

BAB III METODE PENELITIAN

Metode penelitian merupakan cara yang digunakan untuk melaksanakan penelitian atau *research*. Sedangkan menurut Margono penelitian atau *research* adalah semua kegiatan pencarian, penyelidikan, dan percobaan secara alamiah dalam suatu bidang tertentu, untuk mendapatkan fakta-fakta atau prinsip-prinsip baru yang bertujuan untuk mendapatkan pengertian baru menaikkan tingkat ilmu serta teknologi. Tentunya menggunakan metode-metode ilmiah.¹

A. Jenis dan Pendekatan Penelitian

Penelitian ini menggunakan jenis penelitian survei. Penelitian survei merupakan penelitian yang dilakukan untuk mengumpulkan informasi yang dilakukan dengan cara menyusun daftar pertanyaan yang diajukan pada responden.² Penelitian survei ini menggunakan kuesioner atau berupa angket sebagai sumber data utama.³ Pengumpulan data jika menggunakan kuesioner, dibuat sejumlah pertanyaan untuk diisi oleh responden langsung. Wawancara dapat dilakukan dengan cara tanya jawab secara langsung.⁴ Dalam penelitian ini metode yang digunakan dengan cara menyebarkan kuesioner secara daring yaitu melalui media sosial WhatsApp, Facebook, dan Instagram mahasiswa IAIN Kudus Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam angkatan 2016.

Jenis Penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah menggunakan pendekatan kuantitatif. Penelitian kuantitatif adalah suatu proses menemukan pengetahuan yang menggunakan data berupa angka sebagai alat menemukan

¹S. Margono, *Metodologi Penelitian Pendidikan*, (Jakarta:Rineka Cipta, 2010), hlm. 1.

² V. Wiratna Sujarweni, *Metodologi Penelitian Bisnis & Ekonomi*, (Yogyakarta:PUSTAKABARUPRESS,2015), hlm. 71.

³ Etta Maman Sangadji dan Sopiah, *Perilaku Konsumen*, (Yogyakarta:CV ANDI OFFSET, 2013), hlm. 302.

⁴ V. Wiratna Sujarweni, *Metodologi Penelitian Bisnis & Ekonomi*, (Yogyakarta:PUSTAKABARUPRESS, 2015), hlm. 71.

keterangan mengenai apa yang ingin kita ketahui (Darmawan, 2013).⁵

B. Setting Penelitian

Penelitian ini berlokasi di kampus IAIN Kudus yang beralamat di Jl.Gondangmanis No. 51, Desa Ngembalrejo, Kecamatan Bae, Kabupaten Kudus, Jawa Tengah 59322. Adapun responden yang dituju yaitu mahasiswa IAIN Kudus Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam angkatan 2016.

C. Populasi dan Sampel

1. Populasi

Populasi menurut Sugiyono adalah wilayah umum yang terdiri atas obyek atau subyek yang memiliki kualitas dan karakteristik tertentu yang ditentukan oleh peneliti untuk dipelajari dan berikutnya ditarik kesimpulannya.⁶ Populasi juga diartikan sebagai sekelompok orang, kejadian atau segala sesuatu yang memiliki ciri tertentu.⁷

Populasi pada penelitian ini adalah mahasiswa IAIN Kudus Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam angkatan 2016 yang berjumlah 642 Mahasiswa. Yang terdiri atas beberapa prodi dengan rincian sebagai berikut :

- Ekonomi Syariah = 280
- Manajemen Bisnis Syariah = 240
- Manajemen Zakat dan Wakaf = 120

Dari perhitungan diatas, populasi dalam penelitian ini berjumlah 642 mahasiswa yang terdiri dari 16 kelas masing-masing perkelas 40 mahasiswa IAIN Kudus Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam angkatan 2016.

⁵ Dominica A. *Efektivitas Tagline #DijaminOri Terhadap Brand Awareness E-commerce JD.ID*. Journal of Entrepreneurship, Management, and Industry (JEMI) Volume 1 Nomor 04 Desember 2018, hlm. 217.

⁶ Sugiyono, *Metode Penelitian Pendidikan Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D* (Bandung: Alfabeta, 2017), hlm. 117.

⁷ Nur Indriantoro dan Bambang Supomo, *Metodologi Penelitian Bisnis Untuk Akuntansi dan Manajemen*, (Yogyakarta : BPFE Yogyakarta, 1999), hlm. 115.

2. Sampel

Sampel adalah bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi tersebut.⁸ Bila populasi besar, peneliti

tidak mungkin mempelajari semua yang ada pada populasi. Melainkan sampel hanya bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi tersebut.⁹ Untuk itu sampel yang diambil dari populasi harus betul-betul mewakili dan harus valid, yaitu bisa mengukur sesuatu yang seharusnya diukur.¹⁰

Teknik pengambilan sampel yang digunakan dalam penelitian ini adalah dengan menggunakan *Teknik Probability Sampling* dengan metode *proportionate stratified random sampling* (sampel acak berstrata proporsional) yaitu merupakan teknik pengambilan sampel yang dilakukan apabila sifat atau unsur dalam populasi tidak homogen dan berstrata secara proporsional. Misalnya diklasifikasikan menurut jenis kelamin, tahun angkatan, fakultas, jurusan dan sebagainya.¹¹

Beberapa peneliti menyatakan bahwa besarnya sampel yang harus diambil tidak boleh kurang dari 10%, dan ada pula peneliti lain yang menyatakan bahwa besarnya sampel yang harus diambil minimum 5% dari jumlah satuan elementer dari populasi.¹² Dalam penelitian ini, penentuan jumlah sampel dilakukan dengan mengambil 5% dari masing-masing program study :

- Ekonomi Syariah : $280 \times 5\% = 14$
- Manajemen Bisnis Syariah : $240 \times 5\% = 12$
- Manajemen Zakat Wakaf : $120 \times 5\% = 6$

⁸Sugiyono, *Metode Penelitian Manajemen*, hlm. 114.

⁹ Sugiyono, *Metode Penelitian Pendidikan Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D* (Bandung: Alfabeta, 2017), hlm. 118.

¹⁰V. Wiratna Sujarweni, *Metodologi Penelitian Bisnis & Ekonomi*, hlm. 81.

¹¹ Sugiyono, *Statistika untuk Penelitian*, Bandung:Alfabeta, 2013. hlm. 64.

¹² Toto Syatori Nasehudin dan Nanang Gozali, *Metode Penelitian Kuantitatif*, hlm. 122.

Dari perhitungan diatas, maka kuesioner akan disebarakan kepada 32 atau dibulatkan menjadi 40 responden yang benar-benar menggunakan marketplace Shopee pada mahasiswa IAIN Kudus Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam angkatan 2016.

D. Identifikasi Variabel

Variabel didefinisikan secara operasional agar lebih mudah dicari hubungannya antara satu variabel dengan lainnya dan pengukurannya. Tanpa operasional variabel, peneliti akan mengalami kesulitan dalam menentukan pengukuran hubungan antar variabel yang masih bersifat konseptual.

Adapun jenis-jenis variabel dalam penelitian ini dapat dibedakan menjadi :

1. Variabel Independen (bebas)

Variabel bebas merupakan variabel yang mempengaruhi atau yang menjadi sebab perubahannya atau timbulnya variabel dependen (variabel terikat). Dalam penelitian ini yang menjadi variabel independen adalah Online customer review (X1), Online customer rating (X2), dan Tagline “gratis ongkir (X3).

2. Variabel Dependen (terikat)

Variabel terikat merupakan variabel yang dipengaruhi sebab atau akibat, karena adanya variabel bebas.¹³ Dalam penelitian ini yang menjadi variabel dependen adalah Keputusan pembelian (Y).

E. Variabel Operasional

Definisi operasional variabel adalah suatu definisi yang didasarkan pada karakteristik yang dapat diobservasi dari apa yang sedang didefinisikan atau mengubah konsep-konsep yang berupa konstruk dengan kata-kata yang menggambarkan perilaku atau gejala yang dapat diamati dan yang dapat diuji dan ditentukan kebenarannya oleh orang lain (Young, dikutip oleh koentjaraningrat,1991;23).

Operasional variabel bermanfaat untuk : mengidentifikasi kriteria yang dapat diobservasi yang sedang didefinisikan, menunjukkan bahwa suatu konsep atau objek mungkin

¹³ Sugiyono, *Metode Penelitian Manajemen*, hlm. 96 – 97.

mempunyai lebih dari satu definisi operasional, mengetahui bahwa definisi operasional bersifat unik dalam situasi dimana definisi tersebut harus digunakan.¹⁴

Adapun konsep definisi operasional dalam penelitian ini adalah sebagai berikut :

Tabel 3.1 Definisi Operasional

No	Variabel	Definisi Operasional	Indikator	Skala
1	Online Customer Review (X1)	Merupakan bagian dari bentuk penilaian konsumen dengan cara memberikan komentar langsung terhadap kinerja penjual.	1. <i>Perceived usefulness</i> 2. <i>Perceived trustment</i> 3. <i>Perceived enjoyment</i>	<i>Skala Likert</i>
2	Online Customer Rating (X2)	Merupakan bagian dari bentuk penilaian konsumen dengan menggunakan simbol bintang sebagai penilaian. Skala penilaian mulai dari yang terendah (bintang isatu) yang berarti sangat buruk sampai dengan yang tertinggi (bintang lima) yang berarti sangat puas. ¹⁵	1. <i>Perceived usefulness</i> 2. <i>Perceived trustment</i> 3. <i>Perceived enjoyment</i>	<i>Skala Likert</i>

¹⁴Jonathan ,*Metode Penelitian Kuantitatif dan Kualitatif Edisi 2*, Yogyakarta:Suluh Media, 2018, hlm. 67.

¹⁵ Eliska, *Pengaruh Rating dan Online Review Terhadap Keputusan Pembelian Secara Online pada Marketplace Shopee*, (Universitas Muhammadiyah Makassar:2019), hlm. 41.

3	Tagline Gratis Ongkir (X3)	Merupakan sebuah frasa pendek, singkat, dan mudah diingat yang menjadi ‘simbol’ atau sesuatu yang dapat mampu mewakili produk. ¹⁶	<ol style="list-style-type: none"> 1. <i>Familiarity (keakraban)</i> 2. <i>Differentiation (perbedaan)</i> 3. <i>Message of value (pesan atau nilai)</i> 	Skala Likert
4	Keputusan Pembelian (Y)	Menurut Etta Maman Sangadji dan Sopiah keputusan pembelian merupakan Proses pengintegrasian yang mengombinasikan pengetahuan untuk mengevaluasi dua perilaku alternatif atau lebih, dan memilih salah satu di antaranya. ¹⁷	<ol style="list-style-type: none"> 1. <i>Pengenalan kebutuhan</i> 2. <i>Identifikasi alternatif</i> 3. <i>Menilai alternatif</i> 4. <i>Keputusan pembelian</i> 5. <i>Perilaku setelah membeli.</i>¹⁸ 	Skala Likert

F. Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data merupakan cara yang dilakukan peneliti untuk mengungkapkan atau menjangkau informasi kuantitatif dari responden sesuai lingkungan penelitian.¹⁹

¹⁶ Wulan, *Pengaruh Flash Sale dan Tgline “Gratis Ongkir” Shopee Terhadap Keputusan Pembelian Impulsif Secara Online*, (Medan: Universitas Sumatera Utara, 2020), hlm. 42.

¹⁷ Etta Maman Sangadji dan Sopiah, *Perilaku Konsumen*, hlm. 332.

¹⁸ Buchari Alma, *Manajemen Pemasaran dan Pemasaran Jasa*, (Bandung: CV. ALFABETA, 2013), hlm. 104.

¹⁹ V. Wiratna Sujarweni, *Metodologi Penelitian Bisnis & Ekonomi*, hlm. 93.

1. Kuesioner

Kuesioner merupakan teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan cara memberi seperangkat pertanyaan atau pernyataan tertulis kepada para responden untuk dijawab. Peneliti dapat menggunakan kuesioner untuk memperoleh data yang terkait dengan pemikiran, perasaan, sikap, kepercayaan, nilai, persepsi, kepribadian, dan perilaku dari responden. Dalam kata lain, para peneliti dapat melakukan pengukuran bermacam-macam karakteristik dengan menggunakan kuesioner.²⁰ Kuesioner dibuat dengan menggunakan pertanyaan terbuka dan tertutup. Pertanyaan terbuka yaitu pertanyaan-pertanyaan yang menjelaskan identitas responden. Sedangkan pertanyaan tertutup yaitu pertanyaan yang meminta responden untuk memilih salah satu jawaban yang tersedia dari setiap pertanyaan.²¹ Dalam penelitian ini, peneliti menggunakan kuesioner tertutup, yaitu dalam kuesioner ini jawaban sudah disediakan oleh peneliti sehingga responden tinggal memilih.

Dalam metode angket atau kuesioner ini, peneliti menggunakan *skala likert* yaitu digunakan untuk mengukur sikap, pendapat, dan persepsi seseorang atau sekelompok orang tentang fenomena sosial. Dalam penelitian, fenomena sosial ini telah ditetapkan secara spesifik oleh peneliti, yang selanjutnya disebut sebagai variabel penelitian. Dengan skala likert, maka variabel yang akan diukur dijabarkan menjadi indikator variabel. Kemudian indikator tersebut dijadikan sebagai titik tolak untuk menyusun item-item instrument yang dapat berupa pernyataan maupun pertanyaan.²²

2. Dokumen

Dokumen merupakan catatan peristiwa yang sudah berlalu. Dokumen bisa berbentuk tulisan, gambar, atau karya-karya monumental dari seseorang.²³

²⁰Sugiyono, *Metode Penelitian Manajemen*, hlm. 230.

²¹V. Wiratna Sujarweni, *Metodologi Penelitian Bisnis & Ekonomi*, hlm. 156.

²²Sugiyono, *Metode Penelitian Manajemen*, hlm. 168.

²³Sugiyono, *Metode Penelitian Pendidikan*, (Bandung:ALFABETA, 2013), hlm. 329.

Jawaban setiap butir pertanyaan yang menggunakan Skala likert dapat berupa kata-kata antara lain yaitu : Sangat Setuju (SS), Setuju (S), Ragu-Ragu (R), Tidak Setuju (TS), Sangat Tidak Setuju (STS). Dapat juga berupa kata-kata seperti Selalu, Sering, Kadang-Kadang, Tidak Pernah. Dapat juga berupa kata – kata Sangat Positif, Positif, Negatif, Sangat Negatif. Selain itu dapat juga berupa Sangat Baik (SB), Baik (B), Tidak Baik (TB), Sangat Tidak Baik (STB). Untuk keperluan analisis kuantitatif, maka jawaban itu dapat diberi skor, misalnya : ²⁴

1.	Sangat Setuju (SS)	5
2.	Setuju (S)	4
3.	Sedang/Cukup (S/C)	3
4.	Cukup Setuju (CS)	2
5.	Tidak Setuju (TS)	1

G. Teknik Analisis Data

Teknik analisis data yang akan digunakan pada penelitian ini adalah menggunakan analisis SPSS. SPSS (*Statistical Package for the Social Sciences*) yaitu software yang fungsinya untuk menganalisis data, melakukan perhitungan statistik baik untuk statistik parametrik maupun non-parametrik dengan basis windows.²⁵ Adapun teknik analisis data dalam penelitian ini sebagai berikut :

1. Uji Validitas dan Reliabilitas

a. Uji Validitas

Validitas merupakan kesesuaian suatu instrumen dalam mengukur apa yang ingin diukur.²⁶ Sebuah instrumen dikatakan valid apabila instrument itu mampu mengukur apa yang diinginkan dan dapat mengungkapkan data dari variabel yang diteliti secara

²⁴Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, Dan R&D*,(Bandung:ALFABETA, 2016), hlm. 93.

²⁵Imam Ghazali, *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program IBM SPSS 25*, (Semarang Undip, 2018), hlm.15.

²⁶Duwi Priyanto, *Paham Analisa Statistik Data dengan SPSS*, (Yogyakarta:MediaKom, 2010), hlm. 90.

tepat. Tinggi rendahnya validitas instrumen menunjukkan sejauh mana data terkumpul tidak menyimpang dari gambaran tentang variabel yang dimaksud. Jadi makin tinggi validitas suatu alat ukur, maka semakin mengena sasarannya dan semakin menunjukkan apa yang sebenarnya diukur.²⁷

Mengukur validitas dapat dilakukan dengan membandingkan nilai R_{hitung} dengan R_{tabel} untuk *degree of freedom* (df) = $n - 2$ dengan signifikan 0,05 pada uji satu arah, dalam hal ini n adalah jumlah sampel.²⁸

b. Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas merupakan uji untuk mengukur suatu kuesioner yang merupakan indikator dari variabel.²⁹ Suatu kuesioner dikatakan reliabel atau handal jika jawaban seseorang terhadap pertanyaan konsisten atau stabil dari waktu ke waktu. Uji reliabilitas dilakukan terhadap butir pertanyaan yang dinyatakan valid. Suatu variabel dikatakan reliabel jika memiliki Cronbach Alpha $> 0,60$. Dan sebaliknya jika Cronbach Alpha ditemukan angka koefisien lebih kecil $< 0,60$ maka dikatakan tidak reliabel.³⁰

2. Uji Asumsi Klasik

1. Uji Multikolinearitas

Uji Multikolinearitas bertujuan untuk menguji bagaimanakah model regresi ditemukan adanya korelasi antar variabel independen. Model regresi yang baik seharusnya tidak terjadi korelasi diantara variabel independen. Jika variabel independen saling berkorelasi, maka variabel tersebut tidak membentuk variabel

²⁷Arikunto, *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktek*, (Jakarta: PT. RINEKA CIPTA,2006), hlm. 72

²⁸Imam Ghozali, *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program SPSS*, edisi ke - 3 (Semarang : Badan Penerbit Universitas Diponegoro, 2005), hlm. 45.

²⁹Masrukhin, *Statistik inferensial Aplikasi Program SPSS*, hlm.15.

³⁰V. Wiratna Sujarweni, *Metodologi Penelitian Bisnis dan Ekonomi*, hlm. 158.

ortogonal. Variabel ortogonal merupakan variabel bebas yang nilai korelasi antar sesama variabel bebas sama dengan nol.³¹

Untuk mendeteksi ada atau tidaknya multikoloniaritas di dalam model regresi adalah dengan *Tolerance* dan *Variance Inflation Factor (VIF)*. Kedua ukuran ini menunjukkan setiap variabel independen manakah yang dijelaskan oleh variabel bebas lainnya. Nilai cut off yang umum dipakai untuk menunjukkan adanya multikoloniaritas adalah nilai *Tolerance* < 0,10 atau sama dengan nilai VIF (*Variance Inflation factor*) > 10.³²

2. Uji Autokorelasi

Uji Autokorelasi bertujuan untuk menguji apakah dalam suatu model regresi linear ada korelasi antara kesalahan pengganggu pada periode t dengan kesalahan pada periode t-1 (sebelumnya). Jika terjadi korelasi, maka dinamakan adanya *problem* autokorelasi. Autokorelasi muncul karena observasi yang berurutan sepanjang waktu berkaitan satu sama lain.³³ Model regresi yang baik yakni regresi yang bebas dari autokorelasi dalam penelitian ini autokorelasi menggunakan uji Durbin-Watson (DW test) yang menggunakan titik kritis, yaitu batas bawah (dL) dan batas atas (dU). Uji Durbin-Watson hanya digunakan untuk autokorelasi tingkat satu (*First Order Autocorrelation*) dan mensyaratkan adanya *intercept* (konstanta) dalam model regresi, tidak ada variabel lagi diantara variabel bebas.

Kriteria pengambilan keputusan ada tidaknya autokorelasi adalah sebagai berikut :

³¹ Masrukhin, *Statistik I Berbasis Komputer Ekonomi Islam*, (Kudus: MEDIA ILMU PRESS, 2015), hlm. 92.

³² Imam Ghozali, *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS 19 (Edisi 5)*, (Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro, 2011), hlm. 105.

³³ Masrukhin, *Metodologi Penelitian Kuantitatif*, (Kudus: Media Ilmu press, 2017), hlm. 130-131.

- 1) Jika nilai $dU < DW < (4-dU)$, maka koefisien autokorelasi = 0 yang mempunyai arti bahwa tidak ada autokorelasi.
 - 2) Jika nilai $DW < dL$, maka koefisien autokorelasi > 0 yang mempunyai arti bahwa terdapat autokorelasi positif.
 - 3) Jika nilai $DW > (4-dL)$, koefisien autokorelasi < 0 yang mempunyai arti bahwa terdapat autokorelasi negatif.
 - 4) Jika nilai $dU < DW < dL$ atau $(4-dU) < DW < (4-dL)$, maka bisa diartikan bahwa hasilnya tidak bisa disimpulkan.³⁴
3. Uji Heteroskedastisitas

Uji Heteroskedastisitas bertujuan untuk menguji bagaimanakah dalam model regresi terjadi ketidaksamaan *variance* dan residual satu pengamatan ke pengamatan lain. Jika *variance* dari residual satu pengamatan ke pengamatan lain tetap, maka disebut homoskedastisitas dan jika berbeda disebut heteroskedastisitas. Model regresi yang baik yaitu yang homoskedastisitas dan tidak terjadi heteroskedastisitas.³⁵

Untuk mendeteksi ada atau tidaknya heteroskedastisitas dengan melihat pada grafik plot antara nilai prediksi variabel terikat (dependen) yaitu ZPRED dengan residualnya SRESID. Deteksi ada tidaknya heteroskedastisitas bisa dilakukan dengan melihat ada tidaknya pola tertentu yang teratur (bergelombang, melebar kemudian menyempit), maka mengindikasikan telah terjadi heteroskedastisitas. Namun jika tidak adanya pola yang jelas, serta titik-titik menyebar diatas dan dibawah angka 0 pada sumbu Y, maka tidak terjadinya heteroskedastisitas.³⁶

³⁴ Masrukhin, *Metodologi Penelitian Kuantitatif*, (Kudus: Media Ilmu Press, 2010), hlm. 183

³⁵ Masrukhin, *ibid*, hlm. 184.

³⁶ Imam Ghozali, *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS 19*, hlm.139.

4. Uji Normalitas

Uji Normalitas bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi, variabel terikat dan variabel bebas keduanya mempunyai distribusi normal atau tidak. Model regresi yang baik adalah memiliki distribusi data normal atau mendekati normal. Uji normalitas data dapat mengetahui apakah distribusi sebuah data mengikuti atau mendekati distribusi normal, yakni distribusi data yang berbentuk lonceng (*bell shaped*). Distribusi data yang baik adalah data yang mempunyai pola seperti distribusi normal, yakni distribusi data tersebut tidak mempunyai juling ke kiri atau kekanan dan keruncingan ke kiri atau ke kanan.³⁷

3. Analisis Regresi Linier Berganda

Analisis regresi berganda ini digunakan untuk menguji pengaruh dua atau lebih variabel independen terhadap variabel dependen dengan skala pengukuran interval atau rasio dalam suatu persamaan linier.³⁸ Penelitian ini menggunakan rumus persamaan regresi berganda sebagai berikut :

$$Y = a + b_1 X_1 + b_2 X_2 + b_3 X_3 + b_4 X_4 + e$$

Dimana :

Y = keputusan pembelian

X₁ = online customer review

X₂ = online customer rating

X₃ = tagline gratis ongkir

X₄ = keputusan pembelian

b₁ = koefisien online customer review

b₂ = koefisien online customer rating

b₃ = koefisien tagline gratis ongkir

b₄ = koefisien keputusan pembelian

a = konstanta

e = batas toleransi kesalahan (*error itolerance*).

³⁷Masrukhin, *Metodologi Penelitian Kuantitatif*, hlm. 187.

³⁸ V. Wiratna Sujarweni, *Metodologi Penelitian Bisnis & Ekonomi*, hlm. 227.

Untuk mengetahui apakah suatu persamaan regresi yang dihasilkan baik untuk mengestimasi nilai variabel atau tidak, dapat dilakukan dengan cara sebagai berikut :

a. Uji Parsial (Uji T)

Uji t digunakan untuk mengetahui apakah variabel independen secara parsial mempengaruhi variabel dependen.³⁹ Apabila nilai probabilitas sigfikansinya $< 0,05$ (5%) maka variabel independen berpengaruh sigfinikan terhadap variabel dependen. Hipotesis diterima jika taraf sigfinikan $(\alpha) < 0,05$ dan hipotesis ditolak jika taraf sigfinikan $(\alpha) > 0,05$.⁴⁰

Pengujian ini dilakukan dengan membandingkan T_{hitung} dan T_{tabel} dengan ketentuan sebagai berikut :

- 1) Jika $t_{hitung} > t_{tabel}$ maka H_0 ditolak.
- 2) Jika $t_{hitung} < t_{tabel}$ maka H_0 diterima.⁴¹

b. Uji Simultan (Uji F)

Uji F digunakan untuk mengetahui seberapa besar pengaruh variabel independen secara bersama-sama terhadap variabel dependen.⁴² Sigfinikasi pada uji F ini apabila nilai sigfinikasi (sig) $< 0,05$ maka variabel independen berpengaruh terhadap variabel dependen.⁴³

Pengujian ini dilakukan menggunakan uji distribusi F. Caranya, yakni dengan membandingkan antara nilai F_{tabel} dengan nilai F_{hitung} yang terdapat pada tabel *Analysis of Variance* dari hasil perhitungan dengan kriteria pengujian sebagai berikut :

- 1) Bila $F_{hitung} > F_{tabel}$ maka H_0 ditolak.
- 2) Bila $F_{hitung} < F_{tabel}$ maka H_0 diterima.⁴⁴

³⁹V, Wiratna Sujarweni, *Metodologi Penelitian Bisnis & ekonomi*, hlm. 161.

⁴⁰ V, Wiratna Sujarweni, *Ibid*, hlm. 229.

⁴¹ Duwi Priyatno, *Paham Analisa Statistik Data dengan SPSS*, (Yogyakarta:Penerbit Media Kom, 2010), 68.

⁴² V, Wiratna Sujarweni, *Op.cit.*,hlm. 162.

⁴³ V, Wiratna Sujarweni, *Ibid*, hlm. 228.

⁴⁴Algifari, *Analisis Regresi Teori, Kasus, dan Solusi:Edisi 2*, (Yogyakarta: BPF, 2000), hlm. 72.

c. Koefisien Determinasi (R^2)

Koefisien Determinasi (R^2) digunakan untuk menghitung seberapa besarnya pengaruh variabel independen terhadap variabel dependen.⁴⁵

Koefisien Determinasi (R^2) digunakan untuk mengetahui presentase perubahan variabel dependen (Y) yang disebabkan oleh variabel independen (X). Jika R^2 semakin besar, maka presentase perubahan variabel dependen (Y) yang disebabkan oleh variabel bebas (X) semakin tinggi. Jika R^2 semakin kecil, maka presentase perubahan variabel independen (Y) yang disebabkan oleh variabel (X) semakin rendah.⁴⁶



⁴⁵ V, Wiratna, Sujarweni. *Metodologi Penelitian Bisnis & Ekonomi*, hlm. 228.

⁴⁶ V, Wiratna, Sujarweni, *Ibid*, hlm. 164.