

BAB III

METODE PENELITIAN

A. Rancangan Penelitian

1. Pendekatan Penelitian

Dalam melakukan penelitian ini, penulis menggunakan pendekatan kuantitatif. Tujuan penelitian lebih diarahkan untuk menunjukkan hubungan antar variabel, memverifikasi teori, melakukan prediksi, dan generalisasi. Peneliti kuantitatif akan menggambarkan fenomena berdasar pada teori yang dimilikinya. Teori-teori yang diajukan dijadikan sebagai standar untuk menyatakan sesuai tidaknya sebuah gejala yang terjadi, dan disinilah muncul istilah kebenaran etik, sebuah kebenaran berdasarkan pada teori yang diajukan peneliti.⁵⁴

Pendekatan kuantitatif bertujuan untuk menguji teori, dan membangun fakta, menunjukkan gabungan antar variabel, memberikan deskripsi statistik, menaksir dan meramalkan hasilnya. Desain penelitian yang menggunakan pendekatan kuantitatif harus terstruktur, baku, formal dan dirancang sematang mungkin sebelumnya.

2. Jenis Penelitian

Jenis penelitian yang akan digunakan dalam penelitian ini adalah asosiatif. Penelitian asosiatif merupakan penelitian yang bertujuan untuk mengetahui pengaruh ataupun juga hubungan antara dua variabel atau

⁵⁴ Usman Rianse dan Abdi, *Metodologi Penelitian Sosial dan Ekonomi Teori dan Aplikasi*, (Bandung: Alfabeta, 2012), hal. 19-20

lebih. Penelitian ini mempunyai tingkatan tertinggi dibandingkan dengan deskriptif dan komparatif karena dengan penelitian ini dapat dibangun suatu teori yang dapat berfungsi untuk menjelaskan, meramalkan dan mengontrol suatu gejala.⁵⁵ Jenis penelitian yang digunakan penulis ini untuk mengetahui pengaruh antara tiga variabel bebas yakni harga, promosi dan kualitas informasi terhadap variabel terikat yakni pembelian impulsif secara *online*.

B. Populasi dan Sampel Penelitian

1. Populasi

Populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri atas obyek atau subjek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulan.⁵⁶ Penulis memilih mahasiswa FEBI IAIN Tulungagung sebagai responden dalam penelitian ini karena mahasiswa FEBI dianggap paling berpotensi atau paling gemar dalam berbelanja. Hal ini dapat dilihat dari penampilan mereka yang lebih terlihat *fashionable* dibandingkan dengan Fakultas lain. Sehingga tidak dipungkiri jika mahasiswa FEBI akan melakukan pembelian secara *online* dalam menunjang penampilan dan pemenuhan kebutuhannya.

2. Sampel

Sampel adalah sebagian dari populasi untuk mewakili seluruh populasi yang menjadi sumber data sebenarnya dalam suatu penelitian.

hal. 11 ⁵⁵ Sugiyono, *Metode Penelitian Kombinasi (Mixed Methods)*, (Bandung: Alfabeta, 2012)

⁵⁶ *Ibid.* . . . , hal. 11

Sampel yang baik adalah yang bersifat representatif yang artinya terdiri dari unsur-unsur yang memiliki seluruh sifat-sifat populasi, walaupun jumlahnya sedikit.⁵⁷

Prosedur yang digunakan untuk pengumpulan data adalah teknik *nonprobability sampling*, yaitu teknik sampling yang tidak memberikan peluang yang sama bagi setiap unsur (anggota) dari populasi untuk dipilih menjadi anggota sampel.⁵⁸ Kemudian digunakan metode *purposive sampling* yaitu teknik pengambilan sampel dengan pertimbangan tertentu. Hal ini didasarkan pada kondisi riil di lapangan bahwa hanya konsumen yang bersedia menjadi partisipan yang dipilih sebagai sampel. Dalam penelitian ini anggota sampel yang dipilih adalah mahasiswa dengan karakteristik yang pernah melakukan pembelian secara *online*.⁵⁹

Dalam menetapkan besarnya sampel dalam penelitian ini dikarenakan jumlah populasi tidak diketahui secara pasti maka untuk menentukan besarnya sampel yaitu menggunakan rumus *Unknown Population*.⁶⁰

$$n = \frac{Z^2}{4\mu^2}$$

Keterangan

- n = ukuran sampel

⁵⁷ Hadari Nawawi, *Metode Penelitian Bidang Sosial*, (Yogyakarta: Gadjah Mada University Press, 2012), hal. 153

⁵⁸ Sugiyono, *Metode Penelitian Kombinasi (Mixed Methods)* . . . , hal. 125

⁵⁹ Sugiyono, *Metode Penelitian Kombinasi (Mixed Methods)* . . . , hal. 41

⁶⁰ Frendy Prasetya, *Analisis Pengaruh Diferensiasi, Promosi dan Positioning terhadap Keputusan Pembelian Studi Kasus Pada Pelanggan Sepeda Motor Merek Honda di Semarang* (Semarang, Skripsi Fakultas Ekonomi Universitas Diponegoro, 2011), diakses pada 19 Oktober 2017, Pukul 19.24 WIB

- Z = tingkat keyakinan sampel yang dibutuhkan dalam penelitian (pada $\alpha = 5\%$ atau derajat keyakinan ditentukan 95% maka $Z = 1,96$)
- μ = *margin of error*, tingkat kesalahan yang dapat ditolerir (ditentukan 10%)

Dengan menggunakan rumus diatas, maka diperoleh perhitungan sebagai berikut :

$$n = \frac{Z^2}{4\mu^2}$$

$$n = \frac{1,96^2}{4(0,1)^2}$$

$$n = 96,4 \% \approx 100 \text{ responden}$$

Dari hasil perhitungan tersebut maka diketahui besar sampel yang diperlukan adalah 100 responden.

C. Sumber Data, Variabel dan Skala Pengukuran

1. Sumber Data

Data merupakan keterangan yang menerangkan obyek-obyek dalam variabel tertentu.⁶¹ Untuk mengumpulkan data dan informasi yang diperoleh dalam penelitian ini, penulis menggunakan sumber data sebagai berikut :

⁶¹ Suharsimi Arikunto, *Prosedur Penelitian : Suatu Pendekatan Praktik*, (Jakarta : Rineka Cipta, 2006), hal, 135

Sumber data primer. Sumber data dalam penelitian ini adalah data yang diperoleh langsung dari sumbernya diamati dan dicatat untuk pertama kalinya.⁶² Data primer dalam penelitian ini diperoleh langsung dari lokasi penelitian yaitu mahasiswa FEBI IAIN Tulungagung melalui kuisisioner yang diberikan langsung kepada responden.

2. Variabel Penelitian

Menurut Hatch dan Farhady variabel adalah “atribut seseorang atau obyek yang mempunyai variasi antara satu orang dengan yang lain atau antara satu obyek dengan obyek yang lain”.⁶³ Dalam penelitian ini penulis membedakan variabel penelitian sebagai berikut :

a. Variabel Bebas / *Independent Variable* (X)

Variabel ini sering disebut dengan variabel stimulus, prediktor, *antecedent*. Dalam bahasa Indonesia sering disebut variabel bebas. Variabel bebas adalah variabel yang memengaruhi atau menjadi sebab perubahan atau timbulnya variabel dependen (terikat).⁶⁴ Dalam penelitian ini ada tiga variabel independen yaitu :

- 1) Harga (X1) : Variabel ini diukur dengan menggunakan indikator keterjangkauan harga produk, kesesuaian harga dengan kualitas produk, daya saing harga produk dan kesesuaian harga dengan manfaat produk.

⁶² Burhan Bungin, *Metode Penelitian Kuantitatif: Komunikasi, Ekonomi, Kebijakan Publik Serta Ilmu-Ilmu Sosial Lainnya*, (Jakarta: Prenda Media Grup, 2005), hal. 172

⁶³ Deni Darmawan, *Metode Penelitian Kuantitatif*, (Bandung : Alfabeta, 2014), hal. 108

⁶⁴ *Ibid.* . . , hal. 109

- 2) Promosi (X2) : Variabel ini diukur dengan menggunakan indikator periklanan, diskon harga promosi penjualan dan display iklan.
- 3) Kualitas Informasi (X3) : Variabel ini diukur dengan menggunakan indikator akurat, tepat pada waktunya, relevan dan kelengkapan.

b. Variabel Terikat / *Dependent Variable* (Y)

Variabel ini sering disebut sebagai variabel output, kriteria, konsekuen. Sedangkan dalam bahasa Indonesia sering disebut sebagai variabel terikat. Variabel terikat merupakan variabel yang dipengaruhi atau yang menjadi akibat, karena adanya variabel bebas. Pada penelitian ini, obyek yang dipengaruhi adalah pembelian impulsif.

Pembelian impulsif dalam penelitian ini merupakan pembelian yang terjadi pada saat konsumen melihat produk, melihat tata cara pemakaian atau kegunaannya, dan memutuskan untuk melakukan pembelian secara spontan tanpa memikirkan akibatnya. Variabel ini diukur dengan menggunakan indikator impuls murni, impuls peringat, impuls saran dan impuls terencana.

3. Skala Pengukuran

Menurut Sugiyono *Skala Likert* digunakan untuk mengukur sikap, pendapat dan persepsi seseorang atau sekelompok orang tentang fenomena sosial.⁶⁵ Sehingga untuk mengetahui pengukuran jawaban responden pada penelitian ini menggunakan instrument penelitian berupa kuisioner, penulis menggunakan metode skala Likert (*Likert's Summated Ratings*).

⁶⁵ Sugiyono, *Metode Penelitian Kombinasi (Mixed Methods)*. . . , hal. 132

Dalam pengukuran jawaban responden, pengisian kuesioner terhadap faktor-faktor yang mempengaruhi *impulse buying* diukur dengan menggunakan skala *likert*, dengan tingkatan sebagai berikut :

Tabel 3.1
Skor Skala Likert

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

D. Teknik Pengumpulan Data dan Instrumen Penelitian

1. Teknik Pengumpulan Data

Metode pengumpulan data yang penulis gunakan dalam upaya memperoleh data yang dibutuhkan untuk pemecahan dan menganalisis permasalahan yang diajukan dalam penelitian ini diperoleh dengan menggunakan teknik pengumpulan sebagai berikut :

- a. Studi Kepustakaan (*Library Research*) : pengumpulan data teoritis dengan cara menelaah berbagai literature dan bahan pustaka lainnya yang berkaitan dengan masalah yang diteliti.
- b. Studi Lapangan (*Field Research*), dilakukan dengan metode survei melalui penyebaran kuesioner sebagai data primer, untuk meminta tanggapan responden secara langsung. Kuesioner disebut juga angket

adalah teknik pengumpulan data dengan cara mengirimkan suatu daftar pertanyaan kepada responden untuk diisi.⁶⁶

2. Instrumen Penelitian

Setelah metode pengumpulan data ditentukan dibutuhkan alat yang dipakai untuk mengumpulkan data, alat inilah yang disebut sebagai instrumen penelitian. Instrumen dalam penelitian menempati posisi terpenting dalam hal bagaimana dan apa yang harus dilakukan untuk memperoleh data di lapangan. Instrumen penelitian dalam penelitian kuantitatif ini berfungsi sebagai substitusi dan sebagai suplemen. Dalam penelitian ini, peneliti menetapkan instrumen penelitian sebagai berikut :

a. Kuesioner (Angket)

Kuesioner adalah cara mengumpulkan data dengan mengirim kuesioner yang berisi sejumlah pertanyaan yang ditujukan kepada orang yang menjadi obyek penelitian sehingga jawabannya tidak langsung diperoleh. Daftar pertanyaan dapat bersifat tertutup. Pertanyaan tertutup yaitu model pertanyaan dimana pertanyaan tersebut telah disediakan jawabannya, sehingga responden hanya memilih dari alternatif jawaban yang sesuai dengan pendapat atau pilihannya.

⁶⁶ Ahmad Tanzeh dan Suyitno, *Dasar-Dasar Penelitian*, (Surabaya : Lembaga Kajian Agama dan Filsafat (el KAF), 2006), hal. 45

b. Dokumentasi

Dokumentasi adalah data yang disimpan dalam bentuk file, buku, tulisan, laporan dan sebagainya. Metode pengumpulan data dokumentasi digunakan dalam rangka memenuhi data atau informasi yang diperlukan untuk kepentingan variabel penelitian.⁶⁷ Teknik dokumentasi dalam penelitian ini digunakan untuk memperoleh data tentang responden mahasiswa FEBI IAIN Tulungagung yang telah mengisi angket.

Tabel 3.2
Kisi – Kisi Instrumen Penelitian

No	Variabel	Indikator	Item pertanyaan	No Item
1.	Harga (X_1)	Keterjangkauan Harga	Saya tertarik membeli secara <i>online</i> apabila harga produk yang ditawarkan dalam <i>online</i> terjangkau	1
		Kesesuaian Harga dengan Kualitas Produk	Saya tertarik membeli secara <i>online</i> apabila harga yang ditawarkan sesuai dengan kualitas produk dalam <i>online</i>	2
		Daya Saing Harga Produk	Daya saing harga produk dengan harga yang ditawarkan dari situs lain membuat saya tertarik melakukan pembelian secara <i>online</i>	3
		Kesesuaian Harga dengan Manfaat Produk ⁶⁸	Saya tertarik melakukan pembelian selanjutnya dalam penjualan <i>online</i> apabila harga sesuai dengan manfaat produk yang saya peroleh	4
2.	Promosi (X_2)	Periklanan	Periklanan sebuah produk melalui media sosial dan situs web membuat saya tertarik melakukan pembelian secara <i>online</i>	5

⁶⁷ Puguh Suharsono, *Metode Penelitian Kuantitatif Untuk Bisnis: Pendekatan Filosofis dan Praktis*, (Jakarta: PT Indeks, 2009), hal. 104

⁶⁸ William J. Stanton, *Prinsip Pemasaran Jilid 1. . .*, hal. 313

		Diskon	Pemberian diskon harga, harga khusus dari harga resmi produk kepada konsumen membuat saya tertarik melakukan pembelian secara <i>online</i>	6
		Promosi Penjualan	Promosi penjualan berupa insentif jangka pendek (sampel, kupon, hadiah barang iklan bersama, premi, jaminan pembelian) membuat saya tertarik melakukan pembelian secara <i>online</i>	7
		Display Iklan ⁶⁹	Tampilan pajangan (<i>display</i>) produk <i>online</i> yang menarik mendorong saya melakukan pembelian secara <i>online</i>	8
3.	Kualitas Informasi (X ₃)	Relevan	Saya tertarik melakukan pembelian secara <i>online</i> apabila informasi yang diberikan penjual sesuai dengan produk yang saya butuhkan	9
		Akurat	Saya tertarik melakukan pembelian secara <i>online</i> apabila informasi diberikan secara akurat	10
		Tepat Waktu	Saya tertarik melakukan pembelian secara <i>online</i> apabila Informasi yang diberikan tepat waktu (tingkat kecepatan penjual dalam merespon) dan selalu <i>update</i>	11
		Kelengkapan ⁷⁰	Saya tertarik melakukan pembelian secara <i>online</i> apabila informasi spesifikasi produk dipaparkan secara terperinci	12
4.	Pembelian Impulsif (Y)	Impuls Murni	Saya akan melakukan pembelian produk apapun apabila produk tersebut benar-benar menarik bagi saya	13
		Impuls Saran	Ketika saya melihat produk baru yang benar-benar menarik perhatian saya, secepatnya saya akan membelinya meskipun sebelumnya tidak terencana untuk membeli	14
		Impuls Peningat	Saya akan melakukan pembelian terhadap suatu produk yang sebelumnya pernah saya lihat	15

⁶⁹ *Ibid.* . ,hal. 1371

⁷⁰ Deni Darmawan dan Kunkun Nur Fauzi, *Sistem Informasi Manajemen* . . ,hal. 2

			(teringat dengan produk yang ingin dibeli sebelumnya)	
		Impuls Terencana ⁷¹	Ketika saya sedang melihat produk dengan penawaran menggiurkan (diskon, bonus), saya akan langsung membelinya tanpa melakukan perencanaan terlebih dahulu	16

E. Analisis Data

Teknik analisis data dalam penelitian kuantitatif menggunakan statistik. Penelitian ini menggunakan statistik inferensi. Yang mana statistik inferensi adalah bagian statistik yang mempelajari penafsiran dan penarikan kesimpulan yang berlaku secara umum dari data yang tersedia.

Analisis untuk mengetahui pengaruh harga, promosi dan kualitas informasi terhadap konsumen untuk melakukan pembelian impulsif secara online pada mahasiswa FEBI IAIN Tulungagung menggunakan analisis:

1. Uji Keabsahan Data

a. Uji Validitas

Uji validitas digunakan untuk mengukur sah atau valid tidaknya suatu kuesioner. Suatu kuesioner dikatakan valid jika pertanyaan dan kuesioner mampu untuk mengungkapkan sesuatu yang akan diukur oleh kuesioner tersebut. Adapun dalam penelitian ini ntuk menilai nilai butir-butir validitas dapat menggunakan *corrected item total correlation*.

⁷¹ Febrisa Pawestri Manggasih, Widiartanto, *Pengaruh Discount, Merchandising, Dan Hedonic Shopping Motives Terhadap Impulse Buying*. . ,hal. 5

Menurut Ghozali dasar pengambilan keputusan sebagai berikut :

- 1) Hasil nilai *corrected item total correlation* > 0.30 = valid
- 2) Hasil nilai *corrected item total correlation* < 0.30 = tidak valid

b. Uji Reliabilitas

Menurut Ghozali reliabilitas adalah alat untuk mengukur suatu kuesioner yang merupakan indikator dari suatu variabel. Suatu kuesioner dikatakan reliabel atau handal jika jawaban pertanyaan adalah konsisten atau stabil dari waktu ke waktu. Reliabilitas dapat diukur dengan menggunakan program spss melalui koefisien alpha *cronbach* (α). Menurut Nunnally suatu instrument dapat dikatakan handal apabila memiliki koefisien keandalan (α) $\geq 0,6000$. Dan ini sesuai dengan yang dikemukakan oleh Triton seperti yang dikutip Sujianto jika skala itu dikelompokkan ke dalam lima kelas dengan reng yang sama, maka ukuran kemantapan *alpha* dapat diinterpretasikan sebagai berikut :⁷²

- 1) Nilai *Alpa Cronbach* 0,00 – 0.20 berarti kurang reliabel
- 2) Nilai *Alpa Cronbach* 0,21 – 0.40 berarti agak reliabel
- 3) Nilai *Alpa Cronbach* 0,41 – 0.60 berarti cukup reliabel
- 4) Nilai *Alpa Cronbach* 0,61 – 0.80 berarti reliabel
- 5) Nilai *Alpa Cronbach* 0,81 – 1.00 berarti sangat reliabel

⁷² Suharsimi Arikunto, *Prosedur Penelitian. . .* , hal. 97

2. Uji Normalitas

Uji Normalitas bertujuan menguji apakah dalam model regresi, variabel terikat dan variabel bebas keduanya memiliki distribusi normal atau tidak. Model regresi yang baik adalah yang memiliki distribusi normal. Ketika data diketahui normal maka kita dapat menentukan uji selanjutnya menggunakan statistik parametrik atau non parametrik. Dalam uji normalitas ini menggunakan uji *kolmogrov smirnov* dimana ketika hasilnya $> 0,05$ maka distribusi tersebut dikatakan berdistribusi normal.

3. Uji Asumsi Klasik

Sebelum melakukan analisis regresi, perlu dilakukan pengujian asumsi klasik terlebih dahulu, agar data sampel yang diolah benar – benar dapat mewakili populasi secara keseluruhan. Pengujian meliputi:

a. Uji Multikolinieritas

Multikolinieritas adalah keadaan dimana pada model regresi ditemukan adanya korelasi yang sempurna atau mendekati sempurna. Untuk mendeteksi ada atau tidaknya multikolinieritas di dalam model regresi antara lain dapat dilihat dari *VIF* (*Variance Inflation Factor*) dan *Tolerance*.⁷³ Untuk mengetahui ada atau tidaknya multikolinieritas pada model regresi, dapat dilihat dari beberapa hal, diantaranya :

- 1) Jika nilai *VIF* tidak lebih dari 10,0 maka model regresi bebas dari multikolinieritas.

⁷³ Duwi Priyanto, *Cara Kilat Belajar Analisis Data dengan SPSS 20*. (Yogyakarta: CV. ANDI OFFSET, 2012), hal.151

- 2) Jika Nilai *Tolerance* lebih dari 0,10 maka model regresi bebas dari multikolinieritas

b. Uji Heteroskedastisitas

Heteroskedastisitas adalah keadaan dimana dalam model regresi terjadi ketidaksamaan varian dari residual pada satu pengamatan ke pengamatan yang lain. Model regresi yang baik adalah tidak terjadi heteroskedastisitas.⁷⁴ Pengujian ini digunakan untuk melihat apakah variabel pengganggu mempunyai varian yang sama atau tidak. Untuk mendeteksi ada atau tidaknya heteroskedastisitas yaitu dengan melihat grafik Plot antara nilai prediksi variabel bebas (dependen) yaitu ZPRED dengan residualnya SRESID. Deteksi ada atau tidaknya heteroskedastisitas dapat dilakukan dengan melihat ada tidaknya pola tertentu pada grafik *scatterplot* antara SRESID dan ZPRED dimana sumbu Y adalah Y yang telah diprediksi, dan sumbu X adalah residual ($Y \text{ prediksi} - Y \text{ sesungguhnya}$) yang telah di-*studentized*. Dasar analisisnya adalah sebagai berikut:

- 1) Jika ada pola tertentu, seperti titik-titik yang ada membentuk pola tertentu yang teratur (bergelombang, melebar kemudian menyempit), maka mengindikasikan telah terjadi heteroskedastisitas.

⁷⁴ *Ibid.* . . . , hal. 158

- 2) Jika ada pola yang jelas, serta titik-titik menyebar di atas dan di bawah angka 0 pada sumbu Y, maka mengindikasikan tidak terjadi heteroskedastisitas.

Heterokedastisitas pada umumnya sering terjadi pada model-model yang menggunakan data *cross section* daripada *time series*. Namun bukan berarti model-model yang menggunakan data *time series* bebas dari heterokedastisitas. Sedangkan untuk mendeteksi ada tidaknya heterokedastisitas dapat dilihat pola gambar *Scatterplot* model tersebut.

4. Analisis Regresi Berganda

Analisis regresi berganda adalah analisis untuk mengukur besarnya pengaruh antara dua atau lebih variabel prediktor (independen) terhadap variabel kriteriumnya (dependen).⁷⁵ Adapun bentuk persamaannya adalah sebagai berikut:

$$\text{NPF (Y)} = \mathbf{a} + \mathbf{b}_1\mathbf{X}_1 + \mathbf{b}_2\mathbf{X}_2 + \mathbf{b}_3\mathbf{X}_3 + \mathbf{b}_4\mathbf{X}_4 + \mathbf{E}$$

Dimana:

a = Konstanta

$b_1 b_2 b_3$ = Koefisien regresi masing-masing variable

X_1 = Harga

X_2 = Promosi

X_3 = Kualitas informasi

E = *Error term* (variable pengganggu) atau residual

⁷⁵ Hartono, *SPSS 16.0 Analisis Data Statistik dan Penelitian*, (Yogyakarta: Pustaka Belajar, 2008), hal. 110

5. Uji Hipotesis

Uji hipotesis ini diartikan sebagai jawaban sementara terhadap rumusan masalah penelitian. Kebenaran dari rumusan masalah harus dia buktikan melalui data yang terkumpul. Untuk menguji hipotesis menggunakan tingkat signifikansi dengan $\alpha = 5\%$. Cara yang digunakan untuk menguji hipotesis menggunakan uji t dan uji f.⁷⁶

a. Uji T (Uji Partial)

Uji t yaitu suatu uji untuk mengetahui signifikansi pengaruh variabel independen dengan parsial atau individual terhadap variabel dependen. Dengan rumusan masalah sebagai berikut:

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

Keterangan:

- t = Nilai Uji t-test
- r = Nilai Koefisien *Product moment*
- $n-2$ = jumlah sampel
- -2 = menjadi baris dalam kolom

1. H_0 diterima dan H_1 ditolak apabila t hitung $<$ t tabel, artinya suatu variabel independen tidak berpengaruh terhadap variabel dependen.

⁷⁶ Winarso Tulus, *Statistika dalam Penelitian Psikologi dan Pendidikan*, (Jakarta : Press, 2002), hal. 287

2. H_0 ditolak dan H_1 diterima apabila t hitung $>$ t tabel, artinya suatu variabel independen berpengaruh positif terhadap variabel dependen.

Sedangkan kriteria pengujian adalah sebagai berikut:

- Taraf signifikan ($\alpha = 0,05$)
- Distribusi t dengan derajat kebebasan ($n - k$)
- Apabila t hitung $>$ t tabel, maka H_0 ditolak dan H_1 diterima.
- Apabila t hitung $<$ t tabel, maka H_0 diterima dan H_1 ditolak.

b. Uji F (Uji Simultan)

Uji F merupakan pengujian hubungan regresi secara simultan yang bertujuan untuk mengetahui apakah seluruh variabel independen bersama-sama mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap variabel dependen. Langkah-langkah pengujian dengan menggunakan Uji F adalah sebagai berikut:

- 1) Menentukan tingkat signifikansi sebesar $\alpha = 5\%$

Tingkat signifikansi 0.05% atau 5% artinya kemungkinan besar hasil penarikan kesimpulan memiliki profitabilitas 95% atau toleransi kesalahan 5%.

- 2) Menghitung Uji F (F -test)

$$F = \frac{\frac{R^2}{(k-1)}}{\frac{1-R^2}{(n-k)}}$$

Dimana:

R^2 : Koefisien determinasi

n : Jumlah pengamatan atau sampel

k : Jumlah variabel independen

3) Kriteria Pengambilan Keputusan

a) H_0 ditolak jika F statistik $< 0,05$ atau $F_{hitung} > F_{tabel}$

b) H_0 tidak berhasil ditolak jika F statistik $> 0,05$ atau $F_{hitung} < F_{tabel}$

nilai F_{tabel} didapat dari :

df1 (pembilang) = jumlah variabel independen

df2 (penyebut) = $n - k - 1$

keterangan : n : jumlah observasi

k : variabel independen

6. Koefisiensi Determinasi (Adj. R²)

Uji koefisien determinasi bertujuan untuk mengukur seberapa jauh kemampuan model dalam menerangkan variasi variabel terikat.⁷⁷

Koefisien determinasi menunjukkan proporsi yang diterangkan oleh variabel bebas dalam model terhadap variabel terikatnya, sisanya dijelaskan oleh variabel lain yang tidak dimasukkan dalam model. Besar pengaruh variabel X dan variabel Y maka dapat diketahui dengan menggunakan analisis koefisien determinasi yang akan diperoleh dengan rumus:

⁷⁷ Imam Ghozali, *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program SPSS*, (Semarang : BP Universitas Diponegoro, 2005), hal. 95

$$\mathbf{Kd} = r^2 \times 100\%$$

Dimana, $0 \leq R^2 \leq 1$

Kd= koefisien determinasi,

r = korelasi

Nilai koefisien determinasi diantara 0 sampai dengan 1, dimana semakin mendekati angka 1 nilai koefisien determinasi maka pengaruhnya semakin kuat. Dan sebaliknya, semakin mendekati 0 nilai koefisien determinasi maka pengaruhnya semakin lemah. Selanjutnya untuk menganalisis data penelitian mulai dari uji Normalitas Data, Asumsi Klasik, Uji Regresi Berganda, Koefisien Determinasi dan Uji Hipotesis dengan menggunakan software pengolahan data SPSS 16.0