dalam penelitian disebut dengan Variabel terikat (*dependent variabel*). Variabel terikat ini akan muncul menjadi akibat adanya variabel

⁵ Sandu Santoyo, “*Dasar Metodologi Penelitian*”, (Sleman : Literasi Media Publishing, 2015). 17

⁶ Sandu Santoyo, “*Dasar Metodologi Penelitian*”, (Sleman : Literasi Media Publishing, 2015). 49-50

⁷ Winarno, “*Metode Penelitian Dalam Pendidikan Jasmani*”, (Malang : Universitas Negeri Malang, 2011). 28

bebas. Variabel terikat merupakan faktor atau tolak ukur untuk menentukan ada atau tidaknya variabel bebas pada suatu wilayah. Variabel terikat untuk fokus penelitian ini adalah volume penjualan (Y).

E. Variabel Operasional

Variabel operasional merupakan suatu bentuk komunikasi yang dilakukan antar peneliti guna memberikan petunjuk bagaimana cara pengukuran variabel. Dengan membandingkan perhitungan variabel operasional yang dilakukan oleh peneliti dengan peneliti lain, maka peneliti akan mengetahui baik dan buruknya pengukuran tersebut.

Dalam penelitian ini yang menjadi *independent* (X_1), (X_2), dan (X_3) adalah *experiential marketing*, kualitas produk, dan harga.

- a. *Experiential marketing* merupakan menciptakan pengalaman baik kepada rasa emosional konsumen yang akan membekas pada benak konsumen sehingga konsumen akan membeli produk yang dipasarkan.
- b. Kualitas produk adalah menciptakan barang atau jasa sesuai dengan kebutuhan dan keinginan konsumen dengan bertujuan untuk memuaskan hasrat konsumen pada saat membeli produk.
- c. Harga adalah nominal atau alat tukar yang diberikan konsumen kepada penjual untuk mendapatkan barang atau jasa mereka butuhkan.⁸

Adapun tabel operasionalisasi yang sesuai dengan variabel tersebut adalah sebagai berikut:

Tabel 3.1
Definisi Operasional

Variabel	Konsep Varibel	Indikator	Ukuran	Skala Pengukur an Data
<i>Experiental Marketin</i>	<i>Experiental marketing</i>	<i>Experiental marketing</i>	<i>Empathy</i> Konsumen	Skala likert

⁸ Ma'ud Machfoedz, "Kewirausahaan", (Yogyakarta : BEFE, 2015). 197

<p>$g (X_1)$</p>	<p>menciptakan pengalaman baik kepada rasa emosional konsumen yang akan membekas pada benak konsumen sehingga konsumen akan membeli produk yang dipasarkan</p>	<p>= memberikan pengalaman yang baik kepada konsumen yang bertujuan untuk membeli produk yang dipasarkan</p>		
<p>Kualitas Produk (X_2)</p>	<p>Kualitas produk adalah menciptakan barang atau jasa sesuai dengan kebutuhan dan keinginan konsumen dengan bertujuan untuk memuaskan hasrat konsumen</p>	<p>Kualitas produk = produk atau jasa yang memuaskan konsumen sehingga konsumen menjadi loyal.</p>	<p>Responsiveness</p>	<p>Skala likert</p>

	pada saat membeli produk.			
Harga (X ₃)	Harga nominal atau alat tukar yang diberikan konsumen kepada penjual untuk mendapatkan barang atau jasa mereka butuhkan.	Harga = nilai tukar untuk mendapatkan barang atau jasa.	Rupiah	Skala likert
Volume Penjualan (Y)	Volume penjualan adalah jumlah unit penjualan nyata perusahaan dalam satu periode tertentu. Atau volume penjualan adalah hasil kegiatan penjualan yang diukur dengan	Volume penjualan = hasil kegiatan penjualan yang diukur dengan satuan (Asri, 1992)	Jumlah Unit (gram)	Skala likert

	satuan. (Asri 1991:52)			
--	------------------------------	--	--	--

F. Teknik Pengumpulan Data

1. Kuesioner (Angket)

Teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan cara membagikan pertanyaan dan pernyataan kepada responden. Teknik pengumpulan data ini diberikan kepada reseller di percetakan Fa Menara Kudus. Beberapa hal yang harus diperhatikan pada saat membuat kuesioner antara lain :

- a. Mengetahui apa tujuan disebarkannya kuesioner.
- b. Mengidentifikasi variabel.
- c. Menjadikan variabel ke sub variabel.
- d. Menentukan jenis data dan cara analisisnya.⁹

2. Observasi

Untuk mendapatkan data yang valid biasanya para peneliti akan melakukan observasi pada tempat penelitian. Kemudian akan diperoleh data, dari data yang didapatkan terlebih dahulu peneliti harus mengkaji data tersebut dengan pertimbangan dan mengadakan penilaian ke dalam suatu skala yang bertingkat. Pengkajian itu dilakukan supaya mendapatkan data yang benar-benar valid.

3. Dokumentasi

Dokumentasi terkait dengan kajian teoritis serta referensi lain yang terkait dengan budaya, jurnal, artikel, buku, pencarian dari internet,¹⁰ dan laporan data volume penjualan dan laporan harga di percetakan Fa Menara Kudus.

Dokumentasi lebih kepada mengamati benda mati dibandingkan benda hidup. Sebelum melakukan dokumentasi peneliti menentukan atau membuat *chek-*

⁹ Sandu Santoyo, “*Dasar Metodologi Penelitian*”, (Sleman : Literasi Media Publishing 2015). 76

¹⁰ Winarno, *Metode, ” Penelitian Dalam Pendidikan Jasmani*”, (Malang :Universitas Negeri Malang, 2011). 152-154

list. Chek-list bertujuan untuk memberi tanda ada atau tidaknya variabel yang dicari di tempat peneliti.¹¹

G. Teknik Analisis Data

Kata *analysis* terdiri dari dua kata “ana” yang berarti atas dan “lysis” yang memiliki arti memecahkan sesuatu. Jadi analisis merupakan proses untuk memecahkan data dalam penelitian. Hasil analisis yang telah diperoleh peneliti akan dikaji sesuai dengan kaidah ilmiah yang berlaku. Peneliti harus memiliki nilai intelektual yang tinggi agar dapat memberikan analisis dengan tepat.

Mengolah data dan menafsirkan data dalam penelitian dengan menggunakan Analisa data. Analisa data adalah rangkaian kegiatan untuk menelaah, mengelompokan, yang sistematis, menafsirkan dan memverifikasi data menjadi sebuah kejadian supaya memiliki nilai sosial, dikaji sesuai akademis dan ilmiah. Mendapatkan hasil analisis yang tepat peneliti harus konsisten dalam memakai teori, metode, dan paradigma yang digunakan.¹² Pada penelitian ini proses analisis data yang digunakan antara lain : uji prasyarat, uji hipotesis, uji validitas dan uji reliabilitas.

1. Uji Prasyarat

Dilakukan uji Pra Syarat bertujuan untuk mengetahui dan memahami semua data yang ada. Karena didalam analisis data kuantitatif banyak sekali simbol-simbol yang susah dipahami. Pada penelitian ini uji prasyarat menggunakan uji asumsi klasik, analisis deskriptif, analisis linier berganda.

1) Uji Asumsi Klasik

Untuk tujuan pengujian hipotesis nilai parameter model, model regresi linear juga mengasumsikan hal-hal sebagai berikut yang dikenal dengan nama Uji Asumsi Klasik¹³. Uji

¹¹ Sandu Santoyo, “*Dasar Meetodologi Penelitian*”, (Sleman : Literasi Media Publishing 2015). 78

¹² Sandu Santoyo, “*Dasar Metodologi Penelitian*”, (Sleman : Literasi Media Publishing 2015). 109-110

¹³ Dyah Nirmala Arum Janie, “*Statistik Deskriptif & Regresi Linier Berganda Dengan SPSS*”, (Semarang : Semarang University Press, 2012). 13

asumsi klasik dalam penelitian ini terdiri dari uji multikolinieritas, uji heteroskedastisitas, dan uji normalitas.

a. Uji Multikolinieritas

Uji multikolinieritas bertujuan untuk mengetahui ditemukan atau tidak korelasi antar variabel independen. Jika antar variabel independen terjadi multikolinieritas sempurna, maka koefisien regresi variabel independen tidak dapat ditemukan dan nilai *standard error* menjadi tak terhingga. Jika multikolinieritas antar variabel independen dapat ditentukan, tetapi memiliki nilai *standard error* tinggi berarti nilai koefisien regresi tidak dapat diestimasi dengan tepat.

Untuk memberukan gambaran cara mendeteksi multikolinieritas dengan SPSS16, digunakan model persamaan regresi berikut:

$$ROA = \alpha + \beta_1 CAR + \beta_2 NPL + \beta_3 ROE + \beta_4 OCOR + \beta_5 LDR + \varepsilon$$

Jika tujuan analisis linear berganda adalah prediksi atau peramalan, maka multikolinieritas bukanlah masalah serius, karena semakin tinggi nilai R^2 maka semakin baik kemampuan model tersebut dalam melakukan prediksi. Akan tetapi jika tujuan analisis regresi tidak hanya sekedar prediksi tetapi juga estimasi terhadap parameter, maka multikolinieritas menjadi masalah serius karena akan menghasilkan *standard error* yang benar sehingga estimasi parameter menjadi tidak akurat lagi.¹⁴ Nilai *cutoff* yang umum dipakai untuk menunjukkan adanya multikolinieritas adalah nilai Tolerance <0,10 atau sama dengan nilai VIF >10.

¹⁴ Dyah Nirmala Arum Janie, “*Statistik Deskriptif & Regresi Linier Berganda Dengan SPSS*”, (Semarang : Semarang University Press, 2012). 19

b. Uji Heteroskedastisitas

Asumsi klasik berikutnya dalam model regresi adalah heteroskedastisitas atau memiliki varian yang sama. Ada dua cara pendeteksian ada tidaknya heteroskedastisitas, yaitu dengan metode grafik dan metode statistik. Metode grafik biasanya dilakukan dengan melihat grafik plot antara nilai prediksi variabel dependen dengan residualnya. Sedangkan metode statistik dapat dilakukan dengan *uji park*, *uji glejser*, *uji white*, *uji spearman's rank correlation*, *uji goldfield quandt* dan *uji breusch-pagan-godfrey*.¹⁵

c. Uji Normalitas

Uji normalitas bertujuan menguji apakah dalam model regresi, variabel pengganggu atau *residual* mempunyai distribusi normal. Uji t dan F mengasumsikan nilai *residual* mengikuti distribusi normal. Jika terjadi pelanggaran asumsi ini, maka uji statistik menjadi titik valid untuk jumlah sampel kecil. Ada dua cara mendeteksi apakah *residual* memiliki distribusi normal atau tidak, yaitu dengan analisis grafik dan uji statistik.

Pada prinsipnya normalitas dapat dideteksi dengan melihat penyebaran data atau titik pada sumbu diagonal dari grafik atau dengan melihat histogram dari residualnya. Model regresi dikatakan memenuhi asumsi normalitas apabila data menyebar di sekitar garis diagonal atau grafik histogramnya. Dengan melihat tampilan grafik histogram yang agak menceng ke kiri dapat disimpulkan bahwa grafik histogram memberikan pola distribusi yang tidak normal. Sedangkan pada grafik normal plot terlihat titik-titik menyebar

¹⁵Dyah Nirmala Arum Janie, “*Statistik Deskriptif & Regresi Linier Berganda Dengan SPSS*”, (Semarang : Semarang University Press, 2012). 24

jauh di sekitar garis diagonal, serta penyebarannya tidak mengikuti arah garis diagonal. Namun demikian uji normalitas residual dengan grafik dapat menyesatkan kalau tidak hati-hati. Secara visual tampak normal, padahal secara statistik bisa sebaliknya. Oleh karena itu selain menggunakan uji grafik, sebaiknya dilengkapi dengan uji statistik.¹⁶

d. Uji Autokorelasi

Uji Autokorelasi yang dilakukan pada penelitian ini bertujuan untuk mengetahui apakah di dalam model regresi linier berganda terdapat korelasi antara kesalahan pengganggu pada periode t dengan kesalahan pengganggu pada periode $t-1$ atau periode sebelumnya. Jika terjadi korelasi, maka dinamakan ada problem autokorelasi. Untuk memeriksa ada dan tidaknya autokorelasi, maka dilakukan uji *Durbin-Watson* dengan keputusan sebagai berikut:

- Jika $(D-W) < d_l$, maka H_0 ditolak
- Jika $(D-W) > d_u$, maka H_0 diterima
- Jika $d_l < (D-W) < d_u$, maka tidak dapat diambil kesimpulan

Uji dilakukan dengan menggunakan uji *Durbin-Watson*, dengan rumus:

$$D-W = \frac{\sum (e_t - e_{t-1})^2}{\sum e_t^2}$$

¹⁶ Dyah Nirmala Arum Janie, “*Statistik Deskriptif & Regresi Linier Berganda Dengan SPSS*”, (Semarang : Semarang University Press, 2012). 35-36

Tabel 3.2
Uji Statistik Durbin-Watson

Nilai Statistik d	Hasil
$0 < d < d_L$	Ada autokorelasi positif
$d_L \leq d \leq d_U$	Ragu-ragu
$D_U \leq d \leq 4 - d_U$	Tidak ada korelasi positif/negative
$4 - d_U \leq d \leq 4 - d_L$	Ragu-ragu
$4 - d_L \leq d \leq 4$	Ada korelasi negative

Uji autokorelasi hanya dilakukan pada data *time series* (runtut waktu) dan tidak perlu dilakukan pada data *cross section* seperti pada kuesioner di mana pengukuran semua variabel dilakukan secara serempak pada saat bersamaan. Model regresi pada penelitian di Fa Menara Kudus di mana periodenya akan dihitung lebih dari satu bulan maka dari itu penelitian ini menggunakan uji autokorelasi.

2) Analisis Deskriptif

Ada dua pendekatan ketika melakukan sebuah penelitian yaitu pendekatan analisis deskriptif dan pendekatan inferensial. Penelitian pada populasi tanpa adanya sampel dalam penelitian maka pendekatan yang digunakan hanya analisis deskriptif pada analisisnya, tetapi penelitian yang menggunakan sampel maka dapat menggunakan metode keduanya. Pada penelitian ini berfokus pada sampel dengan menggunakan metode analisis deskriptif. Analisis deskriptif adalah perhitungan statistik yang menggunakan penganalisaan, pendeskripsian data, dan memberi gambaran data yang telah dikumpulkan pada saat penelitian tanpa adanya maksud menarik kesimpulan untuk umum.

Pendeskripsian data sampel dalam penelitian ini tanpa pembuatan kesimpulan pada populasi dimana sampel itu diambil. Pendekatan dengan menggunakan metode Analisis deskriptif peneliti terlebih dahulu harus memperhatikan jenis data

yang diambil. Apabila peneliti menggunakan data diskrit, untuk penyajian data peneliti terlebih dahulu mencari frekuensi relative, frekuensi mutlak serta ukuran sentralnya (mean, median, modus).¹⁷

3) Analisis Regresi Linear Berganda

Penelitian ini menggunakan analisis linear berganda. Analisis linear berganda dimaksudkan untuk menguji pengaruh dua atau lebih variabel independen (*explanatory*) terhadap satu variabel dependen. Model ini mengasumsikan adanya hubungan satu garis lurus/linear antara variabel dependen dengan masing-masing prediktornya. Hubungan ini biasanya disampaikan dalam rumus:

$$Y = \alpha + \beta_1 X_1 + \beta_2 X_2 + \beta_3 X_3 + \beta_4 X_4 + \beta_5 X_5 + \varepsilon_i$$

Dimana:

Y = Kinerja keuangan/ ROA sebagai variabel dependen

α = Konstanta

$\beta_1 - \beta_5$ = Koefisien regresi variabel independen

X_1 = Struktur permodalan / CAR sebagai variabel independen

X_2 = Kualitas aset produktif / NPL sebagai variabel independen

X_3 = Rentabilitas / ROE sebagai variabel independen

X_4 = Efisiensi biaya / OCOR sebagai variabel independen

X_5 = Likuiditas / LDR sebagai variabel independen.

2. Pengujian Hipotesis

Tahapan-tahapan dalam melakukan pengujian hipotesis :

- Perumusan hipotesis (H_0 dan H_a).
- Penetapan tes statistik yang akan digunakan.
- Penetapan tingkat signifikan (misalnya 1%, 5%, atau 10%).

¹⁷ Sandu Santoyo, “*Dasar Metodologi Penelitian*”, (Sleman : Literasi Media Publishing 2015). 111

- d. Menganalisis perhitungan statistik (misalnya menggunakan program SPSS).
- e. Pengambilan kesimpulan.

Di dalam melakukan pengujian hipotesis perlu diperhatikan kemungkinan terjadinya kesalahan pada saat mengambil kesimpulan, yaitu dapat dilihat pada tabel berikut ini:¹⁸

Tabel 3.3
Pengujian Hipotesis

Hipotesis yang dibuat peneliti	Keadaan yang sebenarnya	
	Tidak Ada Hubungan	Terdapat Hubungan
Tidak ada hubungan Terdapat hubungan	Keputusan tepat keputusan Tipe I	Kesalahan Tipe II Keputusan Tepat

Pengujian hipotesis bertujuan untuk mengetahui apakah ada pengaruh signifikan secara individu dan bersama-sama antara variabel independen terhadap variabel dependen. Uji statistik meliputi Uji F dan Uji t dan R^2 .

a) Uji F (Uji Koefisien Regresi Secara Simultan)

Uji F digunakan untuk mengetahui apakah variabel independen (X_1, X_2, \dots, X_n) secara bersama-sama berpengaruh positif dan signifikan terhadap variabel dependen (Y). Apabila $F_{hitung} > F_{tabel}$ maka H_a diterima dan H_o ditolak yang menunjukkan bahwa variabel independen secara bersama-sama berpengaruh terhadap variabel dependen. Jika probabilitas $> 5\%$ berarti H_o ditolak.

b) Uji t (Uji Koefisien Regresi Secara Parsial)

Uji t digunakan untuk menguji apakah variabel -variabel independen (X_1, X_2, \dots, X_n)

¹⁸ Priyono, "Metodologi Penelitian Kuantitatif", (Jakarta : Zifatama Publishing, 2016). 155-156

secara parsial terhadap variabel dependen (Y). uji t pada penelitian ini menggunakan pengujian dua arah sehingga nilai kepercayaan 5% dibagi dua menjadi 0.025. Jika nilai signifikan < 0,05, maka H_0 ditolak, ada pengaruh signifikan antara variabel independen terhadap variabel dependen. Jika nilai signifikan > 0,05, maka H_0 diterima, tidak ada pengaruh signifikan antara variabel independen terhadap variabel dependen.

c) Menghitung Koefisien Determinasi (R^2)

Analisis determinasi dalam regresi linear berganda digunakan untuk mengetahui presentase sumbangan pengaruh variabel independen (X_1, X_2, \dots, X_n) secara serentak terhadap variabel dependen (Y). Koefisien Determinasi (R^2) untuk mengukur seberapa jauh kemampuan model dalam menerangkan variasi variabel terikat. Nilai koefisien determinasi adalah di antara nol dan satu. Nilai R^2 yang kecil berarti kemampuan variabel-variabel independen dalam menjelaskan variasi variabel dependen amat terbatas. Biasanya data yang memiliki nilai koefisien determinasi yang tinggi adalah data *time series*.

3. Uji Validitas dan Reliabilitas Instrumen

a. Uji Validitas

Cara mengetahui tes hasil belajar yang baik biasanya peneliti akan menggunakan Uji validitas. Ketepatan mengukur pada hasil tes belajar dapat diketahui dari dua segi, yang pertama dari segi itemnya dan dari segi totalitasnya. Berhasilnya pengukuran tes hasil belajar apabila peneliti tahu apa yang akan mereka ukur.¹⁹ Jadi uji validitas merupakan suatu uji untuk menunjukkan sejauh mana alat yang digunakan mempunyai ketepatan mengukur.

Instrumen dianggap memiliki validitas yang tinggi jika instrument tersebut benar-benar dapat

¹⁹ Sandu Santoyo, “Dasar Metodologi Penelitian”, (Sleman : Literasi Media Publishing 2015). 84

dijadikan alat untuk mengukur sesuatu secara tepat. Validitas merupakan ciri yang harus dimiliki oleh instrument pengukuran karena berhubungan langsung dengan dapat tidaknya data dipercaya kebenarannya.²⁰

Uji validitas dapat dilakukan untuk menghitung korelasi antar skor dengan skor konstruk. Uji validitas dilakukan dengan cara uji signifikansi yang membandingkan r_{hitung} dengan r_{tabel} untuk degree of freedom (df) = n-k. Dalam uji signifikansi n dapat disebut jumlah sampel dan k adalah jumlah konstruk. Apabila r_{hitung} lebih besar dari r_{tabel} maka korelasi antar skor dikatakan valid.

b. Uji Reliabilitas

Reliabilitas berasal dari kata reliability yang memiliki kata awal *rely* yang berarti percaya dan *reliable* yang berarti dapat dipercaya. Kepercayaan berhubungan dengan ketelitian dan konsisten. Hasil tes belajar dikatakan valid atau dapat dipercaya apabila adanya hasil pengukuran yang konsisten dan memiliki ketelitian yang tinggi.²¹ Jadi reliabilitas merupakan alat untuk mengukur kuesioner dalam suatu variabel.

Instrumen dapat dikatakan reliabel bilamana alat ukur yang digunakan secara berulang-ulang dengan subyek yang sama atau berbeda tetapi memiliki hasil yang konsisiten.²²

Uji reliabilitas instrument dilakukan secara bersama-sama melalui setiap pertanyaan. Jika nilai $\alpha > 0,60$ maka dikatakan reliabel. Sebaliknya jika nilai $\alpha < 0,60$ maka dikatakan tidak reliabel.

²⁰ Kuntjojo, "Metodologi Penelitian", (Kediri, Universitas Nusantara PGRI 2009), 36

²¹ Sandu Santoyo, *Dasar Metodologi Penelitian*, (Sleman : Literasi Media Publishing 2015), 91

²² Kuntjojo, "Metodologi Penelitian", (Kediri, Universitas Nusantara PGRI 2009), 37