

BAB III

METODE PENELITIAN

A. Pendekatan dan Jenis Penelitian

1. Pendekatan Penelitian

Penelitian ini menggunakan pendekatan penelitian kuantitatif. Metode penelitian kuantitatif adalah metode penelitian yang berlandaskan pada *filsafat positivisme*, digunakan untuk meneliti pada populasi atau sampel tertentu, pengumpulan data menggunakan instrument penelitian, analisis data bersifat statistik, dengan tujuan untuk menguji hipotesis yang telah ditetapkan.⁸³

Penelitian kuantitatif adalah sebuah pemeriksaan secara teliti dan menyeluruh dari sebuah fenomena atau masalah dengan menggunakan ukuran yang objektif dengan tujuan mendapatkan sebuah fakta atau kebenaran serta menguji teori-teori yang muncul atas munculnya suatu fenomena atau masalah. Penelitian model kuantitatif diistilahkan dengan model formal. Dimana fakta formalnya menunjukkan suatu metode pengukuran peristiwa kehidupan, dalam bentuk angka, dan bukan sekedar huruf.⁸⁴

⁸³ Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*, (bandung : Alfabeta, 2012), hlm.8

⁸⁴ Rokhmat Subagiyo, *Metode Penelitian Ekonomi Islam*,(Jakarta : Alim's Publishing, 2017), hlm. 19

2. Jenis Penelitian

Jenis penelitian yang digunakan pada penelitian ini adalah penelitian asosiatif. Penelitian asosiatif adalah penelitian yang bertujuan untuk mengetahui hubungan antar dua variable atau lebih.⁸⁵ Penelitian asosiatif mempunyai tingkatan tertinggi dibandingkan dengan penelitian deskriptif dan komparatif karena dengan penelitian ini dapat dibangun suatu teori yang dapat berfungsi untuk menjelaskan, meramal, dan mengontrol suatu gejala pada penelitian.⁸⁶ Pada penelitian ini digunakan untuk mengetahui pengaruh atau hubungan antara empat variable bebas yakni faktor budaya, faktor social, faktor pribadi, dan faktor psikologis terhadap variable terikat yakni keputusan pembelian pada marketplace Shopee.

B. Populasi, Sampel, dan Sampling Penelitian

1. Populasi Penelitian

Populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri atas objek/subjek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya.⁸⁷ Adapun objek dalam penelitian ini adalah *marketplace* Shopee. Sedangkan subyek dalam penelitian ini adalah mahasiswa/I Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam

⁸⁵ Rokhmat Subagiyo, *Metode Penelitian Ekonomi Islam*, (Jakarta : Alim's Publishing, 2017), hlm.14

⁸⁶ Kris H. Timotius, *Pengantar Metodologi Penelitian : Pendekatan Manajemen Pengetahuan untuk Perkembangan Pengetahuan*, (Yogyakarta : ANDI, 2017), hlm.16

⁸⁷ Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif, kualitatif, dan kombinasi (Mixed Methods)*, (Bandung : Alfabeta, 2012), hlm. 119

Institut Agama Islam Negeri Tulungagung pengguna aplikasi Shopee sejumlah 1.432 mahasiswa.

2. Sampel Penelitian

Sampel adalah suatu prosedur pengambilan data di mana hanya sebagian populasi saja yang diambil dan dipergunakan untuk menentukan sifat serta cirri yang dikehendaki dari suatu populasi.⁸⁸ Dalam penelitian ini respondennya adalah mahasiswa/I Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam (FEBI) IAIN Tulungagung pengguna aplikasi Shopee pada saat pengumpulan data melalui kuesioner. Dalam penentuan jumlah responden yang akan dijadikan sampel guna mewakili keseluruhan mahasiswa/I FEBI IAIN Tulungagung pengguna aplikasi Shopee, peneliti berpedoman berdasarkan pendapat Slovin yang memberikan saran tentang menghitung jumlah sampel dengan rumus sebagai berikut :⁸⁹

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

Dimana :

n = sampel

N = populasi

e = perkiraan tingkat kesalahan⁹⁰

⁸⁸ *Ibid.*, hlm.30

⁸⁹ Umar H., *Penelitian untuk Skripsi dan Tesis*, (Jakarta : PT Raja Grafindo Persada, 2005), hlm. 49

⁹⁰ Syofiyani Siregar, *Metode Penelitian Kuantitatif : Dilengkapi Perbandingan Perhitungan Manual & SPSS*,(Jakarta : Kencana, 2013),hlm. 34

Dalam penelitian ini, digunakan presentase 5% sebagai batas kesalahan pengambilan sampel, sehingga berdasarkan rumus tersebut jumlah sampel dari populasi sebanyak:

Tabel 3.1
Populasi Mahasiswa FEBI IAIN Tulungagung

No	Jurusan	Jumlah
1	Perbankan Syariah	537
2	Ekonomi Syariah	676
3	Akutansi Syariah	219
Total		1432

Sumber : Data TU FEBI IAIN Tulungagung

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

$$n = \frac{1432}{1 + 1432(0.05)^2}$$

$$n = \frac{1432}{1 + 1432(0.0025)}$$

$$n = \frac{1432}{4.58}$$

$$n = 312,66$$

Berdasarkan hasil perhitungan di atas dengan jumlah populasi 1432 mahasiswa, maka sampel dalam penelitian ini berjumlah 312,66, namun karena subyek bukan bilangan pecahan, maka dibulatkan menjadi 313 responden. Untuk mendapatkan data yang lebih akurat, peneliti menambahkan 10% dari jumlah sampel menjadi 345 responden, lalu membulatkannya menjadi 350 responden.

3. Teknik Sampling Penelitian

Teknik sampling merupakan metode atau cara untuk menentukan sampel dan besar sampel. Teknik pengambilan sampling adalah suatu cara mengambil sampel yang representatif dari populasi.⁹¹ Representative maksudnya sampel yang diambil benar-benar mewakili dan menggambarkan keadaan populasi sebenarnya. Untuk menentukan besarnya sampel yang akan diambil dari populasi yang ada kita dapat menggunakan teknik sampling yang ada.

Dalam penelitian ini menggunakan *Probability Sampling*. *Probability Sampling* adalah teknik pengambilan sampel yang memberikan peluang yang sama bagi setiap unsur (anggota) populasi untuk dipilih menjadi anggota sampel. Teknik yang digunakan dalam pengambilan sampel pada penelitian ini adalah *Simple Random Sampling*. Dikatakan *simple* (sederhana), karena pengambilan anggota sampel dari populasi dilakukan secara acak tanpa memperhatikan strata yang ada dalam populasi itu.⁹²

C. Sumber Data, Variabel Penelitian, dan Skala Pengukuran

1. Sumber Data

Data adalah bahan mentah yang perlu diolah sehingga menghasilkan informasi atau keterangan, baik kualitatif maupun

⁹¹ Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan Kombinasi (mixed Methods)*, (Bandung : Alfabeta, 2012), hlm. 24

⁹² *Ibid.*, hlm.122

kuantitatif yang menunjukkan fakta atau juga dapat didefinisikan sebagai kumpulan fakta atau angka atau segala sesuatu yang dapat dipercaya kebenarannya sehingga dapat digunakan sebagai dasar untuk menarik suatu kesimpulan.⁹³ Sumber data dibagi dua, yaitu :

a. Data Primer

Data primer adalah data yang dikumpulkan langsung oleh peneliti dengan cara langsung dari sumbernya.⁹⁴ Dalam penelitian ini sumber data primer diperoleh langsung dari penyebaran daftar pernyataan berupa kuesioner kepada mahasiswa/I FEBI IAIN Tulungagung pengguna aplikasi Shopee sebagai obyek yang dipilih.

b. Data Sekunder

Data sekunder adalah sumber yang tidak langsung memberikan data kepada pengumpul data, misalnya lewat orang lain atau lewat dokumen.⁹⁵ Untuk memperoleh data-data ini peneliti mengambil sejumlah buku-buku, *website*, dan contoh penelitian sebelumnya yang berkaitan dengan penelitian ini.

2. Variable Penelitian

Variable penelitian adalah suatu atribut atau sifat atau nilai dari orang, obyek atau kegiatan yang mempunyai variasi tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik

⁹³ Syofiyon Siregar, *Metode Penelitian Kuantitatif : Dilengkapi Perbandingan Perhitungan Manual & SPSS*, (Jakarta : Kencana, 2013), hlm. 16

⁹⁴ Rokhmat Subagiyo, SE, MEI, *Metode Penelitian Ekonomi Islam : Konsep dan Penerapan*, (Jakarta : Alim's Publishing, 2017), hlm.74

⁹⁵ Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan Kombinasi (mixed Methods)*, (Bandung : Alfabeta, 2012), hlm. 187

kesimpulannya.⁹⁶

Variable dalam penelitian dibedakan menjadi dua macam, diantaranya :

a. Variable Bebas (*Independent Variable*)

Variable bebas adalah variable yang menjadi sebab atau mempengaruhi variable lain (*Variable Dependent*).⁹⁷ Juga sering disebut dengan variable bebas, predictor, stimulus, eksogen atau *antecedent*. Variabel bebas dalam penelitian ini adalah faktor budaya, faktor social, faktor pribadi, dan faktor psikologis.

b. Variable Terikat (*Dependent Variable*)

Variable dependent merupakan variable yang dipengaruhi atau menjadi akibat karena adanya variable lain (variable bebas).⁹⁸ Variable ini sering disebut sebagai variable terikat, variable respon atau endogen. Variable terikat dalam penelitian ini adalah keputusan pembelian.

Definisi operasional adalah suatu definisi yang diberikan pada suatu variable dengan memberi arti atau spesifikasi kegiatan yang akan digunakan untuk mengukur variable tersebut. Pengertian operasional tersebut kemudian diuraikan menjadi indikator yang digunakan pada setiap variable.

1. Variable terikat

⁹⁶ *Ibid.*, hlm. 64

⁹⁷ Syofiyana Siregar, *Metode Penelitian Kuantitatif : Dilengkapi Perbandingan Perhitungan Manual & SPSS*, (Jakarta : Kencana, 2013), hlm. 10

⁹⁸ *Ibid.*, hlm. 10

Berikut adalah definisi operasional variable terikat dan indikator yang akan digunakan dalam penelitian ini.

- a. Keputusan pembelian, adalah suatu proses dimana konsumen mengenali kebutuhannya, mencari informasi mengenai produk yang sesuai dan mengambil keputusan tentang produk mana yang akan dibeli dan digunakan. Indikator yang digunakan adalah pencarian informasi, evaluasi alternative, keputusan pembelian , dan perilaku setelah pembelian.

2. Variable bebas

Berikut adalah definisi operasional variable bebas dan indikator yang akan digunakan dalam penelitian ini.

- a. Faktor budaya, merupakan karakter yang penting dari suatu sosial yang membedakannya dari kelompok kultur lainnya.⁹⁹ Indikator yang digunakan adalah budaya dan kelas sosial.
- b. Faktor sosial, merupakan pembagian kelompok masyarakat yang relatif permanen dan relatif teratur dimana anggota-anggotanya memiliki nilai, minat dan perilaku yang serupa.¹⁰⁰ Indikator yang digunakan adalah kelompok referensi, keluarga, dan peran dan status.
- c. Faktor pribadi, merupakan suatu cara mengumpulkan dan mengelompokkan kekonsistenan reaksi seorang individu terhadap

⁹⁹ Lamb. Terjemahan Lupiyoadi, *Manajemen Pemasaran Jasa Teori dan Praktek*, Edisi Pertama, (Jakarta : Salemba Empat, 2001), hlm.202

¹⁰⁰ *Ibid.*, hlm.212

situasi yang sedang terjadi.¹⁰¹ Indikator yang digunakan diantaranya usia, pekerjaan dan keadaan ekonomi, gaya hidup, dan kepribadian.

- d. Faktor psikologis, merupakan cara yang digunakan untuk mengenali perasaan mereka, mengumpulkan dan menganalisis informasi, merumuskan pikiran dan pendapat dan mengambil tindakan.¹⁰² Indikator yang digunakan adalah motivasi, persepsi, dan pengetahuan.

3. Skala Pengukuran

Skala pengukuran merupakan kesepakatan yang digunakan sebagai acuan untuk menentukan panjang pendeknya interval yang ada dalam alat ukur, sehingga alat ukur tersebut bila digunakan dalam pengukuran akan menghasilkan data kuantitatif.¹⁰³ Dengan skala pengukuran ini, maka nilai variable yang diukur dengan instrument tertentu dapat dinyatakan dalam bentuk angka, sehingga akan lebih akurat, efisiensi, dan komunikatif. Skala pengukuran data yang digunakan dalam penelitian ini menggunakan skala likert, yaitu skala yang digunakan untuk mengukur sikap, pendapat, dan persepsi seseorang tentang suatu obyek atau fenomena tertentu. Dalam penelitian ini pemberian skor skala Likert sebagai berikut :

¹⁰¹ *Ibid.*, hlm.221

¹⁰² *Ibid.*, hlm.224

¹⁰³ Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan Kombinasi(mixed Methods)*, (Bandung : Alfabeta, 2012), hlm. 135

Table 3.2
Skala Penilaian

No.	Keterangan	Nilai
1.	Sangat Setuju (SS)	5
2.	Setuju (S)	4
3.	Netral (N)	3
4.	Tidak Setuju (TS)	2
5.	Sangat Tidak Setuju (STS)	1

Keterangan :

- a. Sangat Setuju (ST), yaitu sebuah pendapat yang menyatakan bahwa pernyataan yang diberikan itu benar.
- b. Setuju (S), yaitu sebuah pendapat yang menyatakan bahwa pernyataan yang diberikan itu benar namun masih ada sedikit rasa keraguan.
- c. Netral (N), yaitu sebuah pendapat yang menyatakan keraguannya terhadap pernyataan yang diberikan apakah benar atau salah.
- d. Tidak Setuju (TS), yaitu sebuah pendapat yang menyatakan bahwa pernyataan yang diberikan kurang tepat.
- e. Sangat Tidak Setuju (STS), yaitu sebuah pendapat yang menyatakan bahwa pernyataan yang diberikan tidak tepat.

D. Teknik Pengumpulan Data dan Instrumen Penelitian

1. Teknik Pengumpulan Data

Pengumpulan data adalah suatu proses pengumpulan data primer dan sekunder, dalam suatu penelitian pengumpulan data merupakan langkah yang amat penting, karena data yang dikumpulkan akan

digunakan untuk pemecahan masalah yang sedang diteliti atau untuk menguji hipotesis yang telah dirumuskan.¹⁰⁴ Dalam penelitian ini, teknik pengumpulan data yang digunakan adalah kuesioner. Kuesioner adalah suatu cara pengumpulan data dengan memberikan atau menyebarkan daftar pernyataan kepada responden dengan harapan mereka akan memberikan respon atas daftar pernyataan tersebut.

2. Instrument Penelitian

Meneliti adalah melakukan pengukuran terhadap fenomena sosial maupun alam. Instrument penelitian adalah suatu alat yang digunakan mengukur fenomena alam maupun social yang diamati. Secara spesifik semua fenomena ini disebut variable penelitian.¹⁰⁵ Dalam penelitian ini menggunakan instrument berupa kuesioner dengan menggunakan likert. Skala likert merupakan skala yang paling terkenal dan sering digunakan dalam penelitian karena dalam pembuatannya relatif lebih mudah dan tingkat reliabilitasnya tinggi.¹⁰⁶

Table 3.3
Kisi-Kisi Instrumen Penelitian

Variable	Indikator	Pernyataan	Item
Budaya (X ₁)	Budaya	Kemajuan zaman mempengaruhi konsumen dalam membeli	1

¹⁰⁴ Syofiyon Siregar, *Metode Penelitian Kuantitatif : Dilengkapi Perbandingan Perhitungan Manual & SPSS*, (Jakarta : Kencana, 2013), hlm. 17

¹⁰⁵ Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan Kombinasi (mixed Methods)*, (Bandung : Alfabeta, 2012), hlm. 148

¹⁰⁶ Husain, Umar Setyadi, Purnomo, *Metodologi Penelitian Sosial*, (Jakarta : Bumi Aksara, 2008), hlm. 65

		Lokasi geografis menjadikan konsumen melakukan pembelian di shopee	2
	Kelas sosial	Konsumen memiliki tingkat kekayaan berbeda-beda untuk membeli produk di Shopee	3
		Konsumen memiliki tingkat pemahaman yang berbeda-beda mengenai produk di Shopee	4
Social (X ₂)	Kelompok acuan	Kelompok acuan menceritakan kelebihan dan kekurangan pembelian di Shopee	1
		Kelompok acuan memberikan dorongan untuk melakukan pembelian di shopee	2
	Keluarga	Orang tua memberikan pendapat sebelum membeli produk di shopee	3
		Pengalaman dari anggota keluarga mengenai pembelian di Shopee	4
Pribadi (X ₃)	Usia	Kebutuhan dan keinginan semakin meningkat seiring bertambahnya usia	1
		Seiring bertambahnya usia, jenis kebutuhan juga akan berubah	2

		Selera pembelian jenis produk di shopee berbeda sesuai tingkat usia	3
	Pekerjaan	Penghasilan memberikan tolak ukur untuk membeli	4
		Jenis pekerjaan mempengaruhi pembelian di shopee	5
	Gaya hidup	Belanja di Shopee sesuai dengan hobi	6
		Belanja di Shopee karena mudah	7
		Produk di Shopee bisa dipilih sesuai gaya hidup	8
	Kepribadian	Perilaku konsumen yang menunjukkan kepercayaan diri saat memakai produk	9
		Perilaku konsumen yang menunjukkan sifat atau kepribadian seseorang	10
Faktor Psikologis (X ₄)	Motivasi	Dorongan kebutuhan akan memiliki produk	1
		Dorongan akan trend yang sedang terjadi di lingkungan social	2
		Dorongan kegemaran/suka akan produk	3
	Persepsi	Merasa aman dan mudah transaksi di	4

		shopee	
		Memiliki banyak fitur	5
		Banyak pilihan harga	6
		Harga sesuai dengan kualitas	7
	kepercayaan	Percaya sepenuhnya dengan penjual mengenai produk yang ditawarkan	8
		Percaya dengan kesepakatan yang diberikan penjual	9
		Percaya apabila penjual bersikap baik dan sopan santun	10
Keputusan pembelian	Pencarian informasi	Informasi yang diberikan tentang produk sesuai dengan kenyataan sehingga memutuskan pembelian di shopee	1
		Memutuskan pembelian di shopee berdasarkan pengalaman orang lain	2
	Evaluasi alternatif	Mencari keuntungan tertentu dengan produk shopee	3
		Telah membandingkan dengan marketplace lain sebelum menentukan pembelian di shopee	4
	Keputusan pembelian	Menentukan membeli di shopee karena kemauan sendiri	5

		Menentukan untuk membeli produk di shopee karena saran dari keluarga atau teman	6
	Perilaku setelah pembelian	Merasa puas dengan pembelian produk di aplikasi shopee	7
		Melakukan pembelian ulang	8
		Memberi rekomendasi kepada orang lain	9

E. Definisi Operasional Variabel

X₁ Faktor Budaya

X_{1.1} Budaya

X_{1.1.1} Kemajuan zaman pada lingkungan tempat tinggal mahasiswa mempengaruhi mahasiswa melakukan pembelian di Shopee

X_{1.1.2} Mahasiswa memiliki lokasi tempat tinggal yang menjadi alasan untuk memilih membeli di Shopee

X_{1.2} Kelas Sosial

X_{1.2.1} Mahasiswa memiliki tingkat kekayaan yang berbeda-beda untuk membeli produk di Shopee

X_{1.2.2} Mahasiswa memiliki tingkat pemahaman yang berbeda mengenai produk di Shopee

X₂ Faktor Sosial

X_{2.1} Kelompok Acuan

X2.1.1 Kelompok Acuan mahasiswa menceritakan kelebihan dan kekurangan pembelian di Shopee

X2.1.2 Kelompok acuan mahasiswa memberikan dorongan untuk melakukan pembelian di Shopee

X2.2 Keluarga

X2.2.1 Orang tua mahasiswa memberikan pendapat sebelum membeli produk di Shopee

X2.2.2 Pengalaman dari anggota keluarga mahasiswa mengenai pembelian di Shopee

X3 Faktor Pribadi

X3.1 Usia

X3.1.1 Kebutuhan dan keinginan mahasiswa semakin meningkat seiring bertambahnya usia dari mahasiswa

X3.1.2 Seiring meningkatnya usia mahasiswa, jenis kebutuhan juga akan berubah

X3.1.3 Selera pembelian jenis produk di Shopee berbeda sesuai dengan tingkat usia mahasiswa

X3.2 Pekerjaan

X3.2.1 Mahasiswa memiliki penghasilan sampingan yang menjadikan tolak ukur untuk membeli

X3.2.2 Jenis pekerjaan sampingan mahasiswa mempengaruhi pembelian di Shopee

X3.3 Gaya Hidup

X3.3.1 Mahasiswa melakukan pembelian di Shopee karena sesuai dengan hobi

X3.3.2 Mahasiswa memilih belanja di Shopee karena mudah

X3.3.3 Mahasiswa memilih produk di Shopee karena sesuai gaya hidup

X3.4 Kepribadian

X3.4.1 Mahasiswa memiliki rasa percaya diri dalam memakai produk dari pembelian di Shopee

X3.4.2 Mahasiswa melakukan pembelian di Shopee sesuai dengan sifat dan kepribadiannya

X4 Faktor Psikologis

X4.1 Motivasi

X4.1.1 Mahasiswa membeli produk di Shopee karena kebutuhan

X4.1.2 Mahasiswa mengikuti trend yang ada dalam belanja online di Shopee

X4.1.3 Mahasiswa memiliki kegemaran sehingga terdorong untuk membeli di Shopee

X4.2 Persepsi

X4.2.1 Mahasiswa merasa aman berbelanja di Shopee

X4.2.2 Mahasiswa merasa senang melakukan pembelian di Shopee karena banyak fitur seperti gratis ongkos kirim, diskon, even bulanan, dan lain-lain.

X4.2.3 Mahasiswa melakukan pembelian di Shopee karena memiliki keberagaman harga pada jenis produk yang sama

X4.2.4 Shopee memberikan harga sesuai dengan produk yang ditawarkan

X4.3 Kepercayaan

X4.3.1 Mahasiswa mencari produk yang jumlah terjualnya banyak sebelum melakukan pembelian

X4.3.2 Mahasiswa sepakat dengan ketentuan yang dibuat oleh penjual

X4.3.3 Mahasiswa merasa yakin terhadap penjual yang ramah dan sopan

Y Keputusan Pembelian

Y1 Pencarian Informasi

Y1.1 Mahasiswa mendapatkan informasi yang sesuai dengan produk sehingga membuatnya melakukan pembelian

Y1.2 Mahasiswa melakukan pembelian di Shopee karena pengalaman orang lain

Y2 Evaluasi alternative

Y2.1 Mahasiswa mencari keuntungan dalam pembelian di Shopee

Y2.2 Mahasiswa sudah membandingkan dengan marketplace lain sebelum melakukan pembelian di Shopee

Y3 Keputusan Pembelian

Y3.1 Mahasiswa melakukan pembelian di Shopee karena kemauan sendiri

Y3.2 Mahasiswa membeli produk di Shopee karena saran teman dan keluarga

Y4 Perilaku Setelah Pembelian

Y4.1 Mahasiswa merasa puas setelah melakukan pembelian di Shopee

Y4.2 Mahasiswa melakukan pembelian ulang di Shopee

Y4.3 Mahasiswa memberikan rekomendasi kepada orang lain untuk membeli produk di Shopee

F. Teknik Analisa Data

Dalam penelitian kuantitatif, analisis data merupakan kegiatan setelah data dari seluruh responden atau sumber data lain terkumpul. Hasil dari analisis disajikan dalam bentuk angka-angka yang kemudian disajikan dan diinterpretasikan dalam suatu uraian.

1. Uji Validitas dan Reliabilitas

a. Uji Validitas

Validitas adalah ukuran yang menunjukkan tingkat kesahihan suatu instrument.¹⁰⁷ instrument dapat dikatakan valid apabila dapat mengungkapkan data variable yang diteliti secara tepat. Metode yang seering digunakan untuk memberikan penilaian terhadap validitas kuesioner adalah korelasi produk moment (*Pearson Correlation*). Antara skor beritem atau skor total atau bisa disebut dengan inter item-total korelati.¹⁰⁸ Kemudian validitas dikatakan akurat apabila r hitung lebih besar dari r table.

b. Uji Reliabilitas

Reliabilitas berasal dari kata reliability yang berarti sejauh mana hasil suatu pengukuran dapat dipercaya. Langkah-langkah reliabilitas instrument sebagai berikut :

$$r_{11} = \left[\frac{k}{k-1} \right] \left[1 - \frac{(\sum ab^2)}{\sigma^2 t} \right] \text{ dengan } \sigma^2 t = \frac{\sum x^2 (\sum x)^2}{N}$$

Tingkat reliabilitas test dapat dilihat dari indeks reliabilitas berikut:

¹⁰⁷ Endi Zunaedy Pasaribu, et all., *Belajar Statistika Siapa Takut dengan SPSS*, (Jakarta : Yayasan Kita Menulis, 2020), hlm. 32.

¹⁰⁸ Agus Eko Sujianto, *Aplikasi Statistik dengan SPSS 16.0*, (Jakarta : PT Prestasi Pustaka Ria, 2009), hlm. 95.

$0,80 \leq r_{11} < 1,00$ reliabilitas sangat tinggi.

$0,60 \leq r_{11} < 0,80$ reliabilitas tinggi

$0,40 \leq r_{11} < 0,60$ reliabilitas sedang

$0,20 \leq r_{11} < 0,40$ reliabilitas rendah

$0,00 \leq r_{11} < 0,20$ reliabilitas sangat rendah

Variable dikatakan reliable jika $> 0,60$ semakin mendekati angka 1 maka semakin reliable.

2. Uji asumsi Klasik

a. Uji Normalitas

Uji normalitas bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi, variable bebas dan variable terikat memiliki distribusi yang normal.¹⁰⁹ Apabila data-data memiliki distribusi normal maka model regresi tersebut baik. Uji normalitas merupakan uji yang mendasar sebelum melakukan analisis lebih lanjut. Data yang berdistribusi normal sering dijadikan landasan dalam beberapa uji statistic. Teknik yang digunakan dalam uji normalitas data antara lain uji chi-kuadrat, Lilliefors, Teknik Kolmogorow-smirnov, dan Shapiro wilk. Apabila signifikansi lebih dari 0,0, maka disimpulkan bahwa data yang diteliti berdistribusi normal.

b. Uji Multikoleneritas

Uji multikolineritas digunakan untuk menguji apakah pada model regresi ditemukan adanya korelasi antar variable independent. Jika terdapat atau terjadi korelas, maka terdapat masalah multikolineritas

¹⁰⁹ Ce Gunawan, *Mahir Menguasai SPSS : Mudah Mengolah Data dengan IBM SPSS Statistic 25*, (Sleman : Deepublish, 2018), hlm.56.

(multiko). Model regresi yang baik seharusnya tidak terjadi korelasi diantara variable independen.¹¹⁰ Cara mengetahui ada tidaknya multikolinieritas dengan melihat nilai (VIF) dan tolerance dengan ketentuan sebagai berikut : jika nilai VIF kurang dari 10 dan tolerance lebih dari 0,1, maka dinyatakan dengan tidak terjadi multikolinieritas.

c. Uji Heterokedastisitas

Uji heterokedastisitas bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi terjadi atau terdapat ketidaksamaan varian dari residual dari suatu pengamatan ke pengamatan yang lain. Jika varian dari nilai residual dari suatu pengamatan ke pengamatan lain tetap, maka disebut dengan homokedastisitas. Dan jika varian berbeda dari suatu pengamatan ke pengamatan lainnya, maka disebut heterokedastisitas, atau dengan kata lain model regresi yang baik adalah homokedastisitas.¹¹¹

3. Uji Regresi Linier Berganda

Fungsi regresi adalah untuk melakukan peramalan seberapa jauh pengaruh variable independent terhadap variable dependen. Dalam penelitian ini variable dependen mempengaruhi tiga variable independent, maka untuk menguji permasalahan dari variable tersebut, alat analisis yang digunakan adalah regresi linier berganda. Setelah hasil angket berhasil dikumpulkan , kemudian dilakukan analisis data yang berpedoman pada

¹¹⁰ Ce Gunawan, *Mahir Menguasai SPSS Panduan Praktis Mengolah Data Penelitian*, (Sleman : Deepublish, 2020),hlm.119.

¹¹¹ Ce Gunawan, *Mahir Menguasai SPSS Panduan Praktis Mengolah Data Penelitian*, (Sleman : Deepublish, 2020),hlm.128

analisis regresi berganda berikut:¹¹²

$$Y = a + b_1X_1 + b_2X_2 + \dots + b_kX_k + e$$

Keterangan:

Y = Variabel dependen

a = Nilai konstanta

X₁ = Variabel independent

X₂ = Variabel independent

b₁ = Koefisien 1

b₂ = Koefisien 2

e = Nilai error

4. Uji Hipotesis

a. Uji t (t test)

Tujuan dari pengujian ini adalah untuk mengetahui apakah variable independent berpengaruh secara signifikan terhadap variable dependen.

Pengujian dilakukan dengan membandingkan antara uji t-hitung dan uji t-tabel, dengan syarat-syarat sebagai berikut:¹¹³

- 1) Apabila t-hitung < t-tabel, maka H₀ dinyatakan diterima, yang berarti variable independent tidak berpengaruh ke variable dependen
- 2) Apabila t-hitung > t-tabel, maka H₀ ditolak, berarti variable independent berpengaruh terhadap variable dependen.

¹¹² M. Iqbal Hasan, *Pokok-Pokok Materi Statistik 1 : Statistik Deskriptif*, (Jakarta : PT Bumi Aksara, 2013), hlm.269.

¹¹³ Cirlnelius Trihendradi, *Statistik Inferensial Teori Dasar & Aplikasinya Menggunakan SPSS 12*, (Yogyakarta : Andi, 2004), hlm.111.

b. Uji F

Uji F bertujuan untuk mengetahui apakah variable-variabel independent secara bersamaan berpengaruh signifikan terhadap variable dependen. Pengujian ini menggunakan uji F dengan cara membandingkan antara F hitung dengan F table. Untuk melakukannya ada beberapa syarat sebagai berikut :

- 1) Apabila F-hitung < F-tabel, maka H_0 diterima yaitu variable-variabel independent secara bersama tidak berpengaruh terhadap variable dependen
- 2) Apabila F-hitung > F-tabel, maka H_0 ditolak yaitu variable-variabel independent secara bersamaan berpengaruh terhadap variable dependen

5. Uji Koefisien Determinasi (R^2)

Uji koefisien determinasi bertujuan untuk mengetahui seberapa besar kemampuan dari variable independent menjelaskan variable dependen. Semakin besar nilai R^2 maka semakin besar pengaruh semua variable independent terhadap variable dependen, dan sebaliknya. Nilai dari R^2 antara 0-1. Rumus uji koefisien determinasi (R^2) adalah :¹¹⁴

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

Keterangan :

R^2 = Koefisien determinasi

r^2 = Koefisien korelasi

¹¹⁴ M.Iqbal Hasan, *Pokok-Pokok Materi...*, hlm.248.