

BAB III METODE PENELITIAN

A. Jenis dan Pendekatan

Jenis penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah penelitian lapangan (*field research*), yaitu penelitian yang secara langsung dilakukan di lapangan, pada kondisi nyata yang sesungguhnya di lapangan.¹ Pendekatan yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode kuantitatif dengan menggunakan kuesioner. Penelitian kuantitatif merupakan jenis studi yang menciptakan hasil yang mungkin diperoleh dengan menggunakan prosedur statistik atau cara kuantifikasi (pengukuran) lainnya. Fokus dalam pendekatan kuantitatif terletak pada gejala-gejala dengan ciri-ciri tertentu dari kehidupan manusia, yang disebut variabel. Pada pendekatan kuantitatif, sifat hubungan antar variabel dianalisis dengan teori objektif.²

B. Setting Penelitian

Tempat dilaksanakannya penelitian di Sultan Fried Chicken cabang Simpang 7 Kudus yang beralamatkan di Jl. Gatot Subroto No. 10, Magersari, Panjunan, Kec. Kota, Kabupaten Kudus. Dengan target pada konsumen yang melakukan pembelian di Sultan Fried Chicken Simpang 7 Kudus. Sedangkan untuk waktu penelitian dilakukan pada tanggal 22 Juni 2022 sampai dengan 22 Juli 2022.

C. Sumber Data

Sumber data ialah subjek dari mana data penelitian diperoleh atau dikumpulkan.³ Apabila penelitian yang dilakukan menggunakan kuesioner atau wawancara dalam pengumpulan data, maka sumber datanya disebut responden, yaitu orang-orang yang memberikan tanggapan dan menjawab pertanyaan baik tertulis maupun lisan. Penelitian ini menggunakan data primer dan sekunder sebagai berikut:

1. Data Primer

Data primer diperoleh dari responden melalui observasi dan wawancara, tujuannya adalah untuk

¹ Sulyanto, *Metode Penelitian Bisnis: untuk Skripsi, Tesis, dan Disertasi* (Yogyakarta: Andi, 2018), 16.

² V. Wiratna Sujarweni, *Metodologi Penelitian Bisnis dan Ekonomi* (Yogyakarta: Pustaka Baru Press, 2015), 39.

³ V. Wiratna Sujarweni, *Metodologi Penelitian Bisnis dan Ekonomi*, 44.

mengidentifikasi masalah yang ada, selanjutnya menggunakan kuesioner sesuai dengan sampel yang ditetapkan. Data primer yang dikumpulkan meliputi tanggapan konsumen tentang kualitas produk, kualitas pelayanan, harga, lokasi, dan keputusan pembelian pada Sultan Fried Chicken.

2. Data Sekunder

Data sekunder diperoleh dari perpustakaan dan data kawasan yang diteliti yakni Sultan Fried Chicken, kemudian dokumentasi dan artikel-artikel literatur yang relevan dengan penelitian yang sedang dilakukan. Data sekunder pada penelitian ini ialah kajian pustaka dan jurnal-jurnal tentang kualitas produk, kualitas pelayanan, harga, lokasi, dan keputusan pembelian.

D. Populasi dan Sampel

1. Populasi

Populasi ialah area generalisasi, yang meliputi: obyek/subyek dengan kualitas dan karakteristik tertentu, diidentifikasi atau ditentukan oleh peneliti untuk dipelajari dan diambil kesimpulannya.⁴ Populasi dalam penelitian ini adalah konsumen yang melakukan pembelian di Sultan Fried Chicken Simpang 7 Kudus.

2. Sampel

Sampel ialah bagian dari total populasi dengan ciri-ciri yang melekat padanya.⁵ Dengan kata lain, sampel adalah bagian dari atau yang bertindak sebagai wakil dari populasi, sehingga hasil penelitian yang diperoleh dari sampel dapat digeneralisasikan ke seluruh populasi. Metode pengambilan sampel yang digunakan pada penelitian ini menggunakan teknik *non-probability sampling* dengan pendekatan Sampling Insidental (*accidental sampling*) yaitu metode pengambilan sampel berdasarkan kebetulan atau secara acak, yaitu setiap orang dalam populasi yang bertemu dengan peneliti secara kebetulan/acak dapat digunakan sebagai sampel, bila orang yang kebetulan ditemui cocok dan bersedia menjadi responden untuk dijadikan sebagai sumber data.⁶

⁴ Sugiyono, *Statistika Untuk Penelitian* (Bandung: Alfabeta, 2013), 61.

⁵ Sugiyono, *Statistika Untuk Penelitian*, 62.

⁶ Sugiyono, *Statistika Untuk Penelitian*, 67.

Karena jumlah populasi dalam penelitian ini tidak diketahui secara pasti, maka dasar yang digunakan peneliti untuk pengambilan sampel menggunakan rumus Cochran sebagai berikut:⁷

$$n = \frac{Z^2 pq}{e^2}$$

Keterangan:

n = Jumlah sampel yang diperlukan

Z = Harga kurve normal untuk simpangan 5%, dengan nilai 1,96

p = Peluang benar 50% (0,5)

q = Peluang salah 50% (0,5)

e = Tingkat kesalahan sampel (*sampling error*) 10%

Diketahui bahwa jumlah konsumen pada Sultan Fried Chicken sebagai populasi tidak diketahui, perhitungan jumlah sampel menggunakan rumus diatas dengan *sampling error* sebesar 10%, maka perhitungannya sebagai berikut:

$$\begin{aligned} n &= \frac{(1,96)^2 (0,5) (0,5)}{(0,1)^2} \\ &= \frac{(3,8416) (0,5) (0,5)}{(0,01)} \\ &= 96,04 \end{aligned}$$

Berdasarkan hasil perhitungan, jumlah sampel yang didapat sebanyak 96,04 responden. Untuk memudahkan dalam penelitian, peneliti mengambil sampel sebanyak 100 responden yang berasal dari konsumen Sultan Fried Chicken Simpang 7 Kudus.

E. Desain dan Definisi Operasional Variabel

1. Desain Penelitian

Desain penelitian yaitu gambaran tentang seluruh proses yang dipergunakan dalam melakukan suatu penelitian, sehingga hasil penelitian dapat dilakukan dengan baik dan terstruktur dengan mengikuti langkah-langkah yang ada. Desain penelitian ialah prosedur dan metode perencanaan penelitian yang digunakan sebagai pedoman dalam mengembangkan strategi untuk membuat model atau rencana penelitian.⁸ Desain pada penelitian ini menggunakan desain

⁷ Sugiyono, *Metode Penelitian Tindakan Komprehensif* (Bandung: Alfabeta, 2015), 81-82.

⁸ V. Wiratna Sujarweni, *Metodologi Penelitian Bisnis dan Ekonomi*, 71.

penelitian asosiatif, yaitu penelitian yang bertujuan untuk menganalisis hubungan atau pengaruh antara dua variabel atau lebih.⁹

Variabel penelitian pada hakikatnya adalah apa yang peneliti definisikan untuk dipelajari guna memperoleh informasi tentang hal itu kemudian menarik kesimpulan. Dua variabel berikut digunakan dalam penelitian ini: (1) Variabel independen atau variabel bebas adalah variabel yang mempengaruhi atau yang menyebabkan variabel dependen (terikat) berubah atau muncul. Variabel bebas yang digunakan pada penelitian ini adalah kualitas produk (X_1), kualitas pelayanan (X_2), harga (X_3), dan lokasi (X_4). (2) Variabel dependen atau variabel terikat adalah variabel yang dipengaruhi atau dihasilkan dari keberadaan variabel independen. Variabel terikat yang digunakan pada penelitian ini adalah keputusan pembelian (Y).¹⁰

2. Definisi Operasional Variabel

Agar variabel-variabel yang diteliti dapat diukur, maka variabel tersebut perlu dioperasionalisasikan melalui indikator, kemudian diterjemahkan ke dalam kuesioner untuk dibagikan kepada responden menggunakan skala *likert*. Kemudian hasil kuesioner tersebut diolah dan dideskripsikan, tujuannya untuk mengetahui gambaran masing-masing variabel yang ada, sekaligus untuk mengetahui besarnya pengaruh antara variabel bebas terhadap variabel terikat, serta pembuktian hipotesis. Definisi operasional merupakan variabel penelitian yang bertujuan untuk memahami arti dari setiap variabel penelitian sebelum dilakukan pada sumber analisis, instrumen, dan sumber pengukuran.¹¹ Adapun variabel-variabel yang dioperasionalisasikan, seperti yang terlihat dalam tabel 3.1 sebagai berikut:

Tabel 3.1 Definisi Operasional Variabel

No	Variabel	Definisi Operasional	Indikator	Skala
1	Kualitas Produk (X_1)	Kemampuan suatu produk untuk memiliki	1. Kinerja 2. Fitur 3. Kesesuaian	<i>Likert</i> (1-5)

⁹ Suliyanto, *Metode Penelitian Bisnis: untuk Skripsi, Tesis, dan Disertasi*, 15.

¹⁰ Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D* (Bandung: Alfabeta, 2016), 38.

¹¹ V. Wiratna Sujarweni, *Metodologi Penelitian Bisnis dan Ekonomi*, 77.

No	Variabel	Definisi Operasional	Indikator	Skala
		ciri dan karakteristik yang menarik perhatian konsumen dan mampu memuaskan keinginan konsumen.	4. Daya tahan 5. Estetika. ¹²	
2	Kualitas Pelayanan (X2)	Seberapa jauh perbandingan antara kenyataan dan harapan konsumen atas layanan yang diterimanya.	1. Bukti fisik 2. Keandalan 3. Daya tanggap 4. Jaminan 5. Empati. ¹³	<i>Likert</i> (1-5)
3	Harga (X3)	Nilai suatu produk dalam arti uang yang harus dikeluarkan konsumen untuk mendapatkan produk yang diinginkan.	1. Keterjangkauan harga 2. Kesesuaian harga dengan kualitas produk 3. Daya saing harga 4. Kesesuaian harga dengan manfaat. ¹⁴	<i>Likert</i> (1-5)
4	Lokasi (X4)	Tempat dimana bisnis perusahaan untuk	1. Lalu lintas 2. Visibilitas 3. Akses	<i>Likert</i> (1-5)

¹² Owusu Alfred, "Influences Of Price And Quality On Consumer Purchase Of Mobile Phone In The Kumasi Metropolis In Ghana A Comparative Study", *European Journal of Business and Management* 5, no. 1 (2013): 184-185.

¹³ Rizza Anggita dan Hapzi Ali, "The Influence of Product Quality, Service Quality and Price to Purchase Decision of SGM Bunda Milk (Study on PT. Sarihusada Generasi Mahardika Region Jakarta, South Tangerang District)", *Scholars Bulletin* 3, no. 6 (2017): 263.

¹⁴ Dhea Febriana Elmiliarsari, "Pengaruh Harga dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Fried Chicken di Rocket Chicken Bandar Kota Kediri," *Jurnal At-Tamwil: Kajian Ekonomi Syariah* 2, no. 1 (2020): 74-75.

No	Variabel	Definisi Operasional	Indikator	Skala
		menyediakan produk bagi konsumen.	4. Tempat parkir 5. Lingkungan. ¹⁵	
5	Keputusan Pembelian (Y)	Tahap dalam proses keputusan dimana konsumen benar-benar membeli produk.	1. Kemantapan pada suatu produk 2. Kebiasaan dalam membeli produk 3. Memberikan rekomendasi kepada orang lain 4. Melakukan pembelian ulang. ¹⁶	<i>Likert</i> (1-5)

Sumber: berbagai literatur

F. Teknik Pengumpulan Data

Untuk mendapatkan data penelitian dilakukan dengan menggunakan teknik sebagai berikut:

1. Observasi

Observasi ialah melakukan pengamatan secara sistematis dan pencatatan terhadap gejala-gejala yang terjadi pada objek penelitian.¹⁷ Teknik pengumpulan data melalui observasi memiliki ciri khas tersendiri/spesifik, jika wawancara dan kuesioner selalu berkomunikasi dengan orang, maka pengamatan tidak terbatas pada orang, tetapi juga pada obyek alam lainnya. Observasi digunakan apabila pada penelitian melibatkan perilaku manusia, fenomena

¹⁵ Mohamad Assrory dan Mashariono, "Pengaruh Kualitas Layanan, Harga, Lokasi Terhadap Keputusan Pembelian Pada Lazizaa Chicken & Pizza di Jombang," *Jurnal Ilmu dan Riset Manajemen (JIRM)* 6, no. 10 (2017): 19.

¹⁶ Ary Dewi Saputri dan Agung Guritno, "The Effect of Product Quality, Brand Image, and Halal Labeling on Purchase Decisions with Purchase Intentions as Intervening Variables," *Annual International Conference on Islamic Economics and Business* 1 (2021): 365.

¹⁷ V. Wiratna Sujarweni, *Metodologi Penelitian Bisnis dan Ekonomi*, 94.

alam, proses kerja, dan ketika responden yang diamati tidak terlalu besar.¹⁸

2. Wawancara

Wawancara merupakan salah satu alat yang digunakan untuk memperoleh data lisan. Hal ini perlu dilakukan secara mendalam agar diperoleh data yang andal dan detail.¹⁹ Dalam penelitian ini, pengumpulan data dilakukan dengan melakukan wawancara langsung dengan para pemangku kepentingan di perusahaan, metode ini bertujuan untuk mendapatkan data tentang gambaran umum perusahaan dan lain-lain.

3. Kuesioner (Angket)

Kuesioner adalah metode pengumpulan data yang dilakukan dengan memberikan kepada responden serangkaian pernyataan tertulis yang harus mereka tanggap.²⁰ Peneliti dalam mendapatkan data dengan memberikan kuesioner secara langsung kepada konsumen yang berada di Sultan Fried Chicken.

Sedangkan alat ukur yang dipakai dengan menggunakan skala *likert*. Skala *likert* dalam penelitian ini menggunakan lima alternatif jawaban terhadap skor yang diberikan, yaitu:²¹

Tabel 3.2 Skala Likert

Alternatif Jawaban	Skor
Sangat Setuju	5
Setuju	4
Ragu-ragu	3
Tidak Setuju	2
Sangat Tidak Setuju	1

Sumber: Sugiyono, 2016

G. Uji Validitas dan Reliabilitas Instrumen

1. Uji Validitas

Uji validitas adalah pengujian yang dilakukan guna untuk mengukur validitas atau keabsahan suatu kuesioner. Suatu kuesioner dianggap valid jika pertanyaan-pertanyaan dalam kuesioner tersebut dapat mengungkapkan sesuatu yang

¹⁸ Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*, 145.

¹⁹ V. Wiratna Sujarweni, *Metodologi Penelitian Bisnis dan Ekonomi*, 94.

²⁰ Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*, 142.

²¹ Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*, 93.

akan diukur oleh kuesioner tersebut. Pengujian signifikansi dilakukan dengan membandingkan nilai r_{hitung} (nilai *Corrected item-Total Correlation* pada *output Cronbach alpha*) dengan r_{tabel} untuk *degree of freedom* (df) = $n - 2$ (n adalah jumlah sampel). Untuk mengetahui apakah suatu item akan digunakan, biasanya dilakukan uji signifikansi koefisien korelasi pada taraf signifikansi 0,05 yang berarti suatu item dianggap valid jika memiliki korelasi yang signifikan terhadap skor keseluruhan. Jika $r_{hitung} > r_{tabel}$ dan memiliki korelasi positif, maka item, pertanyaan, atau variabel tersebut dinyatakan valid.²²

2. Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas dilakukan terhadap butir-butir soal yang dinyatakan valid. Uji ini digunakan untuk mengukur kuesioner yang merupakan indikator dari suatu variabel atau konstruk. Suatu indikator dianggap reliabel atau handal jika respon seseorang terhadap suatu pertanyaan konsisten dari waktu ke waktu. Suatu alat dikatakan reliabel jika dapat mengungkapkan data yang dapat dipercaya dan benar. Uji reliabilitas dalam penelitian ini mengukur reliabilitas dengan uji statistik *Cronbach's Alpha* (α). Suatu konstruk atau variabel dianggap reliabel jika menghasilkan nilai *Cronbach's Alpha* > 0.60 , Jika *Cronbach's Alpha* > 0.60 , maka pertanyaan tersebut dinyatakan reliabel, atau konstruk atau variabelnya dinyatakan reliabel. Sebaliknya jika *Cronbach's Alpha* < 0.60 , maka pertanyaan tersebut dinyatakan tidak reliabel.²³

H. Uji Asumsi Klasik

1. Uji Normalitas

Uji normalitas digunakan untuk mengetahui apakah variabel pengganggu atau variabel residual berdistribusi normal dalam model regresi. Diketahui uji t dan F mengasumsikan bahwa residual mengikuti distribusi normal. Jika asumsi ini tidak terpenuhi, maka uji statistik tidak valid untuk ukuran sampel yang kecil. Ada dua cara untuk mengetahui apakah residual berdistribusi normal atau tidak, yaitu melalui analisis grafik dan uji statistik. Dalam

²² Imam Ghazali, *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS 25 Edisi 9* (Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro, 2018), 51-52.

²³ Imam Ghazali, *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS 25 Edisi 9*, 45-46.

menganalisis suatu grafik, normalitas dapat ditentukan dengan melihat sebaran data (titik) sepanjang sumbu diagonal grafik, atau dengan melihat histogram dari residualnya.²⁴ Uji *Kolmogorov-Smirnov* digunakan untuk menguji normalitas dalam uji statistik non-parametrik. Uji *Kolmogorov Smirnov* digunakan untuk menentukan apakah distribusi data mengikuti distribusi normal, *poisson*, seragam, atau eksponensial. Dalam hal ini, mencari tahu apakah distribusi residual terdistribusi normal. Residual berdistribusi normal jika nilai signifikansinya lebih besar dari 0,05.²⁵

2. Uji Heteroskedastisitas

Uji heteroskedastisitas bertujuan untuk memeriksa/menguji perbedaan varians residual dari satu periode pengamatan ke periode pengamatan lainnya dalam suatu model regresi. Jika masih terdapat varians residual dari satu pengamatan ke pengamatan lain, disebut homoskedastisitas, dan jika berbeda disebut heteroskedastisitas. Model regresi yang baik adalah model yang memenuhi persyaratan homoskedastisitas atau tidak terjadi heteroskedastisitas.²⁶

Agar mengetahuinya dapat menggunakan metode *scatterplot* dengan memasukkan ZPRED pada kolom X dan SRESID pada kolom Y. Pengecekan tanda heteroskedastisitas juga dapat dilakukan dengan menggunakan uji *Glejser*. Uji *Glejser* dilakukan dengan meregresi variabel independen/bebas ke nilai absolut residual. Jika nilai signifikansi antara variabel bebas dan residual absolut lebih besar dari 0,05, maka tidak terjadi masalah heteroskedastisitas.²⁷

3. Uji Multikolinearitas

Uji multikolinearitas diperlukan untuk mengetahui apakah suatu model regresi menemukan korelasi antara variabel bebas (independen) atau tidak. Model regresi yang baik seharusnya tidak memiliki korelasi antar variabel bebas. Jika variabel bebas berkorelasi, maka variabel tersebut tidak

²⁴ Imam Ghazali, *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS 25 Edisi 9*, 161-166.

²⁵ Duwi Priyatno, *Cara Kiat Belajar Analisis Data dengan SPSS 20* (Yogyakarta: ANDI, 2012), 147.

²⁶ Imam Ghazali, *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS 25 Edisi 9*, 137-142.

²⁷ Duwi Priyatno, *Cara Kiat Belajar Analisis Data dengan SPSS 20*, 158.

ortogonal. Variabel ortogonal merupakan variabel bebas dengan korelasi nol antar variabel bebas. Deteksi ada tidaknya gejala multikolinearitas pada model regresi penelitian ini dapat dilakukan dengan memeriksa nilai *Tolerance* dan nilai *Variance Inflation Factor* (VIF). Nilai yang biasa digunakan untuk menunjukkan adanya multikolinearitas adalah nilai *Tolerance* $\leq 0,10$ atau sama dengan nilai $VIF \geq 10$. Jika nilai *tolerance* $> 0,10$ atau nilai $VIF < 10$.²⁸

4. Uji Autokorelasi

Uji autokorelasi dalam model regresi linear bertujuan untuk mengetahui ada tidaknya korelasi antara variabel pengganggu pada suatu periode tertentu dengan variabel sebelumnya. Jika terdapat korelasi, maka disebut masalah autokorelasi. Pengujian yang digunakan untuk mendeteksi ada atau tidaknya autokorelasi dapat dilakukan dengan uji *Durbin-Watson* (DW test). Uji *Durbin-Watson* hanya digunakan untuk autokorelasi tingkat satu (*first orde autocorrelation*) dan membutuhkan *intercept* (konstanta) dalam model regresi, dan tidak ada variabel tambahan diantara variabel bebas. Uji *Durbin-Watson* dilakukan dengan membandingkan nilai *Durbin-Watson* dari hasil regresi dengan nilai tabel *Durbin-Watson*.²⁹

I. Teknik Analisis Data

Analisis data pada penelitian kuantitatif adalah kegiatan setelah mengumpulkan data dari responden. Kegiatan analisis data meliputi: pengelompokkan data berdasarkan variabel dan jenis responden, tabulasi data variabel untuk semua responden, penyajian data untuk setiap variabel yang diteliti, melakukan perhitungan untuk menjawab suatu rumusan masalah, dan melakukan perhitungan untuk menguji hipotesis yang diajukan.³⁰

Pengolahan dan analisis data dalam penelitian ini menggunakan program SPSS versi 25 yang digunakan untuk menghitung nilai statistik berupa uji kualitas data, uji regresi linier berganda, uji asumsi klasik, dan uji hipotesis. Data tersebut

²⁸ Imam Ghozali, *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS 25 Edisi 9*, 107-108.

²⁹ Imam Ghozali, *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS 25 Edisi 9*, 111-112.

³⁰ Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D*, 147.

akan disajikan dalam bentuk tabel dan grafik agar mudah dipahami.

1. Analisis Regresi Linier Berganda

Analisis regresi linier berganda yaitu hubungan linier antara dua atau lebih variabel bebas dengan variabel terikat, analisis untuk memprediksi nilai variabel terikat jika nilai variabel bebas bertambah atau berkurang, dan menentukan arah hubungan antara variabel bebas dengan variabel terikat, terlepas dari apakah masing-masing variabel bebas memiliki hubungan positif atau negatif.³¹ Untuk menunjukkan kebenaran pengaruh variabel bebas dan variabel terikat digunakan analisis regresi, dimana variabel bebas adalah kualitas produk (X_1), kualitas pelayanan (X_2), harga (X_3), lokasi (X_4) dan variabel terikat keputusan pembelian (Y). Model regresi linear berganda terlihat seperti ini:

$$Y = \alpha + \beta_1 X_1 + \beta_2 X_2 + \beta_3 X_3 + \beta_4 X_4 + e$$

Keterangan:

Y = Keputusan Pembelian

α = Konstanta

$\beta_1 \beta_2 \beta_3 \beta_4$ = Koefisien Regresi

X_1 = Kualitas Produk

X_2 = Kualitas Pelayanan

X_3 = Harga

X_4 = Lokasi

e = *Standard Error*

2. Koefisien Determinasi (R^2)

Uji koefisien determinasi (Uji R^2) bertujuan untuk mengukur sejauh mana variabel independen dapat menjelaskan perubahan variabel dependen secara parsial atau simultan. Koefisien determinasi digunakan untuk menguji kecocokan atau *goodness-fit* dari model regresi. Koefisien determinasi digunakan untuk mengetahui persentase pengaruh variabel independen terhadap variabel dependen secara bersamaan, koefisien ini menunjukkan sejauh mana persentase variasi variabel independen yang digunakan dalam model dapat menjelaskan variasi variabel dependen.³²

3. Uji Signifikansi Simultan (Uji Statistik F)

Uji-F adalah uji signifikansi suatu persamaan yang digunakan untuk menentukan apa pengaruh variabel

³¹ Duwi Priyatno, *Paham Analisa Statistik Data dengan SPSS* (Yogyakarta: MediaKom, 2010), 61.

³² Duwi Priyatno, *Paham Analisa Statistik Data dengan SPSS*, 66.

independen (X) secara bersama-sama terhadap variabel dependen (Y). Pengujian dalam penelitian ini menggunakan taraf signifikansi atau tingkat kepercayaan 0,05. Jika dalam penelitian terdapat tingkat signifikansi lebih kecil dari 0,05 atau F_{hitung} lebih besar dari F_{tabel} , maka semua variabel independen secara simultan berpengaruh signifikan terhadap variabel dependen. Jika nilai signifikansi $< 0,05$ dan $F_{hitung} > F_{tabel}$, maka semua variabel bebas mempengaruhi variabel terikat. Jika nilai signifikansi $> 0,05$ dan $F_{hitung} < F_{tabel}$, maka semua variabel bebas tidak mempengaruhi variabel terikat.³³

4. Uji Signifikansi Parsial (Uji Statistik t)

Uji-t adalah uji koefisien regresi parsial individual yang digunakan untuk mengetahui apakah variabel bebas (X) berpengaruh secara parsial terhadap variabel terikat (Y). Pengujian pada data penelitian ini menggunakan taraf signifikansi 0,05. Pada taraf signifikansi 5%, kriteria pengujiannya adalah sebagai berikut: jika nilai signifikansi $< 0,05$ dan $t_{hitung} > t_{tabel}$, berarti terdapat pengaruh yang signifikan terhadap variabel dependen antara variabel independen. Kemudian jika nilai signifikansi $> 0,05$ dan $t_{hitung} < t_{tabel}$, hal ini berarti tidak terdapat pengaruh yang signifikan terhadap variabel dependen antar variabel independen.³⁴

³³ V. Wiratna Sujarweni, *Metodologi Penelitian Bisnis dan Ekonomi*, 162-164.

³⁴ V. Wiratna Sujarweni, *Metodologi Penelitian Bisnis dan Ekonomi*, 161-162.