

BAB III METODE PENELITIAN

A. Jenis dan Pendekatan Penelitian

Penelitian kali ini merupakan penelitian langsung atau bisa dikatakan penelitian lapangan. *Field research* merupakan penelitian guna memperoleh informasi secara langsung dari responden yang ada di lapangan.¹

Menurut Sugiyono, Cara berpikir positivisme adalah cara berpikir yang melihat realitas, indikasi, kekhasan yang dapat dikelompokkan, umumnya tetap, konkret, terdeteksi, terukur dan keanehan kausal. Studi ini menggunakan teknik eksplorasi kuantitatif karena untuk membuat bukti eksperimental, memeriksa dan mengklarifikasi dampak gaya hidup, penilaian nilai, dan lingkungan toko tanpa banyak pertimbangan pembelian.

Eksplorasi ini dimulai dengan melihat spekulasi-spekulasi yang ada dimana penyebab munculnya isu-isu tersebut. Masalah tersebut setelah itu dicoba untuk diputuskan diterima atau diberhentikan berdasarkan informasi yang didapat dari lapangan.

B. Sumber Data Penelitian

Sumber informasi memegang peranan vital karena dengan sumber informasi tentu diperoleh data guna dimanfaatkan guna data tersebut diperkenalkan untuk penelitian ini. Jadi sumber informasi dalam penelitian kali ini yaitu:

1. Sumber data primer

Hermawan menyatakan data primer ialah informasi yang diperoleh para peneliti untuk merespon masalah dan tujuan pemeriksaan dilakukan dalam pemeriksaan eksplorasi, ekspresif dan kausal dengan mengarahkan strategi pemilahan informasi sebagai gambaran dan persepsi. Dalam ulasan ini, informasi penting diperoleh dari menyebarkan survei pelanggan Millenia Cellular.

¹Iqbal Hasan, *Analisis Data Penelitian dengan Statistik*, (Jakarta: PT. Bumi Aksara, 2004),5.

2. Sumber data sekunder

Data sekunder merupakan informasi yang didapat dari dokumen instansi/lembaga, publikasi dan kajian serta sumber data lain yang perlu disempurnakan. Data sekunder diperoleh penulis dari dokumen, arsip, buku kepastakaan, dan media alternatif lain yang relevan dengan permasalahan yang menjadi pembahasan dalam penelitian ini. Data berasal dari dokumen pendukung penelitian, pengamatan Millenia Cellular, buku, dan jurnal penelitian.

C. Populasi dan Sampel

1. Populasi

Populasi penelitian merupakan wilayah generalisasi yang terdiri atas: obyek/subyek yang memiliki kualitas dan karakteristik tertentu yang ditentukan oleh peneliti guna dipelajari dan setelah diambil kesimpulannya.² Dalam ulasan ini, populasinya adalah pembeli Millenia Cellular, dengan demikian populasi ini adalah yang tidak memiliki batasan karena tidak dapat ditentukan dengan pasti jumlah pelanggan asli yang melakukan transaksi di Millenia Cellular Kudus.

2. Sampel

Tes ujian sangat penting untuk semua orang. Sebagai komponen masyarakat, contoh memberikan citra asli masyarakat. Mengambil contoh dari suatu populasi disebut pengujian. Populasi yang diperiksa saat mengatur peninjauan dikenal sebagai populasi objektif, sedangkan populasi yang terkonsentrasi saat menyelesaikan pemeriksaan dikenal sebagai populasi pengujian. Kepastian contoh dalam penelitian ini menggunakan prosedur pemeriksaan non-kemungkinan melalui pengujian *purposive sampling* yaitu antara lain usia, status, agama, pendidikan, pekerjaan, pendapatan. Pemeriksaan *nonprobability* adalah metode pemeriksaan yang tidak memberikan pintu terbuka yang

² Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif dan Kualitatif, dan R& D*, (Bandung: Alfabeta, 2013), 80.

sama kepada setiap individu dari masyarakat untuk dipilih sebagai individu dari contoh. Sedangkan inspeksi bertujuan adalah suatu pendekatan untuk mengambil contoh dengan memanfaatkan tindakan-tindakan tertentu perenungan. Dalam penelitian ini dikarenakan populasi tidak diketahui, sehingga sebagai penentu jumlah pengujian, ilmuwan menggunakan persamaan Lemeshow yang direncanakan sebagai berikut:

n: jumlah darisampel yang dicari.

z: nilai tabel normal dengan alpha tertentu.

p: estimasimaksimal: 0,5.

d: alpha/sampling eror.

Nilai Alpha dalam penelitian ini adalah 10% atau 0,1.

Maka bias diketahui nilai dari z jika dilihat sesuai dari tabel normal yaitu 1,96.

$$n = \frac{z^2 P (1- P)}{d^2}$$

$$n = \frac{1,96^2 \cdot 0,5 (1- 0,5)}{0,1^2}$$

$$n = \frac{3,8416 \cdot 0,25}{0,01}$$

$$n = 96,04$$

Sehingga menurut rumus tersebut, didapatkan jumlah sampel sebesar 96,04 sehingga dibulatkan menjadi 96. Kemudian mendapat sampel penelitian dari konsumen Millenia Cellular Kudus.

D. Desain dan Definisi Operasional Variabel

1. Variabel Penelitian

Variabel adalah karakteristik orang, benda atau berbagai peristiwa dalam nilai-nilai yang ditemukan pada orang, objek atau peristiwa.³

Variabel yang digunakan dalam penelitian dapat diklasifikasikan menjadi dua yaitu:

³Ismail Nurdin, Sri Hartati, *Metodologi Penelitian Sosial*,(Surabaya: Media Sahabat Cendekia, 2019),110.

a. Variabel bebas (independen)

Variabel Independen atau variabel bebas adalah variabel yang memengaruhi maupun yang menjadi sebab perubahannya atau timbulnya variabel dependen (terikat). Adapun variable independen dalam penelitian ini adalah *life style*, persepsi harga, atmosfer toko.

b. Variabel terikat (dependen)

Variabel Dependen atau variabel terikat adalah variabel yang dipengaruhi atau yang menjadi akibat, karena adanya variabel bebas.⁴ Adapun variable dependen dalam penelitian ini adalah pembelian impulsif.

2. Definisi Operasional Variabel

Definisi operasional variable adalah suatu definisi mengenai faktor-faktor yang terbentuk dilihat dari atribut-atribut faktor-faktor tersebut yang bias diperhatikan.⁵

Tabel 3. 1 Variabel dan Indikator Penelitian

No.	Variabel	Definisi	Indikator
1.	<i>Life Style</i>	Gaya hidup ditafsirkan sebagai cara hidup yang diidentifikasi dengan bagaimana orang menggunakan waktu mereka, apa yang dipikirkan tentang diri mereka sendiri dan juga dunia di sekitar. ⁶	a. Aktifitas <i>Activity</i> atau aktifitas yang meminta konsumen guna mengidentifikasi kan apa yang mereka perbuat, apa yang mereka beli, dan bagaimana mereka

⁴Sugiono, "Metode Penelitian Bisnis Pendekatan Kuantitatif, Kuantitatif dan R&D"(Bandung: Alfabeta, 2009), 59.

⁵ Saifuddin Azwar, 74.

⁶Lizamary Angelina Darma dan Edwin Japarianto, "Analisa Pengaruh *Hedonic Shopping Value* terhadap *Impulse Buying* dengan *Shopping Life style* dan *Positive Emotion* sebagai Variabel *Intervening* Pada *Mall Ciputra World Surabaya*," *Jurnal Manajemen Pemasaran* 8, no. 2 (2014): 81.

No.	Variabel	Definisi	Indikator
			<p>menggunakan waktu mereka.</p> <p>b. Ketertarikan Fokus terhadap preferensi dan prioritas konsumen disaat mengambil keputusan.</p> <p>c. Pendapat Bedakan perspektif dan sentimen tentang subjek dunia saat ini, lingkungan terdekat, moral, moneter, sosial, dan peristiwa pola. Penilaian adalah penilaian setiap pembelanja yang berasal dari mereka sendiri. Cara hidup akan tercipta dalam setiap aspek (<i>activity, interest, opinion</i>).⁷</p>
2.	Persepsi Harga	Definisi Persepsi harga (<i>price perceptions</i>) menghubungkan dengan bagaimana data nilai	<p>a. Keterkaitan harga dengan kualitas produk</p> <p>b. Keterkaitan</p>

⁷Nugraha J. Setiadi, *Perilaku Konsumen Perspektif Kontemporer pada Motif, Tujuan, dan Keinginan Konsumen*, (Jakarta: Kencana Prenada Media Group, 2013), 80-82.

No.	Variabel	Definisi	Indikator
		<p>dirasakan oleh pembeli dan memberikan arti penting yang mendalam bagi mereka. Cara untuk menghadapi pemahaman wawasan nilai adalah peluang data, dicanangkan oleh Jacoby dan Olson. Mereka menggambarkan suatu pendekatan guna mendeskripsikan dampak harga pada sebuah produk maupun pembelian dengan keterlibatan tinggi. Pada dasarnya, metode ini menunjukkan bahwa informasi harga diterima baik secara visual maupun audio. Informasi tersebut kemudian dipahami secara utuh, yaitu melalui informasi yang dipelajari dan dialami sebelumnya, informasi tersebut diterjemahkan dan dibuat bermakna dari simbol-simbol harga.⁸</p>	<p>harga dengan manfaat c. Harga bersaing⁹</p>

⁸ Danang Sunyoto, "Perilaku Konsumen (Panduan Riset Sederhana untuk Mengenali Konsumen)", (Yogyakarta: CAPS, 2013),179-180

No.	Variabel	Definisi	Indikator
3.	Atmosfer Toko	<i>Store atmosphere</i> merupakan kombinasi dari informasi fisik yang direncanakan, dapat dikatakan <i>storeatmosphere</i> merupakan perubahan desain lingkungan pembelian yang menghasilkan efek emosional khusus dan dapat menyebabkan konsumen membeli. ¹⁰	<ul style="list-style-type: none"> a. Sebuah. Kualitas pegawai b. Jenis produk dan ketebalan c. Jenis dan ketebalan perangkat keras tetap d. Suara e. Aroma f. Faktor visual¹¹
4.	Pembelian Impulsif	Pembelian impulsif adalah ketika seorang konsumen tiba-tiba memiliki keinginan yang kuat dan kuat untuk membeli sesuatu sesegera mungkin. Pembelian impulsif sering dilakukan dengan mengabaikan perenungan di atasnya ¹²	<ul style="list-style-type: none"> a. Pembelian impulsif murni. Dikelola tanpa pengaturan atau tampak tiba-tiba. b. Pembelian spontan setelah mendapat penjelasan manfaat produk. c. Dapat menahan diri untuk bias meredam pembelian impulsif

¹⁴ Muharam dan Soliha, "Kualitas Produk, Citra Merek, Persepsi Harga dan Keputusan Pembelian Konsumen Honda Mobilio", *Proseding Seminar Nasional Multi Disiplin Ilmu & Call For Papers UNISBANK*, (2017): 757

⁹

¹⁰Bob Foster, *Manajemen Ritel*, (Bandung: Alfabeta, 2008), 61.

¹¹Charles W. Lamb, dkk, *Pemasaran I*, (Jakarta:Salemba Empat, 2001), 108.

¹² Cristina Whidya Utami, *Manajemen Ritel: Strategi dan Implementasi Operasional Bisnis Ritel Modern di Indonesia*, 67.

No.	Variabel	Definisi	Indikator
			<p>d. <i>Reminder impulse buying</i>. membeli item karena Anda sudah mengetahuinya</p> <p>e. <i>Suggestion impulse buying</i>. Pembelian yang muncul karena ide</p> <p>f. <i>Planned impulse buying</i> (pembelian tergantung pada kondisi penjualan).¹³</p>

E. Uji Validitas dan Reliabilitas Instrumen

1. Uji Validitas

Uji validitas berguna untuk mengukur legitimasi survei. Sebuah jajak pendapat seharusnya, dengan asumsi pertanyaan pada survei dapat mengklarifikasi sesuatu yang akan diperkirakan oleh survei.¹⁴

Menurut Ghazali, legitimasi dapat diperkirakan dimana memakai tiga cara yang berbeda, untuk lebih spesifik dengan menggunakan tes yang menghubungkan skor pertanyaan dengan skor

¹³ Cristina Whidya Utami, *Manajemen Ritel: Strategi dan Implementasi Operasional Bisnis Ritel Modern di Indonesia*, 68.

¹⁴ Imam Ghozali, *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS 21 Update PLS Regresi*, 7th edn, (Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro, 2013), 52.

membangun, menggunakan hubungan bivariat dan pengujian dengan CFA.¹⁵

Dalam ulasan ini, peneliti menggunakan uji legitimasi dimana penggunaan tes bivariat sebab kerap dipakai analis lain. Selain itu, tes bivariat sesuai untuk dipakai dalam penelitian dengan banyak hal penyelidikan.

Bivariat Pearson atau hubungan item kedua individual, adalah tes yang diarahkan dengan menghubungkan bivariat antara setiap skor penanda dan skor build lengkap. Persamaan uji individu bivariat adalah sebagai berikut::

$$r_{xy} = \frac{n \sum xy - \sum x \sum y}{\sqrt{N \sum x^2 - (\sum x)^2} \sqrt{N \sum y^2 - (\sum y)^2}}$$

Keterangan:

r_{xy} = Koefisien korelasi.

x = Skor item.

y = Skor total.

n = Banyaknya subjek.

Syarat dari pengujian ini yaitu:

- a. Apabila r hitung $>$ r tabel (dengan sig 0,05) instrumen atau soal tersebut memiliki hubungan yang sangat besar dengan skor ketuntasan dan dinyatakan sah.
- b. Apabilah hitung $<$ r tabel (dengan sig 0,05) instrumen atau soal tersebut pada dasarnya tidak terkait dengan skor habis-habisan dan dinyatakan tidak sah.

2. Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas adalah proporsi kekuatan dan konsistensi responden dalam menjawab pertanyaan dalam survei. Motivasi di balik tes ini adalah untuk melihat apakah penanda ujian dapat diandalkan untuk alat pengumpul informasi atau tidak.

¹⁵Imam Ghozali, *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS 21 Update PLS Regresi*, 7th edn, 55.

Sebuah kuesioner dikatakan *reliable* atau handal jika respon seseorang pada pertanyaan yaitu stabil dari masa ke masa.¹⁶ Mengukur reliabilitas menurut Ghazali yaitu bias dilakukan dengan menggunakan dua cara, yaitu *repeated measure* (pengukuran ulang) dan *one shot* (pengukuran sekali).¹⁷

Dalam tinjauan ini, analisis memutuskan untuk menggunakan strategi pengukuran sekali dengan alasan bahwa instrumen eksplorasi adalah sebagai polling matematika. Juga teknik pengukuran sekali lebih kuat daripada estimasi yang diulang. Sesuai Ghazali, estimasi pengukuran sekali harus dimungkinkan dengan uji faktual alfa *Cronbach*. Dengan persamaan *Cronbach* alpha sebagai berikut::

$$r_{11} = \frac{n}{n-1} \left(1 - \frac{\sum_{i=1}^n s_i^2}{s_r^2} \right)$$

Keterangan:

r_{11} = Koefisien reabilitas.

n = Butir soal.

s_i^2 = Varian *score* total ke- i.

s_r^2 = Varian *score* total.

Persyaratandalam mengambil keputusan adalah:

1. Apabila diketahui nilai alpha > 0,60 maka reliabel.
2. Apabila diketahui nilai alpha < 0,60 maka tidak reliabel.

F. Teknik Pengumpulan Data

Informasi pada penelitian ini diperoleh dari data penting. Informasi esensial adalah suatu informasi yang ditangani oleh ilmuwan itu sendiri, yang mana informasi diperoleh secara langsung dari objek yang diteliti. Pemilahan informasi dalam penelitian ini diarahkan dengan memberikan survei kepada responden. Jajak pendapat

¹⁶Imam Ghazali, *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS 21 Update PLS Regresi*, 7th edn, 47.

¹⁷Imam Ghazali, *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS 21 Update PLS Regresi*, 7th edn, 48.

adalah strategi bermacam-macam informasi, yang diakhiri melalui pemberian beberapa pertanyaan yang diatur dengan efisien kepada responden.

Penyebab analis memilih polling sebagai strategi pengumpulan informasi adalah karena menurut Erwin, penggunaan survei memiliki beberapa manfaat, terutama untuk pengumpulan informasi dari berbagai responden yang sangat sangat besar jumlahnya dan informasi yang dikumpulkan lebih mudah untuk dibedah.

Dalam menyiapkan survei ini, analis yang digunakan adalah skala ordinal dengan jenis skala *likert*. *Skala likert* merupakan skala yang berguna untuk melihat mentalitas dan penilaian individu atau perkumpulan tentang kekhasan sosial.

Analis menggunakan skala *likert* sebagai skala estimasi karena menurut Sugiyono, secara lahiriah skala *likert* lebih menarik serta mudah diisi oleh responden. Sehingga pemanfaatan skala likert ini semakin memudahkan responden dalam menjawab survei.

Skor skala *likert* dalam penelitian ini menggunakan 4 poin evaluasi dimana nilai 1 menunjukkan sangat menyimpang, 2 menunjukkan tidak setuju, 3 menunjukkan setuju dan 4 menunjukkan sangat setuju.

Pemanfaatan 4 tempat dalam skala *likert* ini, diharapkan analis agar responden dapat menentukan perspektifnya dan tidak memilih tanggapan nonpartisan dalam mencatat survei. Dengan tujuan agar para ahli dapat menemukan solusi yang tegas dari para responden.

G. Teknik Analisis Data

1. Uji Asumsi Klasik

Uji asumsi klasik dalam penelitian ini yaitu meliputi uji normalitas, uji linieritas, uji multikolinieritas dan uji heteroskedastisitas. Tes ini berguna untuk menentukan situasi informasi dengan tujuan agar didapatkan model pemeriksaan yang tepat.

a. Uji Normalitas

Uji normalitas adalah tes yang dimaksudkan untuk memutuskan penggunaan

informasi di antara faktor-faktor yang akan digunakan dalam tinjauan. Informasi yang bagus dan pas digunakan dalam penelitian ini adalah informasi yang disampaikan secara teratur. Sebagaimana dikemukakan oleh Ghazali, ada dua metode untuk menguji keteraturan informasi, yaitu uji grafis dan uji faktual. Tes grafik adalah metode paling sederhana untuk melihat keteraturan dengan memeriksa diagram. Investigasi diagram harus dimungkinkan dengan uji grafik probabilistik. Namun, tes ini tidak ditentukan karena mungkin memicu perbedaan dalam penemuan antara spesialis. Oleh karena itu, dalam hal ini spesialis ingin menggunakan tes faktual untuk menguji kebenaran informasi. Menurut Ghazali, uji coba faktual keteraturan dapat dilakukan dengan menggunakan prosedur uji Satu Sampel Kolmogorov-Smirnov. Kolmogorov-Smirnov salah satu contoh prosedur tes adalah tes yang melihat penyebaran informasi yang akan dicoba dengan dispersi tipikal standar. Berikutnya adalah premis pemeriksaan yang digunakan dalam tes Kolmogorov-Smirnov:

- 1) Apabila nilai signifikansi $>$ taraf nyata (0.05), maka pendistribusian dari data dinyatakan normal.
- 2) Apabila nilai signifikansi $<$ taraf nyata (0.05), maka pendistribusian data dinyatakan tidak normal.¹⁸

b. Uji Linearitas

Tes linieritas dirancang untuk menentukan apakah Rincian model yang digunakan adalah benar. Informasi yang bagus harus memiliki hubungan yang lurus antara variabel otonom dan variabel terikat. Menurut Ghazali, ada tiga tes yang dapat mengukur linearitas, khususnya uji Watson, uji Ramsey, dan uji pengali Lagrange. Tidak

¹⁸V. Wiratna Sujarweni, *SPSS untuk Penelitian*, 55.

disebutkan tes mana yang luar biasa, namun dalam penelitian ini para ilmuwan memutuskan untuk menggunakan tes Ramsey karena telah sering digunakan oleh para ahli sebelumnya. Uji Ramsey adalah pengujian yang dimaksudkan untuk membuat F yang ditentukan sebagai langkah uji linieritas. Tes Ramsey dibentuk sebagai berikut:

$$F \text{ hitung} = \frac{(R_{\text{square new}} - R_{\text{square old}})}{\frac{m}{(1 - R_{\text{square new}})} \cdot (n - k)}$$

Keterangan:

- m = Jumlah dari variabel bebas yang baru masuk
- n = Jumlah semua data observasi
- k = Banyaknya parameter dalam persamaan baru
- Rsquare new = Nilai Rsquare dari persamaan yang baru
- Rsquare old = Nilai Rsquare dari persamaan yang lama

Dengan syarat sebagai berikut:¹⁹

- 1) Jika F hitung > F tabel, maka hipotesis ditolak
- 2) Jika F hitung < F tabel, maka hipotesis diterima

c. Uji Multikolineritas

Uji multikolineritas berencana untuk memutuskan apakah ada hubungan yang tinggi antara faktor otonom dalam banyak model kekambuhan langsung. Jika ada hubungan yang tinggi, hubungan antara variabel otonom dan variabel terikat akan terganggu. Menurut Ghazali dan Wiratna, uji multikolineritas dapat diuji dengan menggunakan nilai tolerance dan VIF. Dengan syarat jika VIF yang dihasilkan diantara 1-10 maka tidak terjadi multikolineritas.²⁰

¹⁹V. Wiratna Sujarweni, *SPSS untuk Penelitian*, 61.

²⁰V. Wiratna Sujarweni, *SPSS untuk Penelitian*, 185.

d. Uji Heteroskedastisitas

Menurut Ghozali, uji heteroskedastisitas bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi terjadi ketidaksamaan varian, dari residual satu pengamat ke pengamat yang lain.²¹ Jika fluktuasi residual dimulai dari satu penonton kemudian ke penonton berikutnya konsisten, disebut homoskedastisitas dan dengan asumsi berbeda disebut heteroskedastisitas. Model kekambuhan yang layak adalah model kekambuhan homoskedastisitas atau tidak ada heteroskedastisitas, dalam hal ini berkonsentrasi pada informasi yang digunakan untuk mengumpulkan informasi menangani ukuran yang berbeda. Sebagaimana dikemukakan oleh Ghazali, ada dua metode pengujian heteroskedastisitas, yaitu menggunakan uji diagram dan uji faktual (uji Park, Glejser dan White). Namun demikian, pengujian yang melalui uji diagram memiliki kekurangan yang sangat besar, karena jumlah persepsi akan mempengaruhi jumlah plot. Jadi dalam ulasan ini, para ilmuwan menggunakan tes terukur dengan tes glejser. Pemilihantes glejser dikarenakan disamping sering digunakan oleh para ahli juga lebih mudah. Alasan penetapan pilihan dalam uji heteroskedastisitas dengan menggunakan uji Glejser yaitu:

- 1) Apabila nilai signifikansi (Sig.) $> 0,05$ sehingga bias disimpulkan bahwa tidak terjadi gejala heteroskedastisitas dalam model regresi.
- 2) Apabila nilai signifikansi (Sig.) $< 0,05$ maka kesimpulannya adalah gejala heteroskedastisitas dalam model regresi.

²¹Imam Ghozali, *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS 21 Update PLS Regresi*, 7th edn, 139.

2. Uji Hipotesis

a. Uji Koefisien Determinasi (Uji R^2)

Dari pendapat Ghozali, koefisien jaminan dipakai mengukur seberapa jauh kapasitas model untuk memperjelas berbagai faktor otonom. Keadaan untuk tes ini yaitu sebagai berikut::

- 1) Jika nilaidari koefisien determinasi mendekati nol, maka akan semakin kecil dampak pengaruh variabel terikat terhadap variabel bebas.
- 2) Apabila nilai koefisien determinasi mendekati nilai satu, maka semakin besar pengaruh dari variabel bebas terhadap variabel terikat.

b. Uji Statistik F

Uji F merupakan tes yang digunakan untuk memutuskan apakah semua faktor bebas mempengaruhi variabel terikat. Berikutnya adalah premis dari pengujian yang digunakan dalam uji F :

- 1) Perbandingan F hitung dengan Ftabel
 - a) Apabila F hitung $<$ F tabel, sehingga H_0 diterima dan H_1 ditolak (tidak ada pengaruh yang signifikan).
 - b) Apabila F hitung $>$ F tabel, sehingga H_0 ditolak dan H_1 diterima (ada pengaruh yang signifikan).
- 2) Perbandingan nilai signifikansi dengan taraf nyata
 - a) Jika nilai signifikansi $>$ (0.05), maka H_0 diterima dan H_1 ditolak.
 - b) Jika nilai signifikansi $<$ (0.05), maka H_0 ditolak dan H_1 diterima.

c. Uji Statistik t

Uji statistik t merupakan tes yang digunakan untuk mengukur seberapa jauh atau seberapa kritis pengaruh faktor bebas terhadap variabel terikat. Uji-t dilakukan dengan melihat selisih antara nilai normal dan kesalahan baku selisih rata-rata kedua contoh tersebut. Berikutnya adalah prasyarat untuk uji-t:

- 1) Perbandingan dengan nilai signifikansi
 - a. Jika signifikansi $<$ probabilitas 0,5, maka hipotesis diterima
 - b. Jika signifikansi $>$ probabilitas 0,5, maka hipotesis ditolak
- 2) Menggunakan perbandingan nilai t hitung dengan t tabel
 - a. Jika t hitung $>$ t tabel, maka hipotesis diterima
 - b. Jika t hitung $<$ t tabel, maka hipotesis ditolak

