

BAB III

METODE PENELITIAN

3.1 Rancangan Penelitian

Penelitian ini menggunakan penelitian jenis kuantitatif dengan pendekatan eksplanatori. Menurut Sugiyono (2022), metode penelitian kuantitatif dapat diartikan sebagai metode penelitian yang berlandaskan pada filsafat *positivisme*, digunakan untuk meneliti pada populasi atau sampel tertentu, pengumpulan data menggunakan instrumen penelitian, analisis data bersifat kuantitatif atau statistik, dengan tujuan untuk menguji hipotesis yang telah ditetapkan.

Populasi dan sampel dalam penelitian ini adalah konsumen generasi Z di Jombang yang pernah melakukan pembelian produk fashion Clarissa. Metode yang digunakan dalam pengambilan sampel adalah *non-probability sampling* dengan menggunakan teknik *convenience sampling*. Jenis data yang digunakan adalah kuantitatif dan sumber data primer serta sekunder. Metode pengumpulan data dalam penelitian ini dilakukan dengan cara penyebaran kuesioner (angket). Kuesioner akan digunakan untuk mengukur *shopping enjoyment*, *impulse buying* dan *in-store browsing*. Penelitian ini akan menggunakan skala pengukuran likert. Teknik analisis dalam penelitian ini menggunakan Analisa regresi mediasi dengan bantuan alat uji SPSS versi 29.

3.2 Objek dan Lokasi penelitian

Objek pada penelitian ini yakni pengaruh *shopping enjoyment* terhadap *impulse buying* yang dimediasi oleh *in-store browsing*. Lokasi penelitian ini dilakukan pada konsumen generasi Z yang tinggal di wilayah kecamatan Jombang.

3.3 Variabel Penelitian dan Definisi Operasional Variabel

3.3.1 Variabel Penelitian

Menurut Sugiyono (2022) variabel penelitian adalah suatu atribut atau sifat atau nilai dari orang, objek atau kegiatan yang mempunyai variasi tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya. Pada penelitian ini terdapat satu variabel bebas (*independent*), satu variabel terikat (*dependent*) dan satu variabel mediasi.

1. Variabel Independen atau Variabel Bebas (X)

Variabel ini sering disebut sebagai variabel stimulus, prediktor, *antecedent*. Dalam bahasa Indonesia sering disebut sebagai variabel bebas. Variabel bebas adalah merupakan variabel yang mempengaruhi atau yang menjadi sebab perubahannya atau timbulnya variabel dependen (terikat) (Sugiyono, 2022). Dalam penelitian ini terdapat dua variabel bebas yang digunakan yakni *shopping enjoyment* (X).

2. Variabel Dependen

Variabel ini sering disebut sebagai variabel output, kriteria, konsekuen. Dalam bahasa Indonesia sering disebut variabel terikat. Menurut (Sugiyono, 2022) variabel terikat merupakan variabel yang dipengaruhi

atau menjadi akibat, karena adanya variabel bebas. Dalam penelitian ini variabel terikat yang digunakan adalah *impulse buying* (Y).

3. Variabel Mediasi

Variabel mediasi atau intervening merupakan variabel penyela atau antara yang terletak di antara variabel independen dan dependen, sehingga variabel independen tidak langsung mempengaruhi berubahnya atau timbulnya variabel dependen (Sugiyono, 2022). Variabel intervening dalam penelitian ini adalah *in-store browsing* (Z).

3.3.2 Definisi Operasional Variabel dan Indikator

1. *Impulse buying*

Mengacu pada konsep dari (Wahyuni & Setyawati, 2020) *impulse buying* dalam penelitian ini didefinisikan sebagai kegiatan pembelian mendadak tanpa ada perencanaan terlebih dahulu pada saat memasuki toko Clarissa untuk membeli produk fashion. Menurut Wahyuni & Setyawati (2020) indikator untuk mengukur *Impulse buying* adalah seperti berikut :

1. Pembelanjaan secara spontan.
2. Pembelian dilakukan secara terburu-buru.
3. Pembelian dipengaruhi oleh emosi.
4. Pembelian dilakukan tanpa memikirkan akibat.

2. *Shopping enjoyment*

Mengacu pada konsep (Febrilia & Warokka, 2021) *shopping enjoyment* adalah kecenderungan individu untuk merasakan kesenangan dan kepuasan ketika berbelanja di Clarissa. Menurut (Febrilia & Warokka, 2021) indikator untuk menentukan *shopping enjoyment* adalah sebagai berikut :

1. Berbelanja adalah kegiatan yang menyenangkan
2. Memiliki kesenangan tertentu saat berbelanja
3. Suka lingkungan toko yang menyenangkan
4. Berbelanja adalah kegiatan favorit
5. Berbelanja adalah pengalaman yang menyenangkan

3. *In-store browsing*

Mengacu pada teori dari (Rahutomo, 2018) *In-store browsing* dalam penelitian ini didefinisikan sebagai suatu tindakan pemeriksaan barang (*merchandise*) retailer untuk tujuan rekreasi dan/atau mencari informasi di toko tanpa maksud untuk segera membeli di Clarissa. Menurut Rahutomo (2018) indikator yang digunakan untuk mengukur *in-store browsing* adalah sebagai berikut :

1. Persentase waktu
2. Melihat sebelum menentukan barang
3. Pencarian informasi sebelum pembelian
4. Menghabiskan waktu (rekreasi)

3.3.3 Instrumen Penelitian

Instrumen penelitian adalah alat ukur yang digunakan dalam penelitian. Penelitian pada dasarnya melibatkan proses pengukuran, sehingga penting untuk menggunakan alat ukur yang sesuai. Menurut Sugiyono (2022) instrumen penelitian merupakan suatu alat yang digunakan untuk mengukur fenomena alam atau sosial yang diamati dalam konteks suatu penelitian. Adapun instrumen penelitian dapat dilihat pada tabel 3.1 di bawah ini :

Tabel 3. 1 Instrumen Penelitian

Variabel penelitian	Indikator	Item
<i>Impulse buying</i> (Wahyuni & Setyawati, 2020)	Pembelanjaan secara spontan	Saya pernah membeli sesuatu di Clarissa tanpa memikirkannya terlebih dahulu
	Pembelian dilakukan secara terburu-buru	Saya pernah membeli barang di Clarissa dengan cepat tanpa berpikir panjang
	Pembelian dipengaruhi emosi	Saya cenderung mengikuti emosi ketika membeli suatu produk di Clarissa
	Pembelian dilakukan tanpa memikirkan akibat	Saya pernah membeli barang di Clarissa tanpa memikirkan dampaknya pada kebutuhan saya
<i>Shopping enjoyment</i> (Febrilia & Warokka, 2021)	Berbelanja adalah kegiatan yang menyenangkan	Saya merasa berbelanja di Clarissa adalah kegiatan yang menyenangkan
	Memiliki kesenangan tertentu saat berbelanja	Saya memiliki kesenangan tertentu saat berbelanja di Clarissa
	Suka lingkungan toko yang menyenangkan	Saya suka lingkungan toko Clarissa yang menyenangkan
	Berbelanja adalah kegiatan favorit	Berbelanja di Clarissa adalah kegiatan favorit saya
	Berbelanja adalah pengalaman yang menyenangkan	Saya merasa berbelanja di Clarissa adalah pengalaman yang menyenangkan

Lanjutan Tabel 3.1 Instrumen Penelitian

Variabel penelitian	Indikator	Item
<i>In-store browsing</i> (Rahutomo, 2018)	Persentase waktu	Saya cenderung menghabiskan waktu lama untuk berbelanja di Clarissa
	Melihat sebelum menentukan barang	saya sering melihat-lihat barang di Clarissa sebelum memutuskan untuk membelinya
	Pencarian informasi sebelum pembelian	saya mencari informasi terlebih dahulu di Clarissa sebelum membeli sesuatu
	Menghabiskan waktu (rekreasi)	Saya sering menghabiskan waktu di Clarissa untuk berbelanja sebagai bentuk rekreasi

Sumber : Diolah peneliti (2024)

3.4 Uji Instrumen Penelitian

Uji instrumen penelitian melibatkan uji validitas dan reliabilitas. Validitas berkaitan dengan upaya untuk mengurangi kesalahan penelitian sehingga hasilnya akurat dan bermanfaat. Uji validitas menentukan seberapa sesuai pernyataan instrumen dengan tujuan penelitian, sedangkan uji reliabilitas menentukan seberapa konsisten pengukuran antara responden, sehingga pernyataan instrumen dapat dipahami secara konsisten tanpa menghasilkan interpretasi yang berbeda.

1. Uji validitas

Uji validitas digunakan untuk mengevaluasi apakah instrumen yang digunakan, seperti angket atau kuesioner, memenuhi standar validitas atau tidak. Jika instrumen dinyatakan valid setelah uji validitas, berarti alat ukur tersebut dapat diandalkan untuk mengukur variabel yang dimaksud. Validitas menunjukkan sejauh mana instrumen tersebut dapat mengukur apa yang seharusnya diukur. Dengan kata lain, instrumen yang valid dapat menghasilkan data yang akurat dan relevan dengan tujuan penelitian

(Sugiyono, 2022). Adapun rumus uji validasi menurut (Sugiyono, 2022) yang digunakan sebagai berikut:

Rumus:

$$r_{xy} = \frac{n(\sum XY) - (\sum X)(\sum Y)}{\sqrt{[n(\sum X^2) - (\sum X)^2][n(\sum Y^2) - (\sum Y)^2]}}$$

Keterangan:

r = korelasi

n = jumlah sampel

X = skor variabel (jawaban responden)

Y = skor total dari variabel untuk responden ke- n

Dalam pengujian validitas menggunakan kriteria sebagai berikut:

- a. Jika r -hitung $> 0,3$ maka item pertanyaan tersebut valid.
- b. Jika r -hitung $< 0,3$ maka item pertanyaan tersebut tidak valid.

Berikut ini uji validitas untuk variabel *independent* yaitu *Shopping enjoyment* (X), variabel mediasi *In-store browsing* (Z) dan variabel dependen yaitu *Impulse buying* (Y).

Tabel 3. 2 Hasil Uji Validitas

No	Variabel	Item	r-Hitung	r-Tabel	Keterangan
1	<i>Shopping enjoyment</i> (X)	X.1	0,838	0,361	Valid
		X.2	0,814	0,361	Valid
		X.3	0,786	0,361	Valid
		X.4	0,782	0,361	Valid
		X.5	0,834	0,361	Valid

Lanjutan Tabel 3.2 Hasil Uji Validitas

No	Variabel	Item	r-hitung	r-tabel	Keterangan
2	<i>Impulse buying</i> (Y)	Y.1	0,740	0,361	Valid
		Y.2	0,877	0,361	Valid
		Y.3	0,804	0,361	Valid
		Y.4	0,860	0,361	Valid
3	<i>In-store browsing</i> (Z)	Z.1	0,711	0,361	Valid
		Z.2	0,711	0,361	Valid
		Z.3	0,680	0,361	Valid
		Z.4	0,843	0,361	Valid

Sumber : Data diolah SPSS 2024

Hasil uji validitas dengan menggunakan *software* SPSS menunjukkan bahwa semua total *item correlation* memiliki nilai yang lebih besar dari 0,3, yang berarti seluruh pernyataan tersebut valid. Oleh karena itu, semua pernyataan tersebut dapat digunakan sebagai instrumen yang valid dalam analisis selanjutnya.

2. Uji Reliabilitas

Uji Reliabilitas menurut Sugiyono (2022) bertujuan untuk mengevaluasi seberapa konsisten data yang dihasilkan oleh suatu instrumen. Instrumen dikatakan reliabel jika mampu menghasilkan data yang serupa ketika digunakan untuk mengukur objek yang sama secara berulang. Dalam penelitian ini, untuk mengukur reliabilitas, digunakan rumus *Cronbach Alpha*.

Rumus:

$$\alpha = \left[\frac{k}{k-1} \right] \left[1 - \frac{\sum \sigma_i^2}{\sigma_t^2} \right]$$

Keterangan:

A = koefisien reliabilitas *Cronbach Alpha*

K = Total pertanyaan valid

$\Sigma \sigma_i^2$ = Total varian butir

σ_i^2 = varians total

Dalam pengujian validitas menggunakan kriteria sebagai berikut:

- a. Jika nilai *Cronbach Alpha* lebih dari 0,60 maka pernyataan yang digunakan untuk mengukur variabel dinilai reliabel.
- b. Jika nilai *Cronbach Alpha* kurang dari 0,60 maka pernyataan yang digunakan untuk mengukur variabel dinilai tidak reliabel.

Hasil uji Reabilitas untuk penelitian ini dapat dilihat pada tabel di bawah ini :

Tabel 3. 3 Hasil Uji Reabilitas

No	Variabel	<i>Cronbach Alpha</i>	Keterangan
1	<i>Shopping enjoyment</i> (X)	0,866	Reliabel
2	<i>Impulse buying</i> (Y)	0,839	Reliabel
3	<i>In-store browsing</i> (M)	0,715	Reliabel

Sumber : Data diolah SPSS 2024

Berdasarkan tabel 3.3 di atas, nilai total *cronbach alpha* untuk setiap variabel melebihi nilai yang ditetapkan. Seluruh hasil nilai *cronbach alpha* lebih besar dari 0,60, maka dapat disimpulkan bahwa semua instrumen dianggap reliabel.

3.5 Populasi dan Sampel

3.5.1 Populasi

Menurut Sugiyono (2022) populasi merupakan wilayah generalisasi yang terdiri antara subyek atau objek yang mempunyai kuantitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya. Adapun yang menjadi populasi dalam penelitian ini adalah konsumen generasi Z di Jombang yang pernah melakukan pembelian produk fashion di Clarissa yang tidak diketahui jumlah pastinya.

3.5.2 Sampel

Sampel menurut Sugiyon (2022) merupakan sejumlah elemen yang memiliki karakteristik dan merupakan bagian dari populasi. Populasi dalam penelitian ini tidak diketahui secara pasti jumlahnya, maka perhitungan jumlah sampel dapat menggunakan rumus *Cochran* sebagai berikut :

Perhitungan jumlah 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 tetapi dalam penelitian ini menggunakan 100 orang.

3.6 Teknik Pengambilan Sampel

Teknik pengambilan sampel dalam penelitian ini adalah dengan menggunakan metode *non-probability sampling*. Menurut Sugiyono (2022) *non-probability sampling* adalah teknik pengambilan sampel yang tidak memberi peluang atau kesempatan sama bagi setiap unsur atau anggota populasi untuk dipilih menjadi sampel.

Dalam penelitian ini teknik sampel yang digunakan adalah teknik *convenience sampling*, yaitu pengambilan sampel didasarkan pada ketersediaan elemen dan kemudahan untuk mendapatkannya (Sugiyono, 2022). Adapun pengambilan responden yang akan dijadikan sampel di ambil dari konsumen generasi Z yang pernah membeli produk fashion Clarissa.

3.7 Jenis dan Sumber Data

1. Jenis

Menurut Sugiyono (2022) terdapat dua jenis data, yaitu data kualitatif dan kuantitatif. Dalam penelitian ini, peneliti menggunakan data kuantitatif yang berbentuk angka-angka yang akan diukur menggunakan statistik sebagai alat uji penghitungan yang digunakan untuk membahas rumusan masalah yang telah dipaparkan.

2. Sumber data

Menurut Sugiyono (2022) terdapat dua jenis sumber data, yaitu sumber data primer dan sumber data sekunder. Data primer adalah merupakan data yang diperoleh langsung dari subjek yang diteliti sedangkan data sekunder adalah sumber informasi yang telah dikumpulkan sebelumnya oleh pihak lain dan digunakan kembali oleh peneliti untuk analisis atau tujuan penelitian yang berbeda.

Pada penelitian ini, peneliti menggunakan data primer sebagai sumber data yang diperoleh secara *online* dengan menyebar angket atau kuesioner kepada konsumen generasi Z di Jombang yang pernah berbelanja produk fashion Clarissa dan data sekunder yang diperoleh dari sumber-sumber literatur seperti jurnal dan penelitian sebelumnya yang terkait dengan variabel yang diteliti.

3.8 Metode Pengumpulan Data

Metode pengumpulan data dalam penelitian ini adalah peneliti menggunakan kuesioner (angket) sebagai sumber data primer. Kuesioner akan disebarluaskan secara daring melalui *google form* kepada responden. Kuesioner merupakan teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan cara memberi seperangkat pertanyaan atau pertanyaan tertulis kepada responden untuk dijawab (Sugiyono, 2022). Kuesioner merupakan teknik pengumpulan data yang paling efektif dan efisien apabila peneliti mengetahui variabel yang akan diukur dan mengerti apa yang diharapkan dari responden.

Dalam penelitian ini, skala pengukuran yang digunakan adalah skala likert. Menurut Sugiyono (2022), skala likert merupakan alat yang digunakan untuk mengukur sikap, pendapat, dan persepsi seseorang atau sekelompok orang terhadap fenomena sosial. Dalam penggunaan skala likert, variabel yang akan diukur dapat diuraikan menjadi indikator variabel. Indikator tersebut kemudian digunakan sebagai tolak ukur untuk merancang item-item instrumen, yang bisa berupa pertanyaan atau pernyataan.

Data yang akan dianalisis merupakan jawaban atas pertanyaan dalam penelitian ini, menggunakan skor 1-5 yang mencerminkan tingkat setuju atau tidak setuju responden terhadap pernyataan yang diberikan. Berikut adalah tabel skala Likert yang akan digunakan dalam penelitian :

Tabel 3. 4 Tabel Skala Likert

Pilihan Jawaban	Skor
Sangat Setuju	5
Setuju	4
Netral	3
Tidak Setuju	2
Sangat Tidak Setuju	1

Sumber : (Sugiyono, 2022)

3.9 Teknik Analisis Data

3.9.1 Analisa Deskriptif

Menurut Sugiyono (2022) analisis deskriptif digunakan untuk menganalisis data dengan cara mendeskripsikan atau menggambarkan data yang telah dikumpulkan tanpa maksud untuk membuat kesimpulan yang dapat digeneralisasi. Penyajian data dalam analisis ini dapat dilakukan melalui tabel, grafik, diagram lingkaran, pictogram, serta perhitungan modus, median, mean, desil, persentil, penyebaran data, standar deviasi, dan persentase.

Guna mengetahui kategori dari rata-rata skor dapat menggunakan perhitungan berikut ini :

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

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

3.9.2 Analisa Inferensial

Menurut Sugiyono (2022) analisis inferensial adalah teknik statistik yang digunakan untuk menganalisis data sampel dan hasilnya dapat disimpulkan sebagai populasi. Dalam analisis inferensial ini, peneliti menggunakan teknik pengambilan data dengan menggunakan alat uji *Statistical Program for Social Science* (SPSS).

3.9.2.1 Uji Normalitas Data

1. Uji Normalitas

Menurut Ghozali (2021) uji normalitas adalah pengujian yang bertujuan untuk mengetahui apakah pada model regresi kedua variabel yaitu variabel terikat dan variabel bebas keduanya memiliki distribusi yang normal atau tidak. Uji normalitas dapat dilakukan menggunakan *test of normality kolmogorov-smirnov* yang tersedia dalam program SPSS. Pengujian juga dapat dilakukan melalui metode grafik normal *probability plots* yang tersedia dalam program yang sama.

Dasar pengambilan keputusan dalam uji normalitas adalah sebagai berikut:

- a. Jika nilai signifikan lebih besar dari 0,05 maka, sampel berasal dari populasi yang berdistribusi normal.

- b. Jika nilai signifikan lebih kecil dari 0,05 maka sampel bukan berasal dari populasi yang berdistribusi normal.

2. Uji Linearitas Data

Uji linearitas bertujuan untuk mengetahui apakah dua variabel mempunyai hubungan yang linier atau tidak secara signifikan. Uji ini biasanya digunakan sebagai prasyarat dalam analisis korelasi atau regresi linier. Pengujian pada SPSS dengan menggunakan *test for linearity* dengan pada taraf signifikan 0,05. Dua variabel dikatakan mempunyai hubungan yang linier bila signifikan (*linearity*) kurang dari 0.05. Menurut Ghozali (2021) uji linearitas bertujuan untuk mengetahui apakah spesifikasi model yang digunakan sudah benar atau tidak. Kriteria pada uji linearitas adalah sebagai berikut:

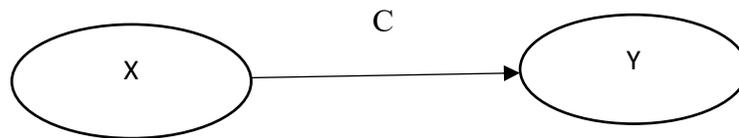
- a. Jika nilai signifikansi *deviation from linearity* > 0.05 , maka variabel bebas dengan variabel terikat terdapat hubungan linier.
- b. Jika nilai signifikansi *deviation from linearity* < 0.05 , maka variabel bebas dengan variabel terikat tidak terdapat hubungan yang linier.

3.9.3 Analisa Regresi Variabel Mediasi

Variabel mediasi atau intervening merupakan variabel penyalur atau antara yang terletak di antara variabel independen dan dependen, sehingga variabel independen tidak langsung mempengaruhi berubahnya

atau timbulnya variabel dependen. Pola hubungan antara variabel secara langsung tanpa variabel mediasi dapat dilihat pada gambar 1.

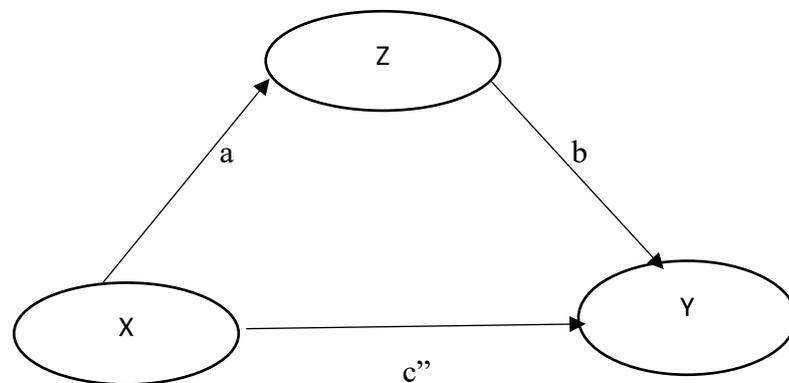
1. Model pertama (*Direct Effect*)



Gambar 3. 1 Model Regresi Tanpa Variabel Mediasi

Metode ini menggunakan variabel mediasi, dengan menunjukkan pengaruh langsung variabel *independent* (X) terhadap variabel dependen (Y).

2. Metode Kedua (*indirect effect*)



Gambar 3. 2 Model Regresi Melalui Variabel Mediasi

untuk menguji analisis variabel mediasi dilakukan dengan metode kausal step yang dikembangkan oleh Baron dan Kenny (1986). dan metode *Product of Coefficient* dikembangkan oleh Sobel (Suliyanto, 2011). Adapun langkah-langkah dalam menggunakan metode *kausal step* :

1. Membuat persamaan regresi variabel independen (X) terhadap variabel dependen (Y).
2. Membuat persamaan regresi variabel independen (X) terhadap variabel mediasi (Z) .
3. Membuat persamaan regresi variabel independen (X) terhadap variabel dependen (Y) dengan memasukkan variabel mediasi ukuran (Z).
4. Menarik kesimpulan apakah variabel mediasi tersebut memediasi secara sempurna (*perfect mediation*) atau memediasi secara parsial (*partial mediation*).

Langkah-langkah tersebut dalam bentuk persamaan sebagai berikut :

$$\text{Persamaan I} \quad : \hat{Y} = \hat{\beta}_0 + \hat{\beta}_1 X$$

$$\text{Persamaan II} \quad : Z = \hat{\beta}_0 + \hat{\beta}_1 X$$

$$\text{Persamaan III} \quad : \hat{Y} = \hat{\beta}_0 + \hat{\beta}_1 X + \hat{\beta}_2 Z$$

Pada pengujian variabel M dinyatakan sebagai variabel mediasi atau intervening jika memenuhi kriteria sebagai berikut:

- a. Jika pada persamaan I, variabel independen (X) berpengaruh terhadap variabel dependen (Y).
- b. Jika pada persamaan II, variabel independen (X) berpengaruh terhadap variabel yang diduga sebagai variabel mediasi (Z).
- c. Jika pada persamaan III, variabel yang diduga sebagai variabel mediasi (Z) berpengaruh terhadap variabel dependen (Y).

3.9.4 Uji Hipotesis

Uji hipotesis adalah metode pengambilan keputusan yang didasarkan dengan analisis data, baik dari percobaan yang terkontrol, maupun dari observasi (tidak terkontrol) (Natoen Ardiyan et al., 2018).

3.9.4.1. Uji t (Uji Koefisien Regresi)

Menurut (Sugiyono, 2022), Uji t merupakan langkah awal dalam menanggapi rumusan masalah dengan mengeksplorasi hubungan antara dua variabel atau lebih. Uji t dilakukan untuk menilai apakah parameter yang dianggap sebagai prediktor dalam model regresi linier berganda sudah cukup tepat atau belum. Tepatnya, uji t menilai apakah parameter tersebut mampu menjelaskan bagaimana variabel bebas memengaruhi variabel terikat. Parameter yang biasanya diprediksi dalam regresi linier meliputi intersep (konstanta) dan slope (koefisien dalam persamaan linier). Pada tahap ini, uji t terfokus pada koefisien regresi untuk mengevaluasi signifikansinya.

Untuk melakukan uji t, dapat menggunakan rumus berikut:

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

Keterangan:

t = Nilai uji-t

r = Koefisien korelasi

r^2 = Koefisien determinasi

n = Jumlah sampel

Dengan syarat:

- a. Jika t hitung $>$ t tabel, maka H_0 ditolak dan H_a diterima, yang berarti terdapat pengaruh
- b. Jika t hitung $<$ t tabel, maka H_0 diterima dan H_a ditolak, yang berarti tidak dapat pengaruh.

3.9.5 Uji Mediasi (*Sobel Test*)

Uji mediasi ialah pengujian yang digunakan supaya dapat mengetahui apakah hubungan yang melalui variabel mediasi yang secara signifikan mampu sebagai mediator dalam hubungan tersebut atau tidak (Basuki, 2021) Dimana uji mediasi menggunakan uji Z dengan rumus berikut.

$$Z = \frac{ab}{\sqrt{(b^2 SE_a^2) + (a^2 SE_b^2)}}$$

Dimana :

a: Koefisien regresi pada variabel bebas terhadap variabel mediasi

b: Koefisien regresi pada variabel mediasi terhadap variabel bebas

SEa: estimasi standar *error* pada pengaruh variabel bebas terhadap variabel mediasi

SEb: estimasi standar *error* pada pengaruh variabel mediasi terhadap variabel bebas.