BAB III

METODE PENELITIAN

A. Pendekatan dan Jenis Penelitian

1. Pendekatan Penelitian

Pendekatan yang digunakan dalam penelitian ini adalah pendekatan kuantitatif. Penelitian kuantitatif lebih berdasarkan pada data yang dapat dihitung untuk menghasilkan penaksiran kuantitatif yang kokoh. Menurut Sugiyono, penelitian kuantitatif merupakan metode penelitian yang berlandaskan pada filsafat positivisme, digunakan untuk meneliti pada populasi atau sampel tertentu, teknik pengambilan sampel pada umumnya dilakukan secara random, pengumpulan data menggunakan instrumen penelitian, analisis data bersifat kuantitatif/statistik dengan tujuan untuk menguji hipotesis yang telah ditetapkan. 46

Dalam penelitian ini data-data dikumpulkan menggunakan teknik pengumpulan data yang diperoleh dari hasil penyebaran angket kepada responden. Pengelolaan data diperoleh menggunakan alat bantu SPSS Versi 23.

2. Jenis Penelitian

Jenis penelitian ini adalah penelitian kuantitatif bersifat asosiatif yaitu penelitian yang bersifat menanyakan hubungan antara dua variabel

 $^{^{46}}$ Sugiyono, Metode Penelitian Pendidikan (Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D), (Bandung: IKAPI, 2016), hal. 14

atau lebih. Dalam penelitian ini menggunakan jenis penelitian bersifat asosiatif dengan bentuk hubungan kausal yaitu hubungan yang bersifat sebab akibat yang berusaha mengukur pengaruh variabel *Advertising*, *Sales Promotion*, dan *Brand Image* terhadap keputusan pembelian gamis merek adzkia di Tulungagung.

B. Populasi, Sampling dan Sampel Penelitian

Menurut Arikunto, Populasi merupakan keseluruhan subjek penelitian⁴⁷. Menurut Sugiyono populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri atas obyek/subyek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya.⁴⁸ Dalam metode penelitian kata populasi sangat populer, digunakan untuk menyebutkan serumpunan atau sekelompok objek yang menjadi sasaran penelitian.

Berdasarkan dari beberapa pendapat di atas dapat dijelaskan bahwa populasi penelitian adalah keseluruhan objek atau subjek yang akan diteliti oleh peneliti. Adapun yang menjadi populasi dalam penelitian ini adalah seluruh konsumen ataupun pelanggan yang berbelanja di Adzkia Hijab Syar'i di Kabupaten Tulungagung dengan penjualan langsung.

⁴⁸ Sugyono, *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif & R&D*, (Bandung: Alfabeta,2011), hal. 90

⁴⁷ Suharmi Arikunto, *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktik*, (Jakarta: PT. Rineka Cipta, 2006), hal. 130

Sedangkan sampel penelitian adalah sebagian dari populasi yang diambil sebagai sumber data dan dapat mewakili seluruh populasi. Sampel merupakan bagian dari populasi yang mempunyai ciri-ciri atau keadaan tertentu yang akan diteliti. Sampel digunakan apabila populasi besar dan peneliti tidak mungkin mempelajari semua yang ada pada populasi, misalnya karena keterbatasan waktu, tenaga, dan dana.⁴⁹ Untuk menentukan sampel digunakan yang namanya teknik pengambilan sampel atau teknik sampling. Teknik sampling yang digunakan pada penelitian ini yaitu non-probabilitas. Dengan cara ini semua elemen populasi belum tentu memiliki peluang yang sama untuk dipilih menjadi anggota sampel karena misalnya ada bagian tertentu secara sengaja tidak dimasukkan dalam pemilihan untuk mewakili populasi. Cara ini juga sering disebut sebagai pengambilan sampel berdasarkan pertimbangan karena dalam pelaksanaan digunakan pertimbangan tertentu oleh peneliti. Dan cara pengambilan sampel pada penelitian ini menggunakan sampel accidental sampling. Dimana sampling accidental adalah teknik penentuan sampel berdasarkan kebetulan, yaitu siapa saja yang secara kebetulan bertemu dengan peneliti dapat digunakan sebagai sampel.⁵⁰

Teknik pengukuran sampel dalam penelitian ini menggunakan dasar pengambilan sampel dari rumus Slovin:

⁴⁹ Husein Umar, *Metode Penelitian Untuk Skripsi dan Tesis Bisnis, Edisi Kedua*, (Jakarta: Rajawali Pers, 2014), hal. 92

⁵⁰ Sugiyono, *Metode Penelitian Bisnis*, (Bandung: CV Alfabeta, 2007), hal. 77

$$n = \frac{N}{1 + N(e)^2}$$

Di mana:

n = ukuran sampel

N = ukuran populasi

e = persen kelonggaran ketidaktelitian karena kesalahan pengambilan sampel yang masih dapat ditolelir atau diinginkan

Dalam penelitian ini, digunakan persentase 10% sebagai batas kesalahan pengambilan sampel, sehingga dengan mengikuti perhitungan tersebut dapat diketahui hasilnya sebagai berikut:

$$n = \frac{N}{1 + N(e)^2}$$

$$=\frac{100}{1+100\,(10\%)^2}$$

$$=\frac{100}{1+100\left(\frac{10}{10000}\right)}$$

$$=\frac{100}{1+\frac{1}{1}}$$

$$=\frac{10}{1+1}=\frac{10}{2}$$

Berdasarkan perhitungan diatas dengan jumlah sampel yang harus diambil dalam penelitian ini sebanyak 50 responden.

C. Sumber Data, Variabel dan Skala Pengukuran

1. Sumber Data

Mengutip pendapat Mc. Leod, pengertian data dari sudut ilmu sistem informasi sebagai fakta-fakta maupun angka-angka yang secara relatif tidak berarti bagi pemakai. Informasi merupakan data yang telah diolah dan memiliki arti bagi pemakai. Data primer merupakan data yang didapat dari sumber pertama baik dari individu atau perseorangan seperti hasil dari wawancara atau hasil pengisian kuesioner yang biasa dilakukan oleh peneliti. Sedangkan data sekunder merupakan data primer yang telah diolah lebih lanjut dan disajikan baik oleh pihak pengumpul data primer atau oleh pihak lain misalnya dalam bentuk tabel-tabel atau diagram-diagram. Data sekunder ini digunakan oleh peneliti untuk diproses lebih lanjut.⁵¹

Sumber data yang digunakan dalam penelitian ini menggunakan jenis data primer. Dalam penelitian ini, data primer didapat langsung dari responden dengan cara menyebarkan kuosioner kepada konsumen gamis Adzkia Hijab Syar'i Tulungagung. Data Sekunder (*Secondary Data*) adalah data yang diperoleh/dikumpulkan dan disatukan oleh studi-studi sebelumnya

⁵¹ Umar, Metode Penelitian...hal. 41- 42

atau yang diterbitkan oleh berbagai instansi lain. Biasanya sumber data tidak langsung berupa data dokumentasi dan arsip-arsip resmi.⁵²

2. Variabel

Sugiyono menyatakan, bahwa variabel di dalam penelitian merupakan suatu atribut dari sekelompok objek yang diteliti yang mempunyai variasi antara satu dengan yang lain dalam kelompok tersebut. Variabel mempunyai bermacam-macam bentuk menurut hubungan antara satu variabel dengan variabel yang lain, yaitu : Variabel independen yaitu variabel yang menjadi sebab terjadinya atau terpengaruhnya variabel dependen, Variabel dependen yaitu variabel yang nilainya dipengaruhi oleh variabel independen, Variabel moderator yaitu variabel yang memperkuat atau memperlemah hubungan antara variabel dependen dan independen, Variabel intervening yaitu seperti variabel moderator tetapi nilainya tidak dapat diukur, Variabel kontrol yaitu variabel yang dikendalikan peneliti.⁵³

Dalam penelitian ini terdiri dari dua variabel yaitu variabel independen (bebas) dan variabel dependen (terikat). Variabel independen dalam penelitian ini adalah pendapatan nasabah dan tingkat margin. Sedangkan variabel dependen adalah minat nasabah memilih pembiayaan murabahah.

⁵² Ida Bagoes Mantra, Filsafat Penelitian dan Metode Penelitian Sosial, (Yogyakarta: Pustaka Pelajar, 2004), hal. 130

⁵³ Umar, *Metode Penelitian...*hal. 47 48

55

Dari judul "Pengaruh Advertising, Sales Promotion dan Brand Image

Terhadap Keputusan Pembelian Gamis dan Hijab Merek Adzkia di

Tulungagung" dapat diuraikan sebagai berikut :

Variabel bebas (X): X1 = Advertising

X2 = Sales Promotion

X3 = Brand Image

Variabel terikat (Y) = Keputusan pembelian Gamis Merek Adzkia

di Tulungagung.

3. Skala Pengukuran

Skala pengukuran adalah kesepakatan yang digunakan sebagai acuan

untuk menentukan panjang pendeknya interval yang ada yang digunakan

dalam alat ukur, sehingga alat ukur tersebut bila digunakan dalam

pengukuran menghasilkan data kuantitatif. Skala yang digunakan adalah

skala Likert. Pengukuran metode ini adalah salah satu cara yang paling

sering digunakan dalam menentukan dalam menentukan skor. Caranya

adalah dengan menghadapkan responden dengan daftar pertanyaan sebagai

alat untuk pengumpulan data atau informasi dari responden. Skala

pengukuran atas jawaban pertanyaan-pertanyaan dengan menggunakan

skala likert yang dilambangkan dari skala 1 sampai dengan 5.

Pemeringkatan skala likert Nampak pada tabel 1.2 berikut:

Tabel 3.1 Pemeringkatan Skala *Likert*

No	Jawaban	Notasi	Nilai Skor
1	Sangat Setuju	SS	5
2	Setuju	S	4
3	Cukup Setuju	CS	3
4	Tidak Setuju	TS	2
5	Sangat Tidak Setuju	STS	1

D. Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data adalah teknik atau cara yang dapat digunakan oleh peneliti untuk mengumpulkan data. Untuk mempermudah pengumpulan data ini, maka peneliti harus menggunakan instrumen pengumpulan data, dimana instrumen pengumpulan data adalah alat bantu yang dipilih dan digunakan oleh peneliti dalam kegiatannya mengumpulkan data agar kegiatan tersebut menjadi sistematis dan dipermudah olehnya.⁵⁴ Metode pengumpulan data pada penelitian ini menggunakan kuesioner, merupakan sejumlah pernyataan tertulis yang digunakan untuk memperoleh informasi dari responden, dalam arti laporan digunakan tentang pribadi atau hal – hal yang di ketahui.

1. Angket (Kuesioner)

Kuesioner adalah sejumlah pertanyaan tertulis yang digunakan untuk memperoleh informasi dari responden dalam arti laporan tentang pribandinya, atau hal-hal yang ia ketahui.⁵⁵ Kuesioner merupakan teknik pengumpulan data yang efisien bila penelitian tahu dengan pasti variabel

⁵⁴ Umar, *Metode Penelitian*...hal. 49

⁵⁵ Suharmi Arikunto, *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktik...*, hal 128-151

yang akan diukur dan tahu apa yang bisa diharapkan dari responden. Selain itu, kuesioner juga cocok digunakan bila jumlah responden cukup besar dan tersebar di wilayah yang luas. Kuesioner dapat berupa pertanyaan/pernyataan tertutup atau terbuka, dapat diberikan kepaa responden secara langsung atau dikirim. Kuesioner penelitian diberikan kepada konsumen Adzkia Hijab Syar'i Tulungagung.

2. Wawancara

Wawancara merupakan salah satu teknik pengumpulan data yang lain. Pelaksanaannya dapat dilakukan secara langsung berhadapan dengan yang diwawancarai, tetapi dapat juga secara tidak langsung seperti memberikan daftar pertanyaan untuk dijawab pada kesempatan lain. Instrumen dapat berapa pedoman wawancara maupun *checklist*.

3. Observasi

Teknik ini menuntut adanya pengamatan dari si peneliti baik secara langsung ataupun tidak langsung terhadap objek penelitinya. Instrumen yang dipakai dapat berupa lembar pengamatan, panduan pengamatan, dan lainnya.

4. Tes

Untuk mengumpulkan data yang sifatnya mengevaluasi hasil proses atau untuk mendapatkan kondisi awal sebelum proses (*pre-test* dan

⁵⁶ Sugyono, *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif & R&D...*, hal. 162

post-test) teknik ini dapat dipakai. Instrumennya dapat berupa soal-soal ujian atau soal-soal tes.⁵⁷

5. Dokumentasi

Metode dokumentasi adalah metode yang digunakan untuk menelusuri data historis. Sifat utama daridata ini tidak terbatas pada ruang dan waktu, sehingga memberi peluang kepada peneliti untuk hal-hal yang telah silam. Dokumen ini dibagi menjadi dua yaitu dokumen resmi dan dokumen pribadi. Dalam penelitian ini dokumen yang digunakan adalah dokumen yang dikelola oleh pemilik Adzkia Hijab Syar'i Tulungagung dimana berupa data-data mengenai penjualan, data konsumen.

6. Instrumen Penelitian

Kisi-kisi instrumen dalam penelitian ini adalah sebagai berikut :

Tabel 3.2 Kisi-kisi Instrumen

Variabel	Indikator	Item Pernyataan
Advertising (X1)	Pesan Iklan	Saya membeli gamis merek Adzkia karena pesan iklan yang disampaikan jelas Pesan yang disampaikan dalam iklan Adzkia mampu membangkitkan keinginan saya untuk mengetahui lebih dalam mengenai produk Adzkia Pesan yang disampaikan dalam iklan Adzkia mampu

⁵⁷ Umar, Metode Penelitian...hal. 51-52

⁵⁸ Ahmad Tanzeh, *Pengantar Metodologi Penelitian*, (Yogyakarta: Sukses Offset, 2009), hal. 66

	T		
		mempengaruhi keputusan saya	
		dalam menentukan jenis Gamis	
		yang akan saya gunakan	
		Saya mengetahui produk Adzkia	
		hijab syar'i melalui (Facebook,	
		twitter, Instagram, tokopedia,	
	Daya Tarik Model Iklan	Instagram, tokopedia,	
		bukalapak, dsb)	
		Iklan yang dilakukan Adzkia	
		melalui (Facebook, twitter,	
		Instagram, tokopedia,	
		bukalapak, dsb) menarik saya	
		untuk mencari informasi produk	
		dari Adzkia	
		Tampilan iklan Adzkia di	
		(Facebook, twitter, Instagram,	
		tokopedia, bukalapak, dsb)	
		mudah diingat dalam	
		memperkenalkan produk Adzkia	
		Seringnya Adzkia mengunggah produk di meda sosial internet	
		(Facebook, twitter, Instagram,	
		tokopedia, bukalapak, dsb)	
		menarik saya untuk membeli	
		Saya membeli gamis merek	
		Adzkia karena model iklan yang	
		menarik	
		Saya membeli gamis merek	
		Adzkia karena Adzkia	
		memberikan potongan harga	
	Diskon	kepada konsumennya (Bulan	
		dan Minggu)	
		Saya membeli gamis merek	
Sales Promotion		Adzkia karena memberikan	
		potongan harga lebih banyak	
(X2)		dibanding merek gamis lain	
	Paket Harga	Saya membeli gamis merek	
		Adzkia karena dalam waktu	
		tertentu memberikan paket harga	
		Paket harga yang ditawarkan	
	Demonstrasi	Adzkia relatif terjangkau	
		Adzkia mengadakan event-event	
		untuk menampilkan produknya	

	Promosi Gabungan	Dalam melakukan promosi Adzkia melakukan kerjasama dengan orang lain
	Hadiah	Terdapat program penawaran dengan hadiah (ciput rajut, pita dsb) dengan masa yang telah ditentukan
		Saya membeli gamis merek Adzkia karena memberikan hadiah (ciput rajut, pita dsb) sangat bermanfaat
	Produk	Saya membeli gamis merek Adzkia karena dalam pemakaian terasa nyaman
		Saya membeli gamis merek Adzkia karena produk yang dikeluarkan bervariasi
	Kemasan	Saya membeli gamis merek Adzkia karena bentuk kemasan dari brand menarik
Brand Image (X3)	Kekuatan	Saya membeli gamis merek Adzkia karena mereknya sudah dikenal banyak orang
		Saya membeli gamis merek Adzkia karena mereknya mudah untuk diingat
		Merek Adzkia sudah melekat dihati konsumen sehingga tidak tertarik pada merek lain
		Saya membeli gamis merek Adzkia karena mempunyai ciri khas di setiap produknya

		Saya membeli gamis merek Adzkia karena merek produk mempunyai reputasi yang baik dimata konsumen	
	Kebutuhan	Saya membeli gamis merek Adzkia karena merasa butuh untuk mengikuti trend yang ada	
		Karena sesuai dengan kebutuhan maka saya akan melakukan pembelian kembali	
		Adanya kebutuhan akan produk Adzkia membuat saya berusaha mencari informasi tentang produk tersebut	
Keputusan Pembelian (Y)	Keyakinan	Saya membeli gamis merek Adzkia karena yakin dengan kualitas produk yang diberikan	
	Ketertarikan	Saya membeli gamis merek Adzkia karena referensi dari orang lain	
	Keputusan	Keputusan untuk membeli gamis merek Adzkia dilakukan setelah adanya promosi penjualan	
	Keinginan	Keinginan membeli gamis merek Adzkia karena barangnya bagus	
		Saya membeli gamis merek Adzkia karena ingin mencoba	

7. Teknik Analisis Data

Metode analisis data yang digunakan di dalam penelitian ini adalah metode analisis data kuantitatif. Metode analisis data kuantitatif digunakan untuk menganalisis masalah yang diwujudkan dalam jumlah tertentu atau diwujudkan dalam kuantitas. Adapun teknik analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah :

1. Uji Validitas

Uji validitas berguna untuk mengetahui apakah ada pertanyaanpertanyaan pada kuesioner yang harus dibuang/diganti karena dianggap
tidak relevan. Pengujiannya dilakukan secara statistik, yang dapat dilakukan
secara manual atau dukungan komputer, misalnya melalui bantuan paket
komputer SPSS.⁵⁹ Sugiyono menyatakan apabila korelasi tiap faktor positif
dan besarnya 0,3 ke atas maka faktor tersebut merupakan *construct* yang
kuat.⁶⁰

2. Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas berguna untuk menetapkan apakah instrumen yang dalam hal ini kuesioner dapat digunakan lebih dari satu kali, paling tidak oleh responden yang sama. Misal, seseorang yang telah mengisi kuesioner dimintakan mengisi lagi karena kuesioner pertama hilang. Isian kuesioner pertama dan kedua haruslah sama atau dianggap sama.⁶¹

Reliabilitas instrumen diperlukan untuk mendapatkan data sesuai dengan tujuan pengukuran. Untuk mencapai hal tersebut, dilakukan uji reliabilitas dengan menggunakan metode *Alpha Cronbach's* diukur

⁵⁹ Umar, Metode Penelitian...hal. 166

⁶⁰ Sugiyono, Metode Penelitian..., hal. 178

⁶¹ Umar, Metode Penelitian...hal. 168-169.

berdasarkan skala *Alpha Cronbach* 0 sampai 1. Jika skala tersebut dikelompokkan dalam lima kelas dengan reng yang sama, maka ukuran kemantapan alpha dapat diinterprestasikan sebagai berikut :

- 1) Nilai alpha Cronbach 0,00 s.d 0,20 berarti kurang reliable
- 2) Nilai alpha Cronbach 0,21 s.d 0,40 berarti agak reliable
- 3) Nilai alpha Cronbach 0,41 s.d 0,60 berarti cukup reliable
- 4) Nilai alpha Cronbach 0,61 s.d 0,80 berarti reliable
- 5) Nilai alpha Cronbach 0,81 s.d 1,00 berarti sangat reliable. 62

3. Uji Normalitas

Uji normalitas untuk mengetahui apakah variabel dependen, independen atau keduanya berdistribusi normal, mendekati normal atau tidak. Model regresi yang baik hendaknya berdistribusi normal atau mendekati normal. Mendeteksi apakah data berdistribusi normal atau tidak dapat diketahui dengan menggambarkan penyebaran data melalui sebuah grafik. Jika data menyebar di sekitar garis diagonal dan mengikuti arah garis diagonalnya, model regresi memenuhi asumsi normalitas. Uji kenormalan data juga bisa dilakukan tidak berdasarkan grafik, misalnya dengan Uji

⁶² Agus Eko Sujianto, Aplikasi Statistik dengan SPSS 16.0, (Jakarta: Prestasi Pustaka, 2009), hal. 97

Kolmogorov-Smirnov.⁶³ Dasar pengambilan keputusan pada Uji Kolmogorov-Smirnov (K-S) yaitu :

- Jika nilai probabilitas nilai signifikansi > 0,05 berarti data berdistribusi normal.
- Jika nilai probabilitas nilai signifikansi < 0,05 berarti data tidak berdistribusi normal.

4. Uji Asumsi Klasik

1) Uji Multikolinearitas

Uji multikolinearitas untuk mengetahui apakah pada model regresi ditemukan adanya korelasi antarvariabel independen. Jika terjadi korelasi, terdapat masalah multikolinearitas yang harus diatasi. Kemiripan antar variabel independen akan mengakibatkan korelasi yang sangat kuat. Selain itu untuk uji ini juga untuk menghindari kebiasaan dalam proses pengambilan keputusan mengenai pengaruh pada uji parsial masing-masing variabel independen terhadap variabel dependen. Jika VIF yang dihasilkan diantara 1-10 maka tidak terjadi multikolinieritas.

2) Uji Heteroskedastisitas

Uji heteroskedastisitas dilakukan untuk mengetahui apakah dalam sebuah model regresi terjadi ketidaksamaan varians dari residual suatu pengamatan ke pengamatan lain. Jika varians dari residual suatu

⁶³ Umar, Metode Penelitian...hal. 181

pengamatan ke pengamatan lain tetap, disebut homoskedastisitas, sementara itu, untuk varians yang berbeda disebut heteroskedastisitas. Model regresi yang baik adalah tidak terjadi heteroskedastisitas. ⁶⁴ Cara memprediksi ada tidaknya heteroskedastisitas pada suatu model dapat dilihat dengan pola gambar Scatterplot, regresi yang tidak terjadi heteroskidastisitas jika:

- a. Titik-titik data menyebar di atas dan di bawah atau di sekitar angka 0.
- b. Titik-titik data tidak mengumpul hanya di atas atau di bawah saja.
- c. Penyebaran titik-titik data tidak boleh membentuk pola bergelombang melebar kemudian menyempit dan melebar kembali.
- d. Penyebaran titik-titik data tidak berpola.

5. Uji Regresi Linier Berganda

Uji regresi linier berganda seringkali digunakan untuk mengatasi analisis regresi yang melibatkan hubungan dua atau lebih variabel bebas. Pada awalnya regresi linier berganda dikembangkan oleh ahli ekonometri untuk membantu meramalkan akibat dari aktivitas-aktivitas ekonomi pada berbagai segmen ekonomi. Misalnya laporan tentang peramalan masa depan perekonomian di jurnal-jurnal ekonomi (Business Week, Wall Street Journal, dll), yang didasarkan pada model-model ekonometrik dengan analisis berganda sebagai alatnya. Persamaan umum analisis regresi linier berganda adalah:

.

⁶⁴ Umar, *Metode Penelitian...*hal. 179

$$Y = a + b1X1 + b2X2 + b3X3 + e$$

Keterangan:

Y = Variabel dependen

a = Konstanta persamaan regresi

X1 = Variabel independen

X2 = Variabel independen

X3 = Variabel independen

E = error term

b1 b2 bn = angka arah atau koefisien regresi yang menunjukkan angka peningkatan ataupun penurunan variabel dependen yang didasarkan pada perubahan variabel independen.

6. Uji Hipotesis

Hipotesis adalah suatu perumusan sementara mengenai suatu hal yang dibuat untuk menjelaskan hal itu dan juga dapat menuntun/mengarahkan penyelidikan selanjutnya. Jika yang dihipotesis adalah masalah statistik, maka hipotesis ini disebut hipotesis statistik.⁶⁵

Untuk mengetahui seberapa besar pengaruh variabel independen secara sama-sama (simultan) terhadap variabel dependen digunakan uji anova atau F-test. Sedangkan pengaruh dari masing-masing variabel

.

⁶⁵ Umar, Metode Penelitian...hal. 104

independen secara parsial (individu) diukur dengan menggunakan uji tstatistik.

1) Uji secara parsial atau individu

Tujuan pengujian ini adalah untuk mengetahui apakah masing-masing variabel independen mempengaruhi variabel dependen secara signifikan. Pengujian dilakukan dengan uji t dengan t-test, yaitu membandingkan antara t-hitung dengan t-tabel. Uji ini dilakukan dengan syarat :

- a. Jika t-hitung < t-tabel, maka H0 diterima yaitu variabel independen tidak berpengaruh terhadap variabel dependen.
- b. Jika t-hitung > t-tabel, maka H0 ditolak yang berarti variabel independen berpengaruh signifikan terhadap variabel dependen.

Pengujian juga dapat dilakukan melalui pengamatan nilai signifikansi t pada tingkat α yang digunakan. Analisis didasarkan pada perbandingan antara nilai signifikansi t dengan nilai signifikansi 0,05, dimana syaratsyaratnya adalah sebagai berikut :

- a. Jika signifikansi t < 0.05 maka H0 ditolak yaitu variabel independen berpengaruh terhadap variabel dependen.
- b. Jika signifikansi t > 0.05 maka H0 diterima yaitu variabel independen tidak berpengaruh terhadap variabel dependen.

2) Uji secara bersama-sama atau simultan

Pengujian ini bertujuan untuk mengetahui apakah variabel-variabel independen secara simultan atau bersama-sama mempengaruhi variabel dependen. Pengujian ini menggunakan uji F yaitu perbandingan antara F-hitung dan F-tabel. Uji ini dilakukan dengan syarat :

- a. Jika F-hitung < F-tabel, maka H0 diterima yaitu variabel-variabel independen secara simultan tidak berpengaruh terhadap variabel dependen.
- b. Jika F-hitung > F-tabel, maka H0 ditolak yaitu variabel-variabel independen secara simultan berpengaruh terhadap variabel dependen.

Pengujian juga dapat dilakukan melalui pengamatan nilai signifikansi F pada tingkat α yang digunakan. Analisis didasarkan pada perbandingan antara nilai signifikansi F dengan nilai signifikansi 0,05, dimana syaratsyaratnya adalah :

- a. Jika signifikansi F < 0.05, maka H0 ditolak yang berarti variabelvariabel independen secara simultan berpengaruh terhadap variabel dependen.
- b. Jika signifikansi F > 0,05, maka H0 diterima yang berarti variabelvariabel independen secara simultan tidak berpengarh terhadap variabel dependen.

7. Uji Koefisien Determinasi

Koefisien Determinasi (R2) pada intinya mengukur seberapa jauh kemampuan model dalam menerangkan variabel-variabel dependen. Nilainya adalah antara nol sampai dengan satu. Semakin besar nilai R2 semakin bagus garis regresi yang terbentuk. Sebaliknya semakin kecil nilai R2 semakin tidak tepat garis regresi tersebut dalam mewakili data hasil observasi.