

BAB III

METODE PENELITIAN

3.1 Rancangan Penelitian

Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif. Menurut Sugiyono (2019) jenis penelitian kuantitatif merupakan jenis penelitian yang berlandaskan pada filsafat positivisme, digunakan untuk meneliti populasi atau sampel tertentu, pengumpulan dan menggunakan instrumen penelitian, analisis data bersifat kuantitatif atau statistik dengan tujuan untuk menguji hipotesis yang telah ditetapkan. Penelitian ini menggunakan metode eksplanasi (*explanatory research*). Metode eksplanasi (*explanatory research*) merupakan metode penelitian yang menjelaskan kedudukan antara variabel – variabel yang diteliti serta pengaruh antara variabel satu dengan yang lain melalui pengujian hipotesis yang telah dirumuskan. Dalam penelitian ini peneliti akan menjelaskan variabel kualitas produk, persepsi harga dan kepuasan konsumen.

Populasi dan sampel dalam penelitian ini adalah Mahasiswa STIE PGRI Dewantara Jombang angkatan 2018 yang menggunakan produk Ms Glow. Teknik yang digunakan dalam pengambilan sampel yaitu menggunakan teknik purposive sampling. Penelitian ini akan menggunakan skala pengukuran yang digunakan dalam penelitian ini adalah skala *Likert*, metode pengumpulan data dengan observasi, wawancara, kuesioner serta dokumentasi. Peneliti akan menggunakan metode survey

yang respondennya akan diberikan beberapa pertanyaan dalam bentuk kuesioner.

Dengan demikian sumber datanya adalah data primer yaitu diambil langsung dari sampel dan dikumpulkan langsung, teknik analisis data menggunakan metode regresi linier berganda, uji asumsi klasik dan uji hipotesis dengan bantuan program SPSS.

3.2 Subjek dan Objek Penelitian

3.2.1 Subjek Penelitian

Subjek dalam penelitian ini adalah Mahasiswa STIE PGRI Dewantara Jombang angkatan 2018 yang menggunakan produk Ms Glow.

3.2.2 Objek Penelitian

Objek penelitian ini adalah kualitas produk, persepsi harga terhadap kepuasan konsumen pada Mahasiswa STIE PGRI Dewantara Jombang angkatan 2018 yang menggunakan produk Ms Glow.

3.3 Definisi Operasional

Dalam penelitian ini, peneliti menggunakan tiga variabel yang terdiri dari variabel dependen yaitu kepuasan konsumen (Y) dan dua variabel independen yaitu kualitas produk (X1), persepsi harga (X2). Definisi operasional dari ketiga variabel tersebut dapat dijabarkan sebagai berikut :

1. Kepuasan Konsumen

Mengukur kepuasan konsumen atas produk Ms Glow yang ada di STIE PGRI Dewantara Jombang. Indikator kepuasan konsumen antara lain :

a. Kesesuaian Harapan

Tingkat kesesuaian antara kinerja produk atau jasa yang diharapkan oleh konsumen dengan yang dirasakan oleh konsumen.

b. Minat Berkunjung Kembali

Kesediaan konsumen untuk berkunjung kembali atau melakukan pembelian ulang terhadap produk terkait.

c. Kesiediaan Merekomendasi

Kesediaan konsumen untuk merekomendasikan produk yang telah dirasakan kepada teman atau keluarga.

2. Kualitas Produk

Mengukur kualitas produk yang diharapkan dapat memenuhi kebutuhan serta keinginan konsumen produk Ms Glow.

Indikator kualitas produk antara lain :

- a. Kinerja (*Performance*): Merupakan karakteristik operasi dan produk inti (*core product*) yang dibeli. Misalnya kecepatan, kemudahan dan kenyamanan dalam penggunaan produk Ms Glow.

- b. Fitur (*Feature*): Fitur produk Ms Glow yang melengkapi fungsi dasar suatu produk.
- c. Kesesuaian dengan spesifikasi (*Conformance to Specification*): Sejauh mana karakteristik desain produk Ms Glow dan operasi memenuhi standar yang telah ditetapkan sebelumnya.
- d. Ketahanan (*Durability*): Berkaitan dengan berapa lama produk Ms Glow dapat terus digunakan. Dimensi ini mencakup umur teknis maupun umur ekonomis.
- e. Keandalan (*Reliability*): Yaitu kemungkinan kecil akan mengalami kerusakan atau gagal pakai produk Ms Glow.
- f. Serviceability: Pelayanan yang diberikan tidak terbatas hanya sebelum penjualan, tetapi juga selama proses penjualan produk Ms Glow hingga purna jual, yang juga mencakup pelayanan reparasi dan ketersediaan komponen yang dibutuhkan.
- g. Estetika (*Esthetica*): Yaitu daya tarik produk terhadap panca indera. Misal keindahan desain produk, keunikan model produk dan kombinasi dari produk Ms Glow.
- h. Kualitas yang dipersepsikan (*Perceived Quality*): Yaitu persepsi konsumen terhadap keseluruhan kualitas atau keunggulan dari produk Ms Glow.

3. Persepsi Harga

Mengukur persepsi harga pada produk Ms Glow.

Indikator Perspsi harga antara lain:

- a. Keterjangkauan harga produk: Harga produk Ms Glow relatif dapat di jangkau oleh konsumen.
- b. Kesesuaian harga dengan kualitas produk: Harga yang ditawarkan Ms Glow sesuai dengan kualitas produknya.
- c. Daya saing harga: Harga yang ditawarkan Ms Glow tidak jauh berbeda dengan harga produk kecantikan sejenis.
- d. Kesesuaian harga dengan manfaat produk: Harga produk Ms Glow sesuai dengan manfaat dari produk tersebut.

Tabel 3.1 Instrumen Penelitian

No	Variabel	Indikator	Item Pernyataan
1	(Y) Kepuasan Konsumen Sumber: Tjiptono (2014)	Kesesuaian Harapan (Y1.1)	Saya merasa puas menggunakan produk Ms Glow.
		Minat Berkunjung Kembali (Y1.2)	Adanya keinginan untuk membeli kembali produk Ms Glow.
		Kesediaan Merekomendasi (Y1.3)	Saya akan merekomendasikan produk Ms Glow kepada orang lain.
		Kinerja (<i>Performance</i>) (X1.1)	Saya merasa produk MS Glow memberikan hasil akhir yang baik.
		Fitur (<i>Feature</i>) (X1.2)	Saya merasa produk MS Glow memiliki tekstur yang bagus.

Lanjutan Tabel 3.1

2	(X1) Kualitas Produk Sumber : Fandy Tjiptono Jamilah et al., 2022)	Kesesuaian dengan spesifikasi (<i>Conformance to spesification</i>) (X1.3)	Saya merasa produk Ms Glow menjual produk dengan bahan yang aman.
		Ketahanan (<i>Durability</i>) (X1.4)	Produk Ms Glow memiliki ketahanan produk yang lama (satu – dua tahun).
		Keandalan (<i>Realibility</i>) (X1.5)	Saya merasa produk Ms Glow dapat diandalkan kualitas produknya.
		Serviceability (X1.6)	Saya merasa produk Ms glow memiliki inovasi jenis produk yang beragam.
		Estetika (<i>Esthetica</i>) (X1.7)	Produk Ms Glow memiliki kemasan yang menarik.
		Kualitas yang dipersepsikan (<i>Perceived Quality</i>) (X1.8)	Kualitas produk Ms Glow sesuai dengan kebutuhan konsumen
3	(X2) Persepsi Harga Sumber: Kotler dan Amstrong, 2017)	Keterjangkauan harga produk (X2.1)	Harga produk Ms glow relatif terjangkau oleh konsumen.

Lanjutan Tabel 3.1

		Kesesuaian harga dengan kualitas produk (X2.2)	Harga produk Ms glow sesuai dengan kualitasnya .
		Daya saing harga (X2.3)	Harga produk Ms Glow tidak jauh berbeda dengan harga produk merek lain.
		Kesesuaian harga dengan manfaat produk (X2.4)	Harga produk Ms Glow sesuai dengan manfaat yang diterima.

Sumber: Tjiptono (2014), Jamilah et al., (2022), Kotler dan Amstrong, (2017)

3.4 Skala Pengukuran

Skala pengukuran yang akan digunakan dalam penyusunan penelitian ini adalah Skala *likert*. Skala *likert* 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 instrumen yang dapat berupa pernyataan atau pertanyaan. Menurut Sugiyono (2019), pengukuran jawaban atas pertanyaan skala likert dengan nilai sebagai berikut.

Tabel 3.2 Scoring Skala Likert

	Pernyataan	Skor
	Sangat Setuju (SS)	5
	Setuju (S)	4
	Netral (N)	3
	Tidak Setuju (TS)	2
	Sangat Tidak Setuju (STS)	1

Sumber: (Sugiyono, 2019)

3.5 Penentuan Populasi dan Sampel

3.5.1 Populasi

Menurut (Sugiyono, 2019) populasi merupakan wilayah generalisasi yang terdiri atas obyek atau subyek yang mempunyai kuantitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya. Populasi dalam penelitian ini adalah Mahasiswa STIE PGRI Dewantara Jombang angkatan 2018 yang berjumlah 553 mahasiswa. Adapun populasi target dalam penelitian ini tidak diketahui jumlah pastinya

3.5.2 Sampel

Menurut Sugiyono (2019) sampel adalah bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi tersebut. Sampel yang digunakan dalam penelitian ini adalah Mahasiswa STIE PGRI Dewantara Jombang angkatan 2018 yang menggunakan produk Ms Glow.

3.6 Teknik Pengambilan Sampel

Teknik yang digunakan dalam penelitian ini adalah teknik *non probability sampling* yang sampelnya berjenis *accidental sampling*. *Accidental sampling* merupakan teknik penentuan sampel berdasarkan kebetulan yaitu siapa saja yang secara kebetulan bertemu dengan peneliti dapat digunakan sebagai sampel, bila dipandang orang yang kebetulan ditemui itu cocok sebagai sumber data. Karena keterbatasan waktu maka tidak mungkin akan mengambil dari semua populasi tersebut. Pada penelitian ini populasi tidak diketahui jumlahnya, maka untuk menghitung sampel dapat menggunakan rumus Cochran sebagai berikut:

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

Keterangan:

n = Jumlah sampel yang diperlukan

z = Harga dalam kurve normal untuk simpangan 5% dengan nilai 1,96

p = Peluang benar 50% = 0,5

q = Peluang salah 50% = 0,5

e = Tingkat kesalahan sampel (*sampling error*), dalam penelitian ini 10%

maka perhitungan dalam menentukan jumlah sampel adalah sebagai berikut:

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

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

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

$$n = 96,04$$

Berdasarkan perhitungan dengan menggunakan rumus diatas, maka jumlah sampel minimal yang digunakan dalam penelitian yaitu 96 konsumen.

3.7 Jenis dan Sumber Data

1. Data primer

Data primer adalah data yang diperoleh langsung dari sumbernya, diamati dan dicatat untuk pertama kalinya (Sugiyono, 2019). Dalam penelitian ini data primer bersumber dari penyebaran angket secara langsung kepada Mahasiswa STIE PGRI Dewantara Jombang angkatan 2018 yang telah menggunakan produk Ms Glow.

2. Data sekunder

Data sekunder adalah data yang diperoleh secara tidak langsung baik berupa keterangan maupun literatur yang ada hubungannya dalam penelitian yang sifatnya melengkapi atau mendukung data primer (Sugiyono, 2019). Dalam penelitian ini, data sekunder bersumber dari berbagai artikel, buku, dan referensi atau studi pustaka dari jurnal penelitian terdahulu.

3.8 Teknik Pengumpulan Data

Menurut (Sugiyono, 2019) dalam penelitian ini yang digunakan dalam pengumpulan data adalah angket, dengan menggunakan kuisioner atau angket yang disebarakan kepada Mahasiswa STIE PGRI Dewantara Jombang angkatan 2018 yang menggunakan produk Ms Glow guna untuk memperoleh data yang valid.

1. Wawancara

Pengumpulan data dengan mewawancarai atau mengajukan pertanyaan kepada responden yang berhubungan dengan penelitian. Untuk mengetahui penjelasan yang berkenan dengan maksud dan pengisian daftar pertanyaan.

2. Angket

Pengumpulan data dengan memberikan atau menyebarkan daftar pertanyaan yang berkaitan dengan variabel yang diteliti kepada responden dengan harapan responden memberikan respon atas daftar pertanyaan yang diajukan.

3. Obserasi atau survey

Melakukan pengamatan secara langsung mengenai kualitas pelayanan dan kualitas produk serta untuk mengetahui keputusan pembelian konsumen yang di hasilkan.

4. Dokumentasi

Pengumpulan data dengan cara mengambil data yang berasal dari dokumentasi asli. Dokumentasi asli tersebut dapat berupa buku, tulisan ilmiah, majalah, dan internet yang di memiliki relevansi dengan penelitian.

3.9 Uji Instrumen

3.9.1 Uji Validitas

Menurut Ghazali (2016) uji validitas sebagai alat uji untuk mengukur sah atau tidaknya suatu kuesioner. Kuesioner dikatakan valid apabila pertanyaan pada kuesioner mampu untuk mengungkapkan sesuatu yang diukur oleh kuesioner. Untuk mengukur validitas dapat dilakukan dengan cara mengkorelasikan antar skor butir pertanyaan dengan total skor konstruk atau variabel. Metode korelasi yang digunakan adalah *pearson product moment* sebagai berikut:

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

Keterangan:

r = Koefisien korelasi

X = Skor item X

Y = Skor item Y

n =Banyaknya sampel dalam penelitian

1. Instrumen dikatakan valid apabila nilai koefisien korelasi antar item lebih dari 0,3.
2. Instrumen dikatakan tidak valid apabila nilai koefisien korelasi antar item kurang dari 0,3.

Pada penelitian ini digunakan sampel untuk pengujian validitas dan reliabilitas sebanyak 30 responden. Berikut ini merupakan hasil uji validitas tiap item pernyataan yang dapat dilihat pada tabel dibawah ini:

Tabel 3.3
Hasil Uji Validitas

Variabel	Indikator	r hitung	r kritis	Keterangan
Kepuasan Konsumen	Y1.1	0,914	0,3	Valid
	Y1.2	0,920	0,3	Valid
	Y1.3	0,920	0,3	Valid
Kualitas Produk	X1.1	0,862	0,3	Valid
	X1.2	0,897	0,3	Valid
	X1.3	0,911	0,3	Valid
	X1.4	0,905	0,3	Valid
	X1.5	0,849	0,3	Valid
	X1.6	0,903	0,3	Valid
	X1.7	0,858	0,3	Valid
	X1.8	0,840	0,3	Valid
Persepsi Harga	X2.1	0,868	0,3	Valid
	X2.2	0,892	0,3	Valid
	X2.3	0,890	0,3	Valid
	X2.4	0,863	0,3	Valid

Sumber: data diolah, 2022

Berdasarkan tabel 3.4 dapat diketahui bahwa masing-masing item variabel memiliki korelasi (r hitung) lebih dari 0,3. Dengan demikian semua item variabel dikatakan valid dan dapat dilakukan pengujian ke tahap selanjutnya.

3.9.2 Uji Reliabilitas

Menurut Ghozali (2016) Uji reliabilitas digunakan untuk mengetahui tingkat konsistensi jawaban yang telah diberikan oleh responden sehingga jawaban lebih akurat. Pada penelitian ini uji reliabilitas menggunakan formula *cronbach alpha*. Kuesioner dapat dikatakan reliable jika nilai *cronbach alpha* > 0,6. Rumus digunakan untuk *Cronbach Alpha*:

$$r_{11} = \frac{k}{k-1} \left(1 - \frac{\sum \sigma_b^2}{\sigma_t^2} \right)$$

Keterangan:

r_{11} = Realibilitas instrumen

k = Banyaknya butir instrumen

$\sum \sigma_b^2$ = Jumlah varians butir

σ_t^2 = Varians total

Tabel 3.4
Hasil Uji Reliabilitas

Variabel	Jumlah item pernyataan	<i>Cronbach's Alpha</i>	Kriteria	Keterangan
Kepuasan Konsumen (Y)	3	0,906	Cronbach's alpha \geq 0,60 maka reliabel	Reliabel
Kualitas Produk (X1)	8	0,957		Reliabel
Persepsi Harga (X2)	4	0,898		Reliabel

Sumber: data diolah, 2022

Berdasarkan tabel 3.5 menunjukkan bahwa semua variabel mempunyai angka cronbach's Alpha \geq 0,60. Dengan demikian semua variabel (Y, X1 dan X2) dapat dinyatakan reliabel.

3.10 Teknik Analisis Data

3.10.1 Analisis Deskriptif

Menurut (Sugiyono, 2019) analisis deskriptif adalah metode yang digunakan untuk menganalisa data dengan cara mendeskripsikan atau menggambarkan data yang telah terkumpul sebagaimana adanya tanpa bermaksud membuat kesimpulan yang berlaku untuk umum atau generalisasi. Analisis deskriptif digunakan apabila peneliti dalam metode ini menggunakan rumus sebagai berikut:

$$\begin{aligned} \text{Rentang skor} &= \frac{\text{nilai skor tertinggi} - \text{nilai skor terendah}}{\text{jumlah kategori}} \\ &= \frac{5 - 1}{5} \\ &= 0,8 \end{aligned}$$

Intepretasi skor:

1,0 – 1,8	= sangat rendah
1,81 – 2,6	= rendah
2,61 – 3,4	= netral
3,41 – 4,2	= tinggi
4,21 – 5,0	= sangat tinggi

3.10.2 Analisis Inferensial

1. Analisis Regresi Berganda

Analisis ini digunakan untuk mengetahui sejauh mana variabel bebas mempengaruhi variabel terikat. Dalam penelitian ini yang menjadi variabel terikat adalah kepuasan konsumen. Dan yang menjadi variabel bebas adalah kualitas produk dan persepsi harga. Bentuk persamaan regresi berganda yang digunakan dalam penelitian ini adalah:

$$y = a + b_1x_1 + b_2x_2 + e$$

Keterangan :

y	= Kepuasan Konsumen
a	= Konstanta

- b_1 = Koefisien variabel kualitas produk
- b_2 = Koefisien variabel persepsi harga
- x_1 = Kualitas Produk
- x_2 = Persepsi Harga
- e = Standar Error atau kesalahan pengganggu

3.10.3 Uji Asumsi Klasik

Uji asumsi klasik bertujuan untuk mengetahui kondisi data yang digunakan dalam penelitian. Hal ini dilakukan untuk memperoleh model analisis yang tepat. Model analisis regresi penelitian ini menyaratkan uji asumsi terhadap data meliputi:

1. Uji Normalitas

Menurut Ghozali (2016) uji normalitas bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi variabel pengganggu atau residual memiliki distribusi normal. Terdapat dua cara untuk mendeteksi apakah residual berdistribusi normal atau tidak yaitu:

a. Analisis Histogram

Menurut Ghozali (2016) menjelaskan bahwa grafik histogram digunakan untuk membandingkan antara data observasi dengan distribusi yang mendekati distribusi normal. Jika data menyebar di sekitar garis diagonal dan mengikuti arah garis diagonal atau grafik histogramnya

menunjukkan pola distribusi normal, maka model regresi memenuhi asumsi normalitas. Jika data menyebar jauh dari garis diagonal dan atau tidak mengikuti arah garis diagonal atau grafik histogram tidak menunjukkan pola distribusi normal, maka model regresi tidak memenuhi asumsi normalitas.

a. Analisis grafik (*Normal P-Plot*)

Salah satu cara untuk menguji normalitas yaitu dengan melihat grafik histogram yang membandingkan antara data observasi dengan distribusi yang mendekati distribusi normal. Namun analisis grafik memiliki kelemahan yaitu hasilnya tidak dapat dipastikan kebenarannya terutama apabila jumlah sampel dalam penelitian kecil. Apabila grafik histogram menggambarkan pola distribusi yang tidak miring ke kanan dan ke kiri, tetapi tepat ditengah seperti bentuk lonceng maka hasil tersebut menunjukkan bahwa dia terdistribusi secara normal.

b. Analisis Uji Statistik

Uji statistik sederhana yang sering digunakan untuk menguji asumsi normalitas adalah dengan menggunakan uji normalitas dari Kolmogrov smirnov. Uji Kolmogrov smirnov dilakukan dengan tingkat signifikansi 0,05.

Apabila signifikansi lebih besar dari 0,05 maka menunjukkan distribusi data normal.

2. Uji Multikolinearitas

Menurut Ghozali (2016) uji multikolinearitas bertujuan untuk menguji apakah model regresi ditemukan adanya korelasi antar variabel bebas (*independent*). Model regresi yang baik seharusnya tidak terjadi korelasi antar variabel bebas. Apabila variabel bebas saling berkorelasi maka variabel-variabel ini tidak ortogonal. Variabel ortogonal adalah variabel independen yang nilai korelasi antar sesama variabel independen sama dengan nol. Untuk mengetahui ada tidaknya multikolinearitas pada penelitian ini dapat dilihat dari nilai *tolerance value* dan nilai *Variance Influence Factor (VIF)* dengan kriteria sebagai berikut:

- a. Jika nilai $VIF > 10$ dan $tolerance < 0,1$, maka dapat disimpulkan bahwa dalam persamaan regresi terdapat masalah multikolinearitas.
- b. Jika nilai $VIF < 10$ dan $tolerance > 0,1$, maka dapat disimpulkan bahwa dalam persamaan regresi tidak terdapat masalah multikolinearitas.

3. Uji Heterokedastisitas

Menurut Ghozali (2016) uji heterokedastisitas bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi terjadi ketidaksamaan *variance* dari residual satu pengamatan ke pengamatan yang lain. Jika *variance* dari residual satu pengamatan ke pengamatan lain tetap, maka disebut Homoskedastisitas dan jika berbeda disebut Heterokedastisitas. Model regresi yang baik yaitu homoskedastisitas atau tidak terjadi heterokedastisitas. Untuk mendeteksi ada atau tidaknya gejala Heterokedastisitas dalam penelitian ini menggunakan grafik plot antara nilai prediksi variabel terikat dengan residualnya. Adapun dasar analisisnya sebagai berikut:

- a. Jika ada pola tertentu, seperti titik-titik yang ada membentuk pola tertentu yang teratur (bergelombang, melebar kemudian menyempit), maka mengindikasikan telah terjadi heterokedastisitas.
- b. Jika tidak ada pola yang jelas, serta titik-titik menyebar di atas dan di bawah angka nol pada sumbu Y, maka terjadi heterokedastisitas.

4. Uji Autokorelasi

Menurut Ghozali (2016) uji autokorelasi bertujuan untuk menguji apakah dalam suatu model regresi linear terdapat korelasi antara kesalahan pengganggu pada periode sebelumnya. Apabila terjadi korelasi maka dikatakan ada problem autokorelasi. Model regresi yang baik adalah regresi yang bebas dari autokorelasi. Untuk mendeteksi ada atau tidaknya autokorelasi dapat dilakukan dengan uji *Durbin-Watson* (DW test) yang mensyaratkan adanya *intercept* (konstanta) dalam model regresi dan tidak ada variabel lagi diantara variabel independen. Langkah awal melakukan uji *Durbin-Watson* adalah merumuskan hipotesis:

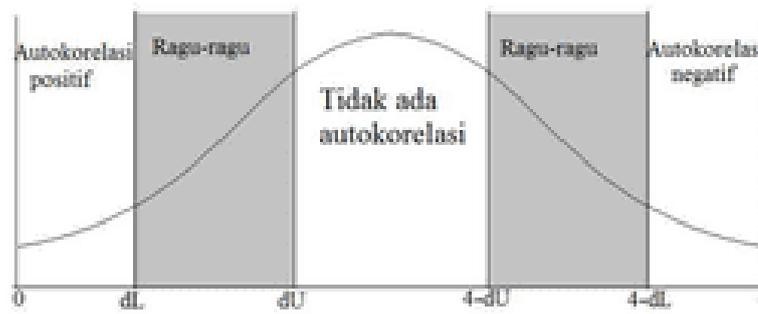
H_0 : tidak ada autokorelasi ($r = 0$)

H_a : ada autokorelasi ($r \neq 0$)

Tabel 3. 5 Pengambilan Keputusan Ada Atau Tidaknya Autokorelasi

Hipotesis Nol	Keputusan	Jika
Tidak ada autokorelasi positif	Tolak	$0 < d < d_l$
Tidak ada autokorelasi negatif	No decision	$d_l \leq d \leq d_u$
Tidak ada korelasi negatif	Tolak	$4 - d_l < d < 4$
Tidak ada korelasi positif	No decision	$4 - d_u \leq d \leq 4 - d_l$
Tidak ada autokorelasi, positif atau Negatif	Tidak ditolak	$D_u < d < 4 - d_u$

Sumber : (Ghozali 2016)



Gambar 3. 1 Kurva Durbin-Watson

3.10.4 Uji Hipotesis

a. Uji t

Uji t digunakan untuk menunjukkan seberapa jauh pengaruh satu variabel penjelas/independen secara parsial dalam menerangkan variabel dependen. Dasar pengambilan keputusan digunakan dalam uji t adalah sebagai berikut:

- a. Jika nilai probabilitas signifikansi $> 0,05$, maka hipotesis diterima. Hipotesis tidak dapat ditolak mempunyai arti bahwa variabel independen berpengaruh signifikan terhadap variabel dependen.
- b. Jika nilai probabilitas signifikansi $< 0,05$, maka hipotesis ditolak. Hipotesis ditolak mempunyai arti bahwa variabel independen tidak berpengaruh signifikan terhadap variabel dependen.

b. Uji R^2

Ghozali (2016) mengemukakan koefisien determinasi bertujuan untuk mengukur seberapa jauh kemampuan model dalam menerangkan variasi variabel dependen. Nilai koefisien determinasi adalah $0 < R^2 < 1$). Apabila nilai koefisien determinasi (R^2) semakin mendekati angka 1, maka model regresi dianggap semakin baik karena variabel independen yang dipakai dalam penelitian ini dapat mampu menjelaskan variabel dependennya. Untuk mengevaluasi model regresi terbaik, penelitian ini berpatokan pada nilai *Adjusted R Square* atau koefisien determinasi yang sudah disesuaikan karena apabila memakai nilai *R Square* akan menimbulkan suatu bias yang dapat meningkatkan R jika ada penambahan variabel independen. Berbeda dengan *R Square*, nilai *Adjusted R Square* tidak akan menimbulkan bias karena nilai *R Square* dapat naik atau turun apabila sebuah variabel independen ditambahkan dalam model.