

BAB III METODE PENELITIAN

A. Jenis dan Pendekatan

Berdasarkan metodenya, jenis penelitian yang digunakan penulis adalah penelitian *Ex Post Facto* yaitu penelitian dengan melakukan penyelidikan secara empiris yang sistematis, di mana penulis tidak mempunyai kontrol secara langsung terhadap variabel-variabel independen, karena fenomenanya sukar untuk dimanipulasi. Penelitian ini dilakukan dengan tujuan untuk meneliti peristiwa yang telah terjadi dan untuk mengetahui faktor-faktor penyebabnya.¹

Pendekatan yang digunakan pada penelitian ini ialah pendekatan kuantitatif, dengan lebih menekankan pada aspek pengukuran secara objektif terhadap fenomena sosial. Setiap variabel dalam pendekatan kuantitatif ini diukur dengan memberikan simbol-simbol angka sesuai dengan kategori informasi yang berkaitan dengan variabel tersebut. Dengan menggunakan simbol angka, teknik perhitungan secara kuantitatif (melalui statistik) sehingga dapat menghasilkan suatu kesimpulan yang berlaku umum.²

B. Populasi dan Sampel

Populasi adalah kelompok individu yang mempunyai karakteristik tertentu serta ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian menjadi cakupan dari kesimpulan.³ Populasi dalam penelitian ini adalah mahasiswa IAIN Kudus Fakultas Tarbiyah 2018 dengan jumlah sebanyak 1.307 mahasiswa.

Sampel adalah suatu prosedur dalam pengambilan data, dimana hanya sebagian populasi saja yang diambil dan dipergunakan untuk menentukan sifat maupun ciri yang dikehendaki dari suatu

¹ Syofian Siregar, *STATISTIK PARAMETRIK UNTUK PENELITIAN KUANTITATIF: Dilengkapi Dengan Perhitungan Manual Dan Aplikasi SPSS Versi 17*, ed. Fandy Hutari, Kesatu (Jakarta: PT Bumi Aksara, 2020), 11.

² Nurlina T. Muhyiddin, M. Irfan Tarmizi, and Anna Yulianita, *Metodologi Penelitian Ekonomi Dan Sosial: Teori, Konsep, Dan Rencana Proposal*, ed. Isnaini Khasanah, Dedy A. Halim, and Leonardo Manggala Wardhana (Jakarta: Salemba Empat, 2018), 27.

³ Muhyiddin, Tarmizi, and Yulianita, *Metodologi Penelitian Ekonomi Dan Sosial: Teori, Konsep, Dan Rencana Proposal*, 70.

populasi.⁴ Teknik sampling yang digunakan pada penelitian ini adalah *Accidental Sampling* ialah teknik penentuan sampel secara kebetulan, yaitu mahasiswa fakultas Tarbiyah IAIN Kudus yang secara kebetulan bertemu dengan peneliti dan dapat digunakan sebagai sampel.⁵

Dalam menentukan ukuran sampel penelitian memasukkan unsur kelonggaran ketidakteelitian karena kesalahan sampel yang masih ditoleransi. Nilai toleransi dinyatakan dalam presentase, misalnya 10% atau 0,1. Rumus yang digunakan adalah rumus Solvin.

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

Dimana: n = sampel
N = populasi
e = perkiraan tingkat kesalahan 10% (0,1)

Bila angka-angka dimasukkan dalam rumus maka akan diketahui sampel yang ada.

$$\begin{aligned} n &= \frac{1.307}{1 + 1.307(0,1)^2} \\ &= \frac{1.307}{14,07} \\ &= 92,89 \\ &= 93 \end{aligned}$$

Jadi, sampel penelitian ini dengan tingkat toleransi 10% adalah 92,89 di bulatkan menjadi 93 responden.⁶

⁴ Siregar, *STATISTIK PARAMETRIK UNTUK PENELITIAN KUANTITATIF: Dilengkapi Dengan Perhitungan Manual Dan Aplikasi SPSS Versi 17*, 56.

⁵ Muhyiddin, Tarmizi, and Yulianita, *Metodologi Penelitian Ekonomi Dan Sosial: Teori, Konsep, Dan Rencana Proposal*, 74.

⁶ Siregar, *STATISTIK PARAMETRIK UNTUK PENELITIAN KUANTITATIF: Dilengkapi Dengan Perhitungan Manual Dan Aplikasi SPSS Versi 17*, 61.

C. Identifikasi Variabel Penelitian

Variabel penelitian adalah suatu atribut, sifat atau nilai dari orang, obyek atau kegiatan yang memiliki variasi tertentu dan ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari yang kemudian ditarik kesimpulannya.⁷ Macam-macam variabel penelitian dapat dibedakan menjadi:

1. Variabel independen: variabel ini sering disebut sebagai variabel *stimulus*, *predictor* dan *antecedent*. Dalam bahasa Indonesia biasa disebut sebagai variabel bebas. Variabel bebas ialah variabel yang mempengaruhi atau yang menjadi sebab perubahan pada variabel dependen (terikat). Variabel bebas dalam penelitian ini yakni persepsi konsumen yang dilambangkan dengan (X1), labelisasi halal yang dilambangkan dengan (X2) dan kepercayaan konsumen yang dilambangkan dengan (X3).
2. Variabel dependen: variabel ini sering disebut sebagai variabel *output*, *kriteria* dan *konsekuensi*. Dalam bahasa Indonesia biasa disebut sebagai variabel terikat. Variabel terikat merupakan variabel yang dipengaruhi atau yang menjadi akibat dari variabel bebas.⁸ Variabel terikat dalam penelitian ini yaitu keputusan pembelian yang dilambangkan dengan (Y).

D. Definisi Variabel Operasional

Definisi operasional adalah variabel penelitian yang dimaksudkan untuk memahami arti setiap variabel penelitian sebelum dilakukan analisis, instrument serta sumber pengukuran dari mana.⁹

Tabel 3. 1 Definisi Variabel Operasional

Variabel	Definisi	Indikator	Referensi
Persepsi Konsumen (X1)	Suatu proses pemilihan, pengorganisasian dan penginterpretasian berbagai stimulus menjadi	Perhatian (<i>Attention</i>)	Aris Setyawan Prima Sandi, dkk, (2011) “Persepsi Label Halal Terhadap Keputusan
		Pemahaman (<i>Comprehension</i>)	
		Ingatan (<i>Retention</i>)	

⁷ I Made Indra P. and Ika Cahyaningrum, *Cara Mudah Memahami Metodologi Penelitian* (Yogyakarta: DEEPUBLISH, 2019), 2.

⁸ Indra P. and Cahyaningrum, *Cara Mudah Memahami Metodologi Penelitian*, 3.

⁹ V. Wiratna Sujarweni, *Metodologi Penelitian Bisnis Dan Ekonomi*, Cet. 1 (Yogyakarta: Pustakabarupress, 2015), 77.

	<p>informasi yang bermakna. Informasi ini dapat diartikan sebagai segala sesuatu yang masuk dan menciptakan sensasi atau tanggapan seseorang terhadap sebuah produk, kemasan, merek dan iklan. Maka pembentukan persepsi terdapat empat tahap melalui pengolahan informasi yang diterima dalam diri konsumen, yaitu perhatian, pemahaman dan ingatan.¹⁰</p>		<p>Pembelian Konsumen Pada Produk Minuman Berenergi”, Jurnal Manajemen Bisnis, Vol.1 No.2</p>
<p>Labelisasi Halal (X2)</p>	<p>Perizinan pemasangan tentang kata “Halal” pada kemasan produk dari suatu perusahaan oleh pihak BPOM. Perizinan pencantuman label halal pada sebuah kemasan produk yang</p>	<p>Pemilihan produk halal berdasarkan labelisasi halal</p>	<p>Ahamad Izzuddin, (2018) “Pengaruh Label Halal Kesadaran Halal dan Bahan Makanan Terhadap Minat Beli Makanan Kuliner”,</p>

¹⁰ Dewi, “Analisa Persepsi Konsumen Dan Brand Awareness Terhadap Peningkatan Penjualan Online Al Zena Scarf Bandung.” 33-34

	<p>dikeluarkan oleh BPOM didasarkan rekomendasi MUI dalam bentuk sertifikat halal MUI yang berdasarkan hasil pemeriksaan BPOM. Sehingga label halal yang diberikan pada produk pangan, obat, kosmetik serta produk lainnya dimana tidak mengandung unsur haram yang telah memenuhi kriteria halal menurut agama Islam.¹¹</p>		Vol.3 No.2
		Terdapat labelisasi halal dalam kemasan produk	Galuh Widitya Qomaro, (2018) "Sertifikat
		Produk labelisasi halal telah melalui serangkaian proses uji halal yang ketat	Halal, Dalam Persepsi Konsumen Pada Produk Pangan di Kabupaten Bangkalan", Vol.3 No.2
		Pengetahuan konsumen mengenai produk yang menggunakan labelisasi halal yang sudah di keluarkan oleh MUI	Aris Setyawan Prima Sandi, dkk, (2011) "Persepsi Label Halal Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Pada Produk Minuman Berenergi", Jurnal Manajemen Bisnis, Vol.1 No.2
Kepercayaan Konsumen (X3)	<p>Pengetahuan konsumen terhadap suatu objek, atribut dan manfaatnya. Pengetahuan konsumen sangat berpengaruh</p>	Kesungguhan atau Ketulusan (<i>Benevolence</i>)	Astani Shilawati, (2020) "Pengaruh Citra
		Kemampuan (<i>Ability</i>)	Perusahaan, Kepercayaan dan Kepuasan
		Integritas atau Kejujuran (<i>Integrity</i>)	

¹¹ Saputri, "PENGARUH LABELISASI HALAL DAN KEPERCAYAAN INTERPERSONAL TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN KENTUCKY FRIED CHICKEN (KFC) DI JAMBI TOWN SQUARE (JAMTOS) KOTA JAMBI." 8-9

	dengan sikap, karena pengetahuan konsumen merupakan kepercayaan konsumen. Kepercayaan termasuk sebuah harapan umum dimana dipertahankan oleh setiap individu dari ucapan satu pihak ke pihak lainnya yang dapat dipercaya. ¹²	Kesiediaan bergantung kepada penjual (<i>Willingness to depend</i>)	Terhadap Loyalitas Konsumen (Studi Kasus PT. Jalur Nugraha Ekakurir (JNE) Tipar Cakung Jakarta Timur)”, Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Indonesia Jakarta
Keputusan Pembelian (Y)	Memutuskan untuk membeli atau mengonsumsi produk tertentu yang dimulai dari pengenalan kebutuhan, waktu, perubahan situasi, pemilihan produk, konsumsi produk, perbedaan individu, pengaruh pemasaran, pencarian informasi,	Kemantapan pada sebuah produk	Putri Ayu Nur Asikin, (2021) “Pengaruh Motivasi, Persepsi Konsumen, Gaya Hidup Dan Kepercayaan Terhadap Keputusan Pembelian Di <i>Marketplace</i> Shopee Dalam Perspektif Ekonomi Islam (Studi Pada
		Kebiasaan dalam membeli produk	
		Memberikan rekomendasi kepada orang lain	
		Melakukan pembelian ulang	

¹² Astani Shilawati, “PENGARUH CITRA PERUSAHAAN, KEPERCAYAAN DAN KEPUASAN TERHADAP LOYALITAS KONSUMEN (Studi Kasus PT. Jalur Nugraha Ekakurir (JNE) Tipar Cakung Jakarta Timur)” (Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Indonesia Jakarta, 2020), 24-27 <http://repository.stei.ac.id/id/eprint/1068>.

	pencarian internal dan eksternal. ¹³		Mahasiswa Jurusan Ekonomi Syariah IAIN Tulungagung) ”
--	---	--	--

E. Uji Validitas dan Reliabilitas

1. Uji Validitas

Uji validitas digunakan untuk mengukur sah atau tidaknya suatu kuesioner. Kata validitas begitu erat kaitannya dengan tujuan pengukuran. Validitas berhubungan erat dengan kenyataan maupun tujuan pengukuran. Maksudnya, validitas berhubungan dengan ketepatan alat ukurnya. Sehingga seorang peneliti harus mampu menetapkan alat ukur pengujian dengan berfokus dalam memperhatikan kenyataan dan tujuan.¹⁴ Cara mengukur validitas yaitu dengan menggunakan korelasi *Product Moment*. Pengujian menggunakan uji dua sisi ini dengan taraf signifikan 0,05. Maka kriteria pengujian sebagai berikut:

- a) Jika r hitung $>$ r tabel (uji dua sisi dengan sig.0,05) maka item-item pertanyaan berkorelasi signifikan terhadap skor total (dinyatakan valid).
- b) Jika r hitung $<$ r tabel (uji dua sisi dengan sig.0,05) maka item-item pertanyaan berkorelasi signifikan terhadap skor total (dinyatakan tidak valid).¹⁵

2. Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas ini bertujuan untuk mengetahui sejauh mana hasil dari pengukuran tetap konsisten, apabila dilakukan pengukuran dua kali atau lebih terhadap suatu kejadian yang sama dengan menggunakan alat ukur yang sama pula. Pengujian reliabilitas dengan alat ukur *internal consistency*, dilakukan dengan cara mencoba hanya cukup sekali saja, kemudian data

¹³ Nur Asikin, “Pengaruh Motivasi, Persepsi Konsumen, Gaya Hidup Dan Kepercayaan Terhadap Keputusan Pembelian Di Marketplace Shopee Dalam Perspektif Ekonomi Islam (Studi Mahasiswa Jurusan Ekonomi Syariah IAIN Tulungagung).” 65-66

¹⁴ Muhyiddin, Tarmizi, and Yulianita, *Metodologi Penelitian Ekonomi Dan Sosial: Teori, Konsep, Dan Rencana Proposal*, 84.

¹⁵ Siregar, *STATISTIK PARAMETRIK UNTUK PENELITIAN KUANTITATIF: Dilengkapi Dengan Perhitungan Manual Dan Aplikasi SPSS Versi 17*, 77-87.

yang diperoleh dianalisis dengan teknik tertentu. Salah satunya untuk melakukan uji reliabilitas dapat menggunakan program SPSS melalui uji statistik *alpha cronbach*. Metode ini digunakan untuk menghitung realibilitas suatu tes yang tidak mempunyai pilihan “benar/salah” maupun ”ya/tidak”, melainkan digunakan untuk menghitung reabilitas suatu tes yang mengukur sikap atau perilaku. Adapun kriteria suatu instrumen suatu penelitian dikatakan reliabel, dengan menggunakan metode ini, apabila koefisien reabilitas (r_{II}) $> 0,6$.¹⁶

F. Uji Asumsi Klasik

1. Uji Normalitas

Uji normalitas digunakan untuk mengetahui populasi data berdistribusi normal atau tidak. Biasanya uji ini digunakan untuk mengukur data yang berskala ordinal, interval, atau rasio. Apabila analisis menggunakan metode parametrik, maka persyaratan normalitas harus terpenuhi yaitu data berasal dari distribusi normal. Jika data tidak berdistribusi normal, maka metode alternatif yang digunakan adalah statistik non-parametrik. Dalam penelitian ini menggunakan uji statistik. Uji normalitas data dengan teknik Kolmogorov-Smirnov yaitu menguji normalitas data yang disajikan secara individu. Dasar pengambilan kesimpulan adalah apabila nilai signifikansi $> 0,05$, maka data dinyatakan berdistribusi normal.¹⁷

2. Uji Heteroskedastisitas

Uji heteroskedastisitas ini bertujuan untuk menguji apakah pada model regresi terjadi ketidaksamaan variance dari residual terhadap satu pengamatan ke pengamatan yang lain. Jika pada variance dari residual terhadap satu pengamatan ke pengamatan lain tetap, maka dapat disebut sebagai Homoskedastisitas namun jika berbeda disebut Heteroskedastisitas. Model regresi yang baik ialah yang homoskedastisitas ataupun tidak terjadi heteroskedastisitas. Adapun cara untuk mengetahui ada atau tidaknya heteroskedastisitas dapat dilakukan melalui uji glejser, yaitu

¹⁶ Siregar, *STATISTIK PARAMETRIK UNTUK PENELITIAN KUANTITATIF: Dilengkapi dengan Perhitungan Manual dan Aplikasi SPSS Versi 17*, 87-90.

¹⁷ Duwi Priyatno, *Paham Analisa Statistik Data Dengan SPSS*, ed. Ucak (Yogyakarta: MediaKom, 2010), 71.

meregresikan nilai absolut residual terhadap variabel independen dengan persamaan:

$$|U_t| = \alpha + \beta X_t + v_t$$

Jika variabel independen signifikan secara statistik mempengaruhi variabel dependen (*p value* berada di bawah 0,05), maka terdapat indikasi terjadinya heteroskedastisitas. Namun, jika nilai (*p value* berada di atas 0,05), maka model regresi tersebut tidak terdapat heteroskedastisitas.¹⁸

3. Uji Multikolinearitas

Uji multikolinearitas ini bertujuan untuk menguji apakah model regresi ditemukan bahwa adanya korelasi antar variabel independen. Maka model regresi yang tepat seharusnya tidak terjadi korelasi diantara variabel independen. Dikatakan tidak terjadi multikolinearitas antar variabel independen, jika nilai tolerance value > 0,10 dan variance inflation factor (VIF) < 10.¹⁹

G. Teknik Pengumpulan Data Metode Angket (Kuesioner)

Kuesioner merupakan teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan cara memberikan beberapa butir pertanyaan ataupun pernyataan secara tertulis kepada responden untuk dijawab. Kuesioner termasuk teknik pengumpulan data yang efisien jika peneliti tahu secara pasti variabel yang akan diukur serta paham apa yang bisa diharapkan dari responden.²⁰ Kuesioner dapat berupa pertanyaan atau pernyataan baik yang bersifat tertutup ataupun terbuka. Dalam penelitian ini bentuk kuesioner yang digunakan ialah pernyataan yang bersifat tertutup.

Penelitian ini menggunakan skala *likert*, ialah skala yang digunakan untuk mengukur sikap, pendapat dan persepsi seorang individu terhadap suatu objek maupun fenomena tertentu. Pertanyaan identitas dan pertanyaan variabel pada kuesioner dimasukkan ke dalam skala *likert* dengan skor 1-5 dalam kriteria sebagai berikut:

- | | |
|-------------------|----------|
| a) Sangat Penting | : skor 5 |
| b) Penting | : skor 4 |

¹⁸ Imam Ghozali, *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program IBM SPSS 19* (Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro, 2011), 139-142.

¹⁹ Ghazali, *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program IBM SPSS 19*, 106.

²⁰ Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif Dan R&D*, ed. Sutopo, Kedua (Bandung: Alfabeta, 2019), 142.

- c) Ragu-Ragu : skor 3
- d) Tidak Setuju : skor 2
- e) Sangat Tidak Penting : skor 1²¹

H. Sumber Data

Sumber data dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Data Primer

Data primer adalah data yang diperoleh langsung dari subjek penelitian dengan menggunakan alat ukur atau pengambilan data secara langsung sebagai sumber informasi yang dicari.²² Pengumpulan data primer dalam penelitian ini dilakukan dengan cara memberikan daftar pernyataan berupa kuesioner atau melakukan penyebaran kuesioner kepada responden yang berisi tentang persepsi konsumen, labelisasi halal, kepercayaan dan keputusan pembelian konsumen pada produk mie instan Korea. Responden yang menjawab daftar kuesioner tersebut adalah mahasiswa IAIN Kudus Fakultas Tarbiyah 2018 yang pernah mengonsumsi produk mie instan Korea. Penyebaran kuesioner dilakukan secara daring atau online menggunakan Google Form, melalui via *Whatsapp*, dan *Telegram*.

2. Data Sekunder

Data sekunder adalah data yang diperoleh melalui pihak lain atau tidak secara langsung diperoleh peneliti dari subjek penelitiannya. Data sekunder ini biasanya berupa data dokumentasi atau data laporan yang telah ada.²³ Data sekunder ini penulis memperoleh dari buku-buku dan jurnal penelitian yang mendukung penelitian ini.

I. Teknik Analisis Data

1. Analisis Regresi Linier Berganda

Analisis regresi linier berganda merupakan sebuah pengembangan dari regresi linier sederhana dengan sama-sama menggunakan alat yang dapat digunakan untuk melakukan suatu prediksi permintaan di masa yang akan datang yang berdasarkan

²¹ Siregar, *STATISTIK PARAMETRIK UNTUK PENELITIAN KUANTITATIF: Dilengkapi Dengan Perhitungan Manual Dan Aplikasi SPSS Versi 17*, 50.

²² Saifuddin Azwar, *Metode Penelitian* (Yogyakarta: Pustaka Pelajar, 2004), 91.

²³ Azwar, *Metode Penelitian*, 91.

data-data masa lalu ataupun untuk mengetahui suatu pengaruh yang ditimbulkan dari satu atau lebih variabel independen terhadap satu variabel dependen. Perbedaan ini hanya terletak spada jumlah variabel independen yang digunakan. Penerapan regresi linier berganda variabel independen yang digunakan lebih dari satu yang memengaruhi satu variabel dependen. Rumus regresi linier berganda sebagai berikut:

$$Y = a + b_1X_1 + b_2X_2 + b_3X_3 + \dots + b_nX_n$$

Dimana:

Y = Keputusan Pembelian

X₁, X₂ = Variabel Independen

a dan b = Konstanta.²⁴

2. Koefisien Determinasi (R²)

Nilai koefisien determinasi adalah suatu ukuran yang menunjukkan besarnya sumbangan dari variabel penjelas terhadap variabel respon. Artinya, koefisien determinasi menunjukkan bahwa ragam atau variasi naik turunnya Y yang diterangkan oleh pengaruh linier X (beberapa bagian dari keragaman pada variabel Y yang dapat dijelaskan oleh beragamnya nilai-nilai yang ada dalam variabel X).²⁵

Rumus mencari koefisien determinasi, sebagai berikut:

$$r^2 = \frac{(b_1 \sum x_1 y) + (b_2 \sum x_2 y)}{\sum y^2}$$

Jika $r^2 = 0$, maka variasi variabel-variabel independen X₁ dan X₂ tidak sedikitpun mampu menjelaskan variasi variabel dependen Y dalam model persamaan regresi.

Jika $r^2 = 1$, maka variasi variabel-variabel independen X₁ dan X₂ mampu menjelaskan dengan sempurna variabel dependen Y dalam model persamaan regresi.²⁶

3. Uji Signifikansi Parameter Simultan (Uji f)

Uji f ini digunakan untuk mengetahui apakah variabel independen yaitu X₁, X₂ secara bersamaan dapat berpengaruh secara signifikan terhadap variabel dependen Y. Dilakukannya

²⁴ Siregar, *STATISTIK PARAMETRIK UNTUK PENELITIAN KUANTITATIF: Dilengkapi Dengan Perhitungan Manual Dan Aplikasi SPSS Versi 17*, 405-406.

²⁵ Dergibson Siagian and Sugiarto, *Metode Statistika Untuk Bisnis Dan Ekonomi* (Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama, 2006), 259.

²⁶ I Made Yuliana, *Modul Regresi Linier Berganda* (Fakultas Matematika Dan Ilmu Pengetahuan Alam Universitas Udayana, 2016), 4.

pengujian ini bertujuan untuk membandingkan nilai f_{hitung} dengan f_{tabel} , berdasarkan ketentuan sebagai berikut:

- 1) Merumuskan hipotesis
 H_0 : secara simultan tidak berpengaruh
 H_a : secara simultan berpengaruh
- 2) Tingkat signifikansi
 Tingkat signifikansi yang digunakan sebesar 0,05 atau 5%
- 3) Kriteria pengujian
 H_0 diterima jika $f_{hitung} < f_{tabel}$ ²⁷
 H_0 ditolak jika $f_{hitung} > f_{tabel}$.

4. Uji Signifikansi Parameter Parsial (Uji t)

Uji t ini digunakan untuk menunjukkan seberapa jauh pengaruh variabel independen secara parsial dengan menerangkan variabel dependen.²⁸ Adapun langkah pengujian sebagai berikut:

- 1) Menentukan hipotesis
 H_0 : secara parsial tidak ada pengaruh
 H_a : secara parsial terdapat pengaruh
- 2) Tingkat signifikansi
 Tingkat signifikansi yang digunakan sebesar 0,05 atau 5%
- 3) Kriteria pengujian
 H_0 diterima jika, $t_{hitung} > t_{tabel}$ ²⁹
 H_0 ditolak jika, $t_{hitung} < t_{tabel}$.

²⁷ Priyatno, *Paham Analisa Statistik Data Dengan SPSS*, 67.

²⁸ Ghazali, *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program IBM SPSS 19*, 88.

²⁹ Priyatno, *Paham Analisa Statistik Data Dengan SPSS*, 68-69.