REPOSITORI IAIN KUDUS

BAB III
METODE PENELITIAN

A. Jenis dan Pendekatan

Field research adalah jenis penelitian yang digunakan pada penelitian ini. *Field research* dapat pula diartikan sebagai riset lapangan (kancah atau medan) di mana seorang peneliti mengarahkan objek penelitiannya pada suatu daerah yang telah ditentukan.[1] Di samping *field research*, *library research* atau penelitian kepustakaan juga digunakan untuk menyusuri penelitian-penelitian terdahulu. Selain itu, studi kepustakaan juga dilakukan agar pembelajaran peneliti mengenai tata cara penulisan karya ilmiah beserta proses penganalisisan suatu persoalan penelitian lebih sistematis.[2] Sumber-sumber yang dijadikan sebagai tinjauan kepustakaan pada penelitian ini diantaranya yaitu jurnal-jurnal profesional, laporan-laporan, buku-buku dan karangan ilmiah, dokumen-dokumen milik pemerintah, disertasi, dan sumber-sumber elektronik (dari internet).

Dalam menganalisis data, pendekatan penelitian kuantitatif digunakan pada penelitian ini. Penelitian kuantitatif merupakan penelitian yang banyak melibatkan penggunaan angka, berawal dari pengumpulan data, penganalisisan terhadap data, hingga penampilan dari hasilnya.[3] Dengan penggunaan angka-angka tersebut, teknik perhitungan secara kuantitatif sistematik bisa diterapkan sehingga tercipta suatu generalisasi. Generalisasi yang dimaksud ialah pernyataan suatu fakta yang benar-benar terjadi dalam kaitannya dengan suatu topik yang dimaksudkan untuk diterapkan pada populasi tertentu. Dimana pada penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh label halal, *country of origin*, dan e-WOM pada media sosial Instagram terhadap minat beli *skincare* Safi di Indonesia.

Untuk mendapatkan jawaban dari permasalahan penelitian beserta hasil pengujian hipotesis maka penelitian kuantitatif dilakukan dengan menggunakan metode penelitian survei. Metode survei digunakan untuk memperoleh data alamiah dari lokasi

---

[1] Syahrum dan Salim, *Metodologi Penelitian Kuantitatif* (Bandung: Citapustaka Media, 2014): 54.

[2] Agung Widhi Kurniawan dan Zarah Puspitaningtyas, *Metode Penelitian Kuantitatif* (Yogyakarta: Pandiva Buku, 2012): 40-41.

[3] Sandu Siyoto dan Ali Sodik, *Dasar Metodologi Penelitian* (Yogyakarta: Literasi Media Publishing, 2015): 17.

REPOSITORI IAIN KUDUS

REPOSITORI IAIN KUDUS

tertentu dengan mengumpulkan data, menyebarkan kuesioner, tes, wawancara terstruktur dan lain-lain.[4]

B. *Setting* Penelitian

Setting penelitian memuat lokasi beserta waktu dimana penelitian dilakukan. Lokasi penelitian adalah situasi dan kondisi lingkungan sebuah penelitian dilangsungkan, sedangkan waktu penelitian adalah situasi masa pelaksanaan penelitian.[5] Berikut merupakan lokasi dan waktu pelaksanaan penelitian ini:

1. Lokasi penelitian

   Penelitian ini dilaksanakan di Indonesia. Negara Indonesia dipilih dikarenakan trend industri kosmetik di Tanah Air saat ini tetap mengalami pertumbuhan yang signifikan meskipun di tengah pandemi Covid-19. Pada tahun 2022, pasar kecantikan dan perawatan diri Indonesia diperkirakan akan terus tumbuh hingga US$8,46 miliar.[6] Tingginya permintaan konsumen yang mencapai hingga 70 persen sehingga membuat negara Indonesia diperhitungkan sebagai bagian dari pasar *skincare* terbesar di dunia membuat peneliti tertarik untuk melakukan penelitiannya di Indonesia. Bersama dengan hal tersebut, Indonesia adalah negara muslim terbesar di dunia dengan jumlah penduduk muslim yang mencapai 229 juta jiwa dari total penduduk 263 juta jiwa pada tahun 2020.[7]
2. Waktu penelitian

   Waktu dilaksanakannya penelitian ini yaitu selama beberapa bulan dimulai pada bulan Mei 2021.

C. Populasi dan Sampel

1. **Populasi**

   Populasi adalah lingkup generalisasi yang mencakup objek/subjek dengan kualitas serta karakteristik tertentu yang ditentukan oleh peneliti untuk ditelaah kemudian ditarik kesimpulannya.[8] Pada penelitian kuantitatif, populasi termasuk

---

[4] Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D* (Bandung: Alfabeta, 2013): 6.

[5] Lembaga Penjamin Mutu, *Pedoman Penyelesaian Tugas Akhir Program Sarjana (Skripsi)* (Kudus: IAIN Kudus, 2019): 34.

[6] Yogi Pasha, "Pandemik COVID-19, Industri Kosmetik di Indonesia Tumbuh Signifikan," diakses pada 22 Juli 2021. www.jabar.idntimes.com

[7] RedaksiIB, "Data Populasi Penduduk Muslim 2020: Indonesia Terbesar di Dunia," diakses pada 22 Juli 2021. www.ibtimes.id

[8] Kurniawan dan Puspitaningtyas, *Metode Penelitian Kuantitatif*, 66.

REPOSITORI IAIN KUDUS

REPOSITORI IAIN KUDUS

hal yang perlu mendapat atensi lebih agar dapat disimpulkan hasil yang terpercaya serta tepat pada objek penelitiannya.[9] Sasaran populasi pada penelitian ini adalah konsumen produk *skincare* Safi yang berdomisili di Indonesia dengan ketentuan berusia 15-35 tahun, memiliki media sosial Instagram aktif serta mengetahui informasi tentang ulasan produk *skincare* Safi di media sosial Instagram paling lama selama 6 bulan terakhir.

Populasi pada penelitian ini termasuk *infinite population* atau populasi tak terbatas. Populasi tak terbatas adalah objek penelitian yang memiliki jumlah tak terbatas, atau sukar dihitung jumlahnya dan walaupun dapat dihitung maka perhitungannya tidak dapat terselesaikan.[10]

2. Sampel

Secara sederhana, sampel dapat dikatakan sebagai bagian pada populasi yang hendak diteliti. Dengan demikian, sampel harus dipandang sebagai suatu penelaahan terhadap populasi dan bukan populasi itu sendiri.[11] Pengambilan sampel dari suatu populasi disebut penarikan sampel atau *sampling*.

Pada umumnya bagi penelitian yang tidak diketahui populasinya dapat melakukan penarikan sampel menggunakan *nonprobability sampling*.[12] *Nonprobability sampling* ialah metode pengambilan sampel yang tidak menyediakan peluang/kesempatan yang sama kepada setiap anggota populasi yang dipilih sebagai sampel. Teknik penarikan sampel secara acak ini memilik beberapa teknik, salah satu teknik yang digunakan pada penelitian ini adalah *purposive sampling*. *Purposive* sampling atau biasa juga disebut dengan *judgmental sampling* adalah teknik penentuan sampel berdasarkan kriteria-kriteria (pertimbangan) tertentu dari anggota populasi.[13] Penentuan jumlah sampel pada penelitian ini menganut aturan yang termuat dalam Sugiyono, di dalamnya menunjukkan

[9] Muri Yusuf, *Metode Penelitian: Kuantitatif, Kualitatif, dan Penelitian Gabungan* (Jakarta: Kencana, 2017): 145.

[10] Yusuf, *Metode Penelitian: Kuantitatif, Kualitatif, dan Penelitian Gabungan*, 148.

[11] Priyono, *Metode Penelitian Kuantitatif* (Sidoarjo: Zifatama Publishing, 2008): 104.

[12] W. Gulo, *Metodologi Penelitian* (Jakarta: Gramedia Widiasarana Indonesia, 2002): 58.

[13] Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*, 84-85.

REPOSITORI IAIN KUDUS

REPOSITORI IAIN KUDUS

jumlah sampel untuk populasi yang jumlahnya tak terhingga dengan taraf kesalahan 10% yaitu sebanyak 272 responden.[14]

D. Desain dan Definisi Operasional Variabel

Variabel adalah sesuatu yang dijadikan objek dalam pengamatan penelitian, atau biasa disebut dengan faktor yang memiliki peran dalam penelitian yang diteliti.[15] Pada dasarnya variabel penelitian adalah segala sesuatu yang ditetapkan peneliti untuk dikaji sehingga dapat ditarik kesimpulan dan informasi terkait hal yang bersangkutan.[16] Variabel dalam penelitian ini terbagi menjadi dua kelompok, yaitu variabel bebas (*independent*) dan variabel terikat (*dependent*).

1. Variabel bebas, adalah variabel yang variabelnya dipilih oleh peneliti untuk ditentukan hubungannya dengan suatu gejala yang diteliti. Dalam penelitian ini yang dijadikan sebagai variabel bebas adalah label halal, *country of origin*, dan e-WOM.
2. Variabel terikat, adalah variabel yang variabelnya diamati dan diukur untuk menentukan pengaruh yang disebabkan oleh variabel bebas.[17] Dalam penelitian ini yang dijadikan sebagai variabel bebas adalah minat beli.

Penjelasan lebih lanjut mengenai variabel dan definisi operasional akan dijelaskan pada tabel berikut:

Tabel 3. 1 Definisi Operasional Variabel

Variabel	Definisi	Dimensi	Indikator	Referensi
Label Halal (X1)	Label halal adalah pencantuman tulisan atau pernyataan halal pada kemasan produk sebagai	-	a. Jaminan kehalalan b. Terpenuhinya standar halal c. Pengolahan produk sesuai standarisasi halal d. Logo halal	Freddy Pandapotan Simbolon *Journal The WINNERS*, Vol. 20, No. 2, Sep 2019

[14] Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*, 87.
[15] Siyoto dan Sodik, *Dasar Metodologi Penelitian*, 50.
[16] Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*, 38.
[17] Jonathan Sarwono, *Metode Penelitian Kuantitatif dan Kualitatif* (Yogyakarta: Graha Ilmu, 2006): 54.

REPOSITORI IAIN KUDUS

REPOSITORI IAIN KUDUS

	penunjuk bahwa produk yang dimaksud berstatus sebagai produk halal.			
Country of Origin (X2)	*Country of origin* adalah asosiasi dan kepercayaan mental seseorang terhadap suatu produk yang dipicu oleh negara asal produk.	-	a. Inovasi negara dalam produksi b. Tingkat kemajuan teknologi negara asal merek c. Desain produksi d. Kreativitas dalam produksi e. Kualitas produksi f. Prestasi yang dimiliki oleh negara asal merek g. Citra negara asal merek sebagai negara maju	Pancanto Kuat Prabowo, Ida Aju Brahmasari, dan Tatik Suryani *Archives of Business Research* Vol. 7, No. 12, Des 2019
e-WOM (X3)	*Electronic word of mouth* (e-WOM) adalah pernyataan positif dan negatif tentang suatu produk atau perusahaan yang dibuat oleh pelanggan potensial	e-WOM *credibility*	a. Kepercayaan b. Keyakinan c. Pemberi ulasan yang membantu d. Kejujuran	Muhammad Farid Wajdi, Hendy Mustiko Aji, dan Suwarsono, *Asian Journal of Islamic Management*, Vol. 2, No. 1, Juni 2020
		e-WOM *quality*	a. Kejelasan b. Mudah dimengerti c. Keakuratan d. Kegunaan	
		e-WOM *quantity*	a. Jumlah ulasan b. Isi ulasan yang positif c. Ulasan yang merekomendasi	

REPOSITORI IAIN KUDUS

REPOSITORI IAIN KUDUS

	atau mantan pelanggan untuk banyak orang dan lembaga melalui internet.		kan pada pembelian	
Minat Beli (Y)	Minat beli adalah perilaku konsumen yang timbul sebagai reaksi terhadap suatu objek yang menunjukkan keinginan konsumen untuk melakukan pembelian.	-	a. Minat eksploratif b. Minat transaksional c. Minat preferesial d. Minat referensial	I Gusti Ayu Mas Megasari Padmi dan Gede Suparna *American Journal of Humanities and Social Sciences Research (AJHSSR)* Vol. 5, No. 5, 2021

E. Uji Validitas dan Reliabilitas Instrumen

Instrumen penelitian adalah alat ukur yang digunakan dalam mengukur suatu fenomena (variabel) yang diamati. Syarat yang harus dipenuhi agar instrumen penelitian dapat dijadikan sebagai alat ukur adalah valid dan reliabel.[18] Untuk mengetahui validitas dan realibilitas instrumen penelitian, teknik pengujian yang digunakan adalah:

1. Uji Validitas

Uji validitas instrumen penelitian merupakan pengujian suatu item pertanyaan untuk diketahui keabsahan/ ketepatan/ kecermatannya.[19] Pengujian validitas item dalam SPSS yang digunakan dalam penelitian ini yaitu metode *pearson corelation*. Teknik uji validitas item dengan *pearson corelation* adalah dengan mengkorelasikan skor item dengan skor totalnya.

[18] Kurniawan dan Puspitaningtyas, *Metode Penelitian Kuantitatif*, 99.
[19] Kurniawan dan Puspitaningtyas, *Metode Penelitian Kuantitatif*, 97.

REPOSITORI IAIN KUDUS

REPOSITORI IAIN KUDUS

Selanjutnya, pengujian signifikansi dilakukan dengan kriteria menggunakan r tabel pada tingkat signifikansi 0,05 dengan uji 2 sisi. Kriteria pengujiannya adalah sebagai berikut:

a. Apabila r hitung > r tabel maka item pertanyaan dinyatakan valid
b. Apabila r hitung < r tabel maka item pertanyaan dinyatakan tidak valid

Cara lain untuk menentukan valid tidaknya suatu item yaitu dengan melihat nilai signifikasi, apabila signifikansi < 0,05 maka item valid, namun apabila signifikansi > 0,05 maka item tidak valid sehingga harus dibuang atau diperbaiki.[20]

2. Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas instrumen penelitian merupakan pengujian suatu pertanyaan untuk diketahui kehandalan atau tingkat kepercayaannya.[21] Uji reliabilitas adalah kelanjutan dari uji validitas, dimana item yang telah lolos pada pengujian validitas saja yang dapat di uji reliabilitasnya. Metode yang sering digunakan pada penelitian dengan skala rentangan adalah *cronbach alpha* pada program SPSS. Adapun kriteria yang menentukan bahwa suatu instrumen pada penelitian ini reliabel atau tidak ialah jika nilai yang diperoleh dalam proses pengujian dengan uji statistik *cronbach alpha* > 0,60.[22]

F. Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data dalam penelitian ini diperoleh dengan menggunakan metode sebagai berikut:

1. Metode Angket (Kuesioner)

Angket merupakan teknik pengumpulan data yang dilaksanakan dengan mengajukan beberapa pertanyaan atau pernyataan tertulis untuk responden agar dijawab.[23] Angket tertutup atau angket yang telah disediakan jawabannya ialah jenis angket yang digunakan pada penelitian ini dan disebarkan secara online dengan menggunakan *google form*.

Penelitian ini menggunakan angket bentuk skala, yaitu serangkaian tingkatan, level, atau nilai yang mendeskripsikan

[20] Rochmat Aldy Purnomo, *Analisis Statistik Ekonomi dan Bisnis dengan SPSS* (Ponorogo: Wade Group, 2016): 65.
[21] Kurniawan dan Puspitaningtyas, *Metode Penelitian Kuantitatif*, 97.
[22] Purnomo, *Analisis Statistik Ekonomi dan Bisnis dengan SPSS*, 79.
[23] Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*, 142.

REPOSITORI IAIN KUDUS

REPOSITORI IAIN KUDUS

variasi derajat sesuatu.[24] Skala yang digunakan ialah skala yang dikembangkan oleh Rensis Likert, yaitu skala *likert*.[25] Dalam skala *likert* terdapat pernyataan sistematis yang menunjukkan sikap responden terhadap pernyataan tersebut.[26] Skala *likert* mengharuskan responden untuk menanggapi pernyataan dengan jawaban sangat setuju (SS), setuju (S), netral (N), tidak setuju (TS) dan sangat tidak setuju (STS). Setiap jawaban dikaitkan dengan angka atau nilai seperti SS = 5, S = 4, N = 3, TS = 2 dan STS = 1 untuk retensi positif dan nilai kebalikannya yaitu SS = 1, S = 2, N = 3, TS = 4 dan STS = 5 untuk pernyataan yang mendukung sikap negatif.[27]

2. Metode Dokumenter

Metode dekomenter adalah metode pengumpulan data dengan menggunakan literatur yang ada.[28] Jurnal ilmiah merupakan dokumen penting yang digunakan sebagai referensi bagi peneliti untuk memahami pokok bahasan suatu penelitian. Selain jurnal, seluruh literatur yang mendukung penelitian ini juga dijadikan sebagai sumber informasi.

G. Sumber Data

Sumber data dalam penelitian ini berkaitan dengan entitas dari mana data tersebut dikumpulkan. Pemilihan serta penentuan sumber data yang tepat nantinya menentukan kualitas data yang didapat. Data primer dan sekunder digunakan pada penelitian ini sebagaimana dijelaskan di bawah ini:

1. Data Primer

Data primer adalah data yang dikumpulkan atau diperoleh peneliti secara langsung dari sumber data utama. Dalam penelitian ini, peneliti memperoleh data primer dari jawaban para responden terhadap kuesioner online (*google form*) yang telah disebarkan di media sosial Instagram.

---

[24] Tukiran Taniredja dan Hidayati Mustafidah, *Penelitian Kuantitatif (Sebuah Pengantar)* (Bandung: Alfabeta, 2011): 44.

[25] Yusuf, *Metode Penelitian: Kuantitatif, Kualitatif, dan Penelitian Gabungan*, 222.

[26] Priyono, *Metode Penelitian Kuantitatif*, 96.

[27] Taniredja dan Mustafidah, *Penelitian Kuantitatif (Sebuah Pengantar)*, 45-46.

[28] Kurniawan dan Puspitaningtyas, *Metode Penelitian Kuantitatif*, 83.

REPOSITORI IAIN KUDUS

REPOSITORI IAIN KUDUS

2. Data Sekunder

Data sekunder adalah data yang dikumpulkan atau diperoleh peneliti dari berbagai sumber yang tersedia. Data sekunder pada penelitian ini diperoleh dari berbagai sumber, misalnya buku, laporan, jurnal ilmiah, dan sebagainya.[29]

H. Teknik Analisis Data

Peneliti menggunakan bantuan program SPSS versi 26 dalam penganalisisan data statistik, berikut merupakan beberapa uji yang dilakukan:

1. Uji Asumsi Klasik

Pengujian hipotesis klasik digunakan untuk mengetahui apakah suatu model regresi memiliki normalitas residual, multikolinearitas dan heteroskedestisitas. Model regresi linier dikatakan model yang baik apabila memenuhi beberapa asumsi klasik yaitu data residual yang terdistribusi normal, tidak adanya multikolinearitas, dan heteroskedastisitas.[30] Berikut merupakan penjelasan dari masing-masing pengujian yang telah disebutkan di atas:

a. Uji Normalitas

Uji normalitas merupakan suatu prosedur yang dipakai untuk menentukan apakah data berasal dari himpunan yang terdistribusi normal.[31] Pengujian normalitas pada model regresi memeriksa apakah nilai residual yang diperoleh berdistribusi normal atau tidak. Cara yang dapat digunakan dalam analisis normalitas data yaitu dengan menggunakan metode grafik. Uji normalitas dengan menggunakan metode grafik dapat dilakukan dengan mengamati data yang tersebar pada sumber diagonal pada grafik Normal P-P Plot of regression standardized residual. Kaidah yang dijadikan dasar pengambilan keputusan yaitu, apabila titik-titik tersebar di sepanjang garis dan mengikuti garis diagonal maka nilai residual tersebut telah normal.

b. Uji Multikolinearitas

Multikolinieritas adalah keadaan dimana terbentuknya hubungan atau korelasi kuat antara variabel independen

[29] Digdowiseiso, *Metodologi Penelitian Ekonomi dan Bisnis*, 157.

[30] Priyono, *Metode Penelitian Kuantitatif*, 107.

[31] Nuryadi dkk., *Dasar-Dasar Statistika Penelitian* (Yogyakarta: Sibuku Media, 2017): 79.

REPOSITORI IAIN KUDUS

REPOSITORI IAIN KUDUS

yang digunakan pada pembentukan regresi linear.[32] Dalam analisis regresi linier berganda, uji multikolinearitas perlu dilakukan karena terdapat lebih dari satu variabel penjelas dalam model regresi yang sama. Langkah untuk menentukan ada atau tidaknya gejala multikoliniearitas adalah dengan memperhitungkan nilai *variance inflation factor* (VIF) dan toleransi, jika nilai VIF < 10 dan toleransi > 0,1 maka dinyatakan tidak terjadi multikoliniearitas.[33]

c. Uji Heteroskedestisitas

Heterokedastisitas adalah varian residual dalam model regresi yang berbeda antar observasi.[34] Dengan melihat pola titik pada grafik regresi kita dapat mengetahui ada tidaknya gejala heteroskedastisitas. Jika terdapat pola yang teratur, seperti bergelombang, melebar lalu menyempit, maka terjadi heteroskedastisitas. Sebaliknya, jika tidak ada pola yang teratur seperti menyebar di atas dan di bawah nol pada sumbu Y, maka tidak terjadi heteroskedastisitas.

2. Analisis Data

a. Statistik Deskriptif

Statistik deskriptif ialah bagian dari bagaimana data dikumpulkan dan diinterpretasikan sebagai ringkasan dari apa yang penting di dalamnya. Pada bagian ini, data yang didapat bisa disajikan dalam bentuk tabel dan grafik.[35]

b. Uji Statistik

1) Analisis Regresi Berganda

Analisis regresi linier berganda merupakan alat analisis untuk mengevaluasi nilai pengaruh antara dua atau lebih variabel independen (X) terhadap variabel dependen (Y) untuk menunjukkan ada tidaknya hubungan fungsional dan kasualitas diantara dua atau lebih variabel independen (X) terhadap variabel

[32] Digdowiseiso, *Metodologi Penelitian Ekonomi dan Bisnis*, 108.

[33] Imam Ghozali, *Ekonometrika: Teori, Konsep dan Aplikasi dengan IBM SPSS 22* (Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro, 2013): 36.

[34] Digdowiseiso, *Metodologi Penelitian Ekonomi dan Bisnis*, 108.

[35] Taniredja dan Mustafidah, *Penelitian Kuantitatif (Sebuah Pengantar)*, 61.

REPOSITORI IAIN KUDUS

REPOSITORI IAIN KUDUS

dependen (Y).[36] Secara umum, model regresi berganda yang digunakan ialah sebagai berikut:[37]

$$\mathbf{Y = a + b_1X1 + b_2X_2 + b_3X_3 + e}$$

Keterangan:

Y = Variabel dependen
a = Nilai konstanta
$X_1 \ldots X_n$ = Variabel independen ke-i
$b_1 \ldots b_n$ = Koefisien regresi ke-i
e = Standar error.

2) Koefisien Determinasi (R^2)

Menurut Ghozali, pada dasarnya koefisien determinasi digunakan dalam mengukur seberapa jauh kapabilitas model dalam menjelaskan variasi variabel dependen. Adjusted R *Square* adalah nilai R *Square* yang telah disesuaikan. Nilai R^2 berkisar dari 0 hingga 1. Nilai R^2 yang rendah berarti variabel bebas memiliki kemungkinan yag terbatas untuk menjelaskan perubahan variabel terikat, sedangkan nilai R^2 yang mendekati 1 berarti variabel bebas menyediakan hampir semua informasi yang diperlukan untuk memprediksi perubahan variabel terikat.[38]

3) Uji Signifikansi Simultan (Uji F)

Uji statistik F digunakan untuk menunjukkan apakah semua variabel bebas pada suatu model memiliki pengaruh kumulatif atau simultan terhadap variabel terikat. Pengujian penelitian ini dilakukan dengan membandingkan nilai f_{hitung} dan f_{tabel}, menggunakan ketentuan jika $f_{hitung} > f_{tabel}$, maka H_0 ditolak dan menunjukkan adanya pengaruh.[39]

4) Uji Signifikan Parameter Individual (Uji t)

Uji statistik t digunakan untuk menunjukkan pengaruh variabel bebas terhadap variabel terikat dengan menganggap variabel bebas lain tetap konstan.

---

[36] Imam Machali, *Statistik Itu Mudah, Menggunakan SPSS sebagai Alat Bantu Statistik* (Yogyakarta: Lembaga Ladang Kata, 2015): 140.

[37] Digdowiseiso, *Metodologi Penelitian Ekonomi dan Bisnis*, 120.

[38] Ghozali, *Ekonometrika: Teori, Konsep dan Aplikasi dengan IBM SPSS 22*, 21.

[39] Ghozali, *Ekonometrika: Teori, Konsep dan Aplikasi dengan IBM SPSS 22*, 22-23.

REPOSITORI IAIN KUDUS

REPOSITORI IAIN KUDUS

Pengujian koefisien parsial dari regresi dapat menggunakan uji t dengan melihat nilai t_{hitung} dan nilai t_{tabel} menggunakan syarat apabila $t_{hitung} > t_{tabel}$, maka H_0 ditolak dan menunjukkan adanya pengaruh.[40]

[40] Ghozali, *Ekonometrika: Teori, Konsep dan Aplikasi dengan IBM SPSS 22*, 23.

REPOSITORI IAIN KUDUS