

## **BAB III**

### **METODE PENELITIAN**

#### **3.1 Rancangan penelitian**

Penelitian ini merupakan penelitian *explanatory research* yaitu penelitian yang bertujuan dan menjelaskan hubungan antara variabel penelitian melalui pengujian hipotesis dengan menggunakan pendekatan kuantitatif (Sugiyono, 2016).

Skala pengukuran menggunakan skala *likert*, metode pengumpulan data dengan cara angket, dokumentasi. Metode analisis yang di gunakan yaitu analisis deskriptif dan analisis regresi linier berganda dan data diolah dengan menggunakan SPSS. Populasi dan sampel dalam penelitian ini yaitu masyarakat di Kabupaten Jombang yang mempunyai dan menggunakan aplikasi shopee yang tidak diketahui jumlah pastinya. Teknik pengambilan sampel yang digunakan dalam penelitian ini yaitu *judgement sampling* (pertimbangan).

#### **3.2 Obyek, lokasi dan waktu penelitian**

Obyek dalam penekitian ini adalah gaya hidup, kepercayaan dan iklan terhadap keputusan pembelian produk *fashion* pada aplikasi shopee. Lokasi penelitian dilakukan pada masyarakat yang tinggal di Kabupaten Jombang. Waktu penelitian dari bulan Mei sampai Agustus 2022.

### 3.3 Definisi operasional

Variabel yang digunakan dalam penelitian ini terdapat 3 variabel bebas (*independent*) yang terdiri dari gaya hidup (X1), kepercayaan (X2) dan iklan (X3), sedangkan untuk variabel terikat (*dependent*) yaitu keputusan pembelian (Y).

#### 1. Variabel terikat (Y) : Keputusan Pembelian

Mengacu pada konsep Kotler & Keller (2009) Proses pengambilan keputusan seseorang dalam melakukan pembelian sampai seseorang tersebut membeli produk yang diharapkan diukur dengan menggunakan indikator menurut Kotler & Keller (2009) sebagai berikut :

1. Pengenalan Masalah : persepsi konsumen mengenai kebutuhan yang diharapkan
2. Pencarian Informasi : konsumen mencari informasi yang lebih banyak mengenai produk *fashion* di shopee
3. Evaluasi Alternatif : melakukan evaluasi alternatif terhadap produk *fashion* di shopee
4. Keputusan Pembelian: konsumen memutuskan membeli produk *fashion* di shopee

#### 2. Variabel bebas (X1) : Gaya hidup

Mengacu pada konsep Setiadi, N. J (2013) gaya hidup pada penelitian ini didefinisikan sebagai perilaku berpikir dan ketertarikan terkait dengan produk *fashion* di shopee, hal ini dapat diukur dengan menggunakan indikator dalam menurut (Priansa, 2017) yaitu :

1. Aktivitas (*activities*) : kegiatan konsumen dalam mencari produk-produk *fashion* di shopee.
2. Minat (*interest*) : keterterikkan berbelanja produk *fashion* di shopee.
3. Pendapat (*opini*) : pendapat konsumen pada saat berbelanja produk *fashion* di shopee.

3. Variabel bebas (X2) : Kepercayaan

Mengacu pada konsep Nangi dan Sukaatmadja (2015) kepercayaan didefinisikan sebagai keyakinan konsumen mempercayai suatu produk *fashion* di aplikasi shopee, hal ini dapat diukur dengan menggunakan indikator dari (Mayer, R. C., Davis, J., & Schoorman, 2011) yaitu :

1. Kemampuan (*ability*) : bahwa shopee mampu menyediakan, mengamankan dan melindungi privasi konsumennya.
2. Integritas (*integrity*) : bahwa shopee dapat memberikan komitmen yang benar dan kualitas produknya sesuai dengan yang di harapkan.
3. Kebaikan hati (*benevolence*) : bahwa shopee dapat memberikan pelayanan terbaik bagi konsumennya.

4. Variabel bebas (X3) : Iklan

Mengacu pada konsep Tjiptono, F (2015) bahwa iklan produk *fashion* yang ada di shopee dapat menimbulkan rasa tertarik dan mengubah pikiran konsumen untuk membelinya, hal ini diukur dengan enam indikator menurut Aqsa (2017) yaitu :

1. *Interactivity* : kemampuan iklan produk *fashion* di shopee yang mudah di pahami
2. *Accessibility* : kemampuan mengakses informasi produk *fashion* di shopee
3. *Entertainment* : iklan produk *fashion* di shopee mampu memenuhi kebutuhan terhadap kesenangan
4. *Informativeness* : iklan produk *fashion* di shopee mampu memberikan informasi kepada konsumen secara lengkap
5. *Irritation* : Iklan produk *fashion* yang sering muncul sangat mengganggu.
6. *Credibility* : kepercayaan konsumen terhadap iklan produk *fashion* di shopee

Tabel 3.1 Operasional Variabel Penelitian

Variabel	Indikator	Item Pernyataan	Sumber
Keputusan Pembelian (Y)	1. Pengenalan masalah	Saya membeli produk <i>fashion</i> di shopee sesuai dengan yang dibutuhkan	Kotler & Keller (2009)
	2. Pencarian Informasi	Saya memperoleh informasi mengenai produk <i>fashion</i> di kolom deskripsi produk	
	3. Evaluasi Alternatif	Saya dapat memilih produk <i>fashion</i> yang tersedia sesuai dengan yang diinginkan	
	4. Keputusan Pembelian	Saya memutuskan membeli produk <i>fashion</i> di shopee	
Gaya Hidup (X1)	1. Aktivitas	Saya selalu mencari produk-produk <i>fashion</i> sesuai dengan keinginan di shopee	Priansa (2017)
	2. Minat	Saya senang membeli produk-produk <i>fashion</i> yang sedang trend saat ini di shopee	
	3. Opini	Menurut saya berbelanja produk <i>fashion</i> di shopee lebih mudah	

Lanjutan tabel 3.1 Operasional Variabel Penelitian

Variabel	Indikator	Item Pernyataan	Sumber
Kepercayaan (X2)	1. Kemampuan	Saya percaya bahwa aplikasi shopee dapat melindungi privasi saya dalam melakukan belanja <i>online</i>	Mayer dkk (2011)
	2. Integritas	Saya merasa yakin aplikasi shopee dapat memenuhi kesepakatan yang dibuat	
	3. Kebaikan hati	Saya merasa shopee dapat memberikan pelayanan terbaik bagi konsumennya	
Iklan online shopee (X3)	1. <i>Interactivity</i>	Saya mampu memahami iklan online produk <i>fashion</i> di shopee	Aqsa (2017)
	2. <i>Accessibility</i>	Saya mampu mengakses informasi yang ditampilkan di iklan shopee	
	3. <i>Entertainment</i>	Tampilan iklan produk <i>fashion</i> di shopee yang menarik mampu menghibur saya	
	4. <i>Informativeness</i>	Informasi yang ditampilkan iklan produk <i>fashion</i> di shopee cukup lengkap	
	5. <i>Irritation</i>	Iklan produk <i>fashion</i> di shopee yang susah untuk di skip mengganggu saya	
	6. <i>Credibility</i>	Iklan produk <i>fashion</i> di shopee dapat dipercaya	

Sumber : Peneliti 2022

### 3.4 Skala pengukuran

Skala pengukuran adalah perjanjian yang digunakan sebagai dasar untuk menentukan panjang pendeknya interval yang ada dalam alat ukur, sehingga dapat menghasilkan data kuantitatif berupa angka, sehingga dianggap lebih akurat dan efisien yang didapat dari hasil pengukuran menggunakan alat ukur. Penelitian ini menggunakan skala *likert* agar mempermudah peneliti dalam melakukan pengujian terhadap analisa yang digunakan. (Sugiyono, 2017).

Skala *likert* yaitu cara perhitungan dengan menyediakan beberapa pertanyaan kepada responden kemudian diminta untuk menjawab. Data pertanyaan kuesioner yang berhasil dikumpulkan selanjutnya akan diukur dengan bobot skor 1 sampai 5. (Sugiyono, 2017)

Tabel 3.2 Instrument Skala Likert

No.	Jenis Jawaban	Skor
1	Sangat Setuju (SS)	5
2	Setuju (S)	4
3	Netral (N)	3
4	Tidak Setuju (TS)	2
5	Sangat Tidak Setuju (STS)	1

Sumber : Sugiyono, 2017

### 3.5 Populasi dan sampel

Populasi adalah generalisasi yang terdiri dari objek yang memiliki karakteristik dan kualitas yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari kemudian ditarik kesimpulannya (Sugiyono, 2017). Populasi dalam penelitian ini adalah masyarakat di Kabupaten Jombang yang mempunyai dan menggunakan aplikasi Shopee yang tidak diketahui jumlah pastinya. Sampel merupakan salah satu bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi. Sampel pada penelitian ini adalah masyarakat pengguna aplikasi shopee di Kabupaten Jombang. Pada penelitian ini populasi tidak diketahui jumlahnya, maka untuk menghitung sampel digunakan rumus Cochran sebagai berikut (Sugiyono, 2019):

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

Dimana :

n = jumlah sampel yang diperlukan

$z$  = tingkat keyakinan untuk simpangan 5% dengan nilai 1,96

$p$  = peluang benar 50% = 0,5

$q$  = peluang salah 50% = 0,5

$e$  = tingkat kesalahan sampel 10% = 0,1

Maka perhitungan dalam menentukan jumlah sampel adalah sebagai berikut :

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

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

$$n = \frac{0,9604}{0,01}$$

$$n = 96,04 = 100$$

Berdasarkan perhitungan dengan menggunakan rumus di atas, maka jumlah sampel yang digunakan dalam penelitian ini adalah 96 responden, namun dalam penelitian ini peneliti menambah 4 responden untuk di jadikan responden candangan. Sehingga sampe yang diambil dalam penelitian ini berjumlah 100 responden.

### 3.6 Metode sampling

Teknik yang digunakan dalam pengambilan sampel adalah *non-probability sampling* yang merupakan teknik yang tidak memberikan kesempatan yang sama kepada anggota populasi untuk dipilih dan dijadikan sampel. Teknik sampling yang digunakan adalah teknik *judgement sampling* (pertimbangan) adalah bentuk sampling *convenience* yang didalamnya elemen populasi dipilih berdasarkan *judgement* peneliti (Malhotra, 2010).

### **3.7 Jenis dan sumber data**

Dalam penelitian data yang digunakan adalah data kuantitatif, karena diwakili oleh angka yang merepresentasikan nilai ukuran variabel. Sumber data penelitian terbagi menjadi dua sumber data yaitu sumber data primer dan sumber data sekunder, (Sugiyono, 2017). Penelitian ini menggunakan dua sumber data yaitu data primer dan sekunder, berikut penjelasan data primer dan sekunder :

#### **1. Sumber data primer**

Data primer adalah data yang didapat dari lapangan dengan responden sebagai sumbernya. Pengumpulan data ini dilakukan dengan berbagai cara seperti wawancara dan kuesioner, sehingga akan menghasilkan kesimpulan dalam penelitian ini.

#### **2. Sumber data sekunder**

Data sekunder merupakan data yang diperoleh secara tidak langsung baik berupa keterangan maupun literatur yang ada hubungannya dalam penelitian yang sifatnya melengkapi atau mendukung data primer. Data sekunder adalah informasi yang diperoleh secara tidak langsung atau melalui media internet dan buku perilaku konsumen yang berhubungan dengan penelitian ini (Sugiyono, 2015).

### **3.8 Metode pengumpulan data**

Menurut Sugiyono (2016) teknik pengumpulan data dapat dilakukan melalui kuesioner, wawancara dan observasi. Pengumpulan data yang dilakukan oleh peneliti mempunyai tujuan untuk mendapatkan informasi yang berhubungan

dengan penelitian, metode pengumpulan data yang digunakan pada penelitian ini adalah sebagai berikut :

1. Kuesioner

Kuesioner adalah teknik pengumpulan data survey dengan cara membagikan selebaran pertanyaan yang ditujukan untuk dijawab responden dengan pilihan jawaban yang sudah ditentukan juga oleh peneliti, sehingga responden hanya perlu memilih jawaban yang sudah tersedia.

2. Dokumentasi

Mengumpulkan data dengan cara melihat catatan dari buku referensi, artikel, dan jurnal yang digunakan untuk melengkapi data informasi yang dibutuhkan dalam penelitian.

### **3.9 Pengujian instrumen penelitian**

1. Uji Validitas

Menurut Sugiyono (2013) yaitu Validitas merupakan derajat ketetapan antara data yang terjadi pada objek penelitian dengan data yang dapat dilaporkan oleh penelitian. Data yang valid adalah data “yang tidak berbeda” antara data yang dilaporkan oleh peneliti dengan data yang sesungguhnya terjadi pada obyek penelitian. Uji validitas dalam penelitian ini digunakan analisis item yaitu mengkorelasikan skor tiap butir dengan skor total yang merupakan jumlah dari tiap skor butir.

Syarat tersebut menurut Sugiyono (Sugiyono, 2017) yang harus dipenuhi yaitu harus memiliki kriteria sebagai berikut :

- a. Jika  $r \geq 0,30$ , maka item-item pertanyaan dari kuesioner adalah valid,
- b. Jika  $r \leq 0,30$ , maka item-item pertanyaan dari kuesioner adalah tidak valid.

Uji validitas instrument dapat menggunakan rumus korelasi. Rumus korelasi berdasarkan *Pearson Product Moment* menurut Sugiyono (2017) adalah sebagai berikut :

$$r = \frac{(\sum XY) - (\sum X) (\sum Y)}{\sqrt{\{n\sum X^2 - (\sum X)^2\} \{n \sum Y^2 - (\sum Y)^2\}}}$$

Dimana :

r = korelasi

X = Skor item X

Y = total item Y

N = Banyaknya sampel dalam penelitian

Tabel 3.3 Hasil Uji Validitas

Variabel	Item Pernyataan	r hitung	r Kritis	Keterangan
Gaya Hidup (X1)	X1.1	0.886	0,30	Valid
	X1.2	0.841	0,30	Valid
	X1.3	0.808	0,30	Valid
Kepercayaan (X2)	X2.1	0.800	0,30	Valid
	X2.2	0.703	0,30	Valid
	X2.3	0.794	0,30	Valid
Iklan (X3)	X3.1	0.717	0,30	Valid
	X3.2	0.760	0,30	Valid
	X3.3	0.567	0,30	Valid
	X3.4	0.669	0,30	Valid
	X3.5	0.717	0,30	Valid
	X3.6	0.602	0,30	Valid
Keputusan Pembelain (Y)	Y1	0.880	0,30	Valid
	Y2	0.626	0,30	Valid
	Y3	0.718	0,30	Valid
	Y4	0.862	0,30	Valid

Sumber: Data Primer (diolah), 2022

Berdasarkan data tabel 3.3 diatas merupakan hasil uji validitas instrument terhadap 30 responden dari konsumen yang membeli produk *fashion* di Shopee dari masing-masing variabel menunjukkan bahwa keseluruhan item dinyatakan valid karena mempunyai koefisien kolerasi ( $r \geq 0,3$ ), sehingga seluruh item dalam instrument peneliti dapat digunakan dalam analisis selanjutnya.

## 2. Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas dilakukan untuk mengetahui responden telah menjawab pertanyaan secara konsisten atau tidak, sehingga jawabanya dapat dipercaya. Dalam penelitian ini menguji reliabilitas dengan menggunakan formula *cronbach alpha*. Variabel dapat dikatakan reliabel apabila memberikan nilai *cronbach alpha*  $> 0,6$ , maka dikatakan bahwa variabel tersebut reliabel (Sugiyono, 2012). Menurut Sugiyono (2012) rumus koefisien reliabilitas *Alfa Cronbach* yaitu:

$$a = \frac{k}{(k - 1)} \left[ 1 - \frac{\sum s_j^2}{s_x^2} \right]$$

Keterangan :

a = koefisiensi reliabilitas alpha

k = jumlah item

Sj = varian responden untuk item I

Sx = jumlah varian skor total

Tabel 3.4 Hasil Uji Reliabilitas

Variabel	<i>Alpha Cronbach</i>	Koefisien	Keterangan
Gaya Hidup (X1)	0.797	0,6	Reliabel
Kepercayaan (X2)	0.648	0,6	Reliabel
Iklan (X3)	0.757	0,6	Reliabel
Keputusan Pembelian (Y)	0.773	0,6	Reliabel

Sumber: Data Primer (diolah), 2022

Berdasarkan tabel 3.4 dapat diketahui hasil reliabilitas tersebut menunjukkan bahwa semua variabel mempunyai koefisien Alpha diatas 0,6. Sehingga dapat dikatakan semua konsep pengukuran masing-masing variabel dari kusioner adalah reliabel. Jadi item pada masing-masing konsep variabel tersebut layak digunakan sebagai alat akur.

### 3.10 Teknik analisis data

#### 3.10.1 Analisis Deskriptif

Menurut Sugiyono (2016) analisis deskriptif adalah analisis yang digunakan untuk menganalisis data dengan cara mendeskripsikan atau menggambarkan data yang sudah terkumpul adanya kemudian membuat kesimpulan yang berlaku untuk umum atau generalisasi. Pengukuran variabel diukur menggunakan skala Likert 1 sampai 5. Nilai rata-rata dapat dilihat berdasarkan interval kelas yang dicari dengan rumus sebagai berikut:

$$\begin{aligned}
 range &= \frac{\text{Nilai Skor Tertinggi} - \text{Skor Terendah Skala}}{\text{Jumlah kategori}} \\
 &= \frac{5 - 1}{5} \\
 &= 0,8
 \end{aligned}$$

Sehingga rentang skor yang mungkin dapat diperoleh dan arti dari hasil skor tersebut menurut Sudjana (2000), adalah sebagai berikut :

1,0 – 1,8	Sangat Rendah
1,9 – 2,6	Rendah
2,7 – 3,4	Sedang
3,5 – 4,2	Tinggi
4,3 – 5,0	Sangat Tinggi

Sumber: Sudjana(2000)

### 3.10.2 Analisis Inferensial

Menurut sugiyono (2012) analisis inferensial adalah teknik analisis yang digunakan untuk menganalisis data sampel dan hasilnya diberlakukan untuk populasi. Analisis inferensial digunakan apabila sampel dari populasi yang jelas dan teknik pengambilan sampel sampel dari populasi dilakukan secara random.

#### 3.10.2.1 Uji asumsi klasik

Uji asumsi klasik merupakan tahapan awal yang digunakan sebelum analisis linier berganda (Ghozali, 2016). Di dalam penelitian ini terdapat uji asumsi klasik yang digunakan adalah uji normalitas uji multikolinearitas uji autokorelasi uji heteroskedastisitas. Uji asumsi klasik ini perlu dilakukan karena sebagai syarat statistik yang harus di penuhi pada analisis regresi berganda selain itu untuk memberikan kepastian bahwa persamaan regresi yang diperoleh mempunyai ketepatan dan estimasi tidak bias dan konsisten (Julandi, 2014).

#### 1. Uji Normalitas

Menurut Sugiyono (2016) normalitas sebuah informati signifikan dikarenakan data yang mendekati normal ataupun didistribusikan normal, data

tersebut diakui dapat mewakili populasi. Uji normalitas dilakukan untuk menganalisis atau menguji variabel-variabel yang akan menentukan normal atau bukan variabel. Menurut Ghozali (2016), Uji Normalitas digunakan menguji apakah didalam model regresi, variabel residual memiliki penyaluran normal. Dalam penelitian ini, uji normalitas dilakukan menggunakan uji statistik Kolmogorov Smirnov. Dasar dari pengambilan keputusan tersebut berdasarkan pada taraf signifikan hasil perhitungan dengan ketentuan sebagai berikut (Pandoyo & Sofyan, 2018) :

1. Signifikansi  $> 0,05$  hipotesis diterima karena data terdistribusi secara normal.
2. Signifikansi  $< 0,05$  hipotesis ditolak karena data tidak terdistribusi secara normal.

## 2. Uji Multikolinearitas

Uji multikolinieritas bertujuan untuk mengetahui apakah dalam model regresi ditemukan adanya korelasi dengan variabel bebas. Dalam model regresi yang baik seharusnya tidak terjadi korelasi diantara variabel bebas atau variabel independent. Jika variabel bebas saling berkorelasi, maka variabel ini tidak orthogonal. Variabel orthogonal adalah variabel bebas yang nilai korelasi antara variabel bebasnya sama dengan nol (Ghozali, 2018). Untuk mendeteksi ada tidaknya multikolinieritas dalam model regresi dilakukan dengan melihat nilai tolerance dan nilai Variance Inflation Factor (VIF), dengan dasar acuannya sebagai berikut

1. Jika nilai tolerance  $> 0,1$  dan nilai VIF  $< 10$ , maka dapat disimpulkan bahwa tidak ada multikolinieritas antar variabel bebas dalam model regresi
2. Jika nilai tolerance  $< 0,1$  dan nilai VIF  $> 10$ , maka dapat disimpulkan bahwa ada multikolinieritas antar variabel bebas dalam model regresi.  
(Pandoyo & Sofyan, 2018).

### 3. Uji Heteroskedastisitas

Menurut (Gliozali, 2018) Uji heteroskedastisitas bertujuan menguji apakah dalam model regresi terjadi ketidaksamaan variance dari residual suatu pengamatan ke pengamatan lain. Jika variance dari residual suatu pengamatan ke pengamatan lain tetap, maka disebut homoskedastisitas dan jika berbeda disebut heteroskedastisitas. Deteksi ada atau tidaknya heteroskedastisitas dapat dilihat dari ada atau tidaknya pola tertentu pada grafik scatterplot dengan kriteria sebagai berikut :

1. Jika sebaran titik-titik tidak membentuk suatu pola tertentu dan sebarannya berbeda di atas dan dibawah titik 0 sumbu Y maka dapat disimpulkan bahwa dalam model regresi tidak terdapat masalah heteroskedastisitas
2. Jika sebaran titik-titik membentuk suatu pola tertentu dan sebarannya hanya berbeda diatas atau dibawah titik nol sumbu Y maka dapat disimpulkan bahwa dalam model regresi terdapat masalah heteroskedastisitas (Pandoyo & Sofyan, 2018)

#### 4. Uji Autokorelasi

Uji autokorelasi mempunyai tujuan untuk menguji apakah dalam model regresi linier ada korelasi antara kesalahan pengganggu pada periode  $t$  dengan kesalahan pengganggu pada periode  $t-1$  (sebelumnya). Apabila terjadi korelasi, maka dinamakan ada problem autokorelasi (Ghozali, 2016). Cara untuk menguji autokorelasi dapat dilihat dari uji Durbin Waston (DW test) yang hanya digunakan untuk auto korelasi tingkat satu dan mensyaratkan adanya intercept (konstanta) dalam model regresi dan tidak ada variabel lagi di antara variabel independen (Ghozali, 2016).

Untuk menentukan auto korelasi Durbin Watson secara umum kriteria yang digunakan sebagai berikut :

1. Jika  $0 < dw < dl$  maka tidak ada autokorelasi positif dan keputusan ditolak.
2. Jika  $dl < dw < du$  maka tidak ada autokorelasi positif dan keputusan *no desicison*.
3. Jika  $4 - dl < dw < 4$  maka tidak ada autokorelasi *negative* dan keputusan ditolak
4. Jika  $4 - du < dw < 4 - dl$ , maka tidak ada autokorelasi *negative* dan keputusan *no desicison*.
5. Jika  $du < dw < 4-du$  maka tidak ada autokorelasi positif atau *negative* dan keputusan tidak ditolak

### 3.10.3 Analisis regresi linier

Menurut Sugiyono (2012). Analisis berganda yang digunakan untuk mengetahui dan memprediksi keadaan naik turunnya variabel dependen, jika dua atau lebih variabel independen dimanipulasi. Analisis regresi berganda yang digunakan untuk mengetahui pengaruh gaya hidup (X1), kepercayaan (X2), iklan (X3) terhadap keputusan pembelian (Y). Persamaan regresi berganda tersebut menggunakan menggunakan rumus (Sugiyono, 2012):

$$Y=a+b_1X_1+b_2X_2+ b_3X_3+e$$

Keterangan :

Y= keputusan pembelian

a = konstanta

X1 = gaya hidup

X2 = kepercayaan

X3 = iklan

b = koefisien arah regresi

e = *Standar Error*

### 3.10.4 Uji hipotesis

#### 1. Uji t (uji parsial)

Menurut Ghozali (2016) uji beda t-test digunakan untuk menguji seberapa jauh pengaruh variabel independen yang digunakan dalam penelitian ini secara individual dalam menerangkan variabel dependen secara parsial. Dasar pengambilan keputusan digunakan dalam uji t adalah sebagai berikut :

- a. Jika nilai  $t$  hitung  $>$   $t$  tabel, maka  $H_0$  ditolak, ini menunjukkan bahwa adanya pengaruh secara parsial variabel bebas terhadap variabel terikat
- b. Jika nilai  $t$  hitung  $<$   $t$  tabel, maka  $H_0$  diterima, ini menunjukkan bahwa tidak adanya pengaruh secara parsial variabel bebas terhadap variabel terikat

Menurut (Siregar, 2017), untuk menguji koefisien korelasi produk moment dapat digunakan statistik uji  $t$  yang rumusnya sebagai berikut :

$$t = \frac{r\sqrt{n-2}}{\sqrt{1-r^2}}$$

dengan  $df = n - k - 1$  dan  $\alpha = 0,05$ . Untuk menentukan  $H_0$  ditolak atau diterima yaitu dengan cara melihat nilai signifikan dari hasil output SPSS yaitu :

- a. Jika  $sig < \alpha$  (0,05), maka variabel bebas berpengaruh secara parsial terhadap variabel terikat (hipotesis diterima).
- b. Jika  $sig > \alpha$  (0,05), maka variabel bebas tidak berpengaruh secara parsial terhadap variabel terikat (hipotesis ditolak).

## 2. Uji f (simultan)

Uji f dijalankan untuk mengetahui apakah variabel independen secara bersama-sama mempengaruhi variabel dependen (Ghozali, 2016). Kriteria pengujian f ini adalah sebagai berikut:

- a. Taraf Signifikan = 0,05.
- b.  $H_0$  :  $F$  hitung  $<$   $F$  tabel, artinya tidak terdapat pengaruh signifikan secara simultan.

- c.  $H_a : F_{hitung} > F_{tabel}$ , artinya terdapat pengaruh signifikan secara simultan.

### 3.10.5 Koefisien determinasi ( $R^2$ )

Analisis Koefisien determinasi salah satu alat yang digunakan untuk mengukur seberapa jauh kemampuan model dalam menjelaskan variasi variabel dependen (terikat) dan juga digunakan untuk mengamati seberapa besar variabel independen mempunyai dampak terhadap variabel dependen yang dijelaskan dalam bentuk persentase. Nilai  $R^2$  terletak antara 0 sampai 1 ( $0 < R^2 < 1$ ). Rumus dalam menghitung  $R^2$  menurut (Ghozali, 2016):

$$Kd = R^2 \times 100\%$$

Keterangan :

Kd = Jumlah koefisien determinasi

$R^2$  = Nilai koefisien determinasi

Kriteria dalam mengerjakan analisis koefisien determinasi yaitu :

- a. Jika kd mendekati nol artinya pengaruh variabel independen terhadap variabel dependen lemah
- b. Jika kd mendekati satu artinya pengaruh variabel independen terhadap variabel dependen kuat