

BAB III

METODE PENELITIAN

3.1 Rancangan Penelitian

Penelitian ini menggunakan pendekatan penelitian kuantitatif. Jenis penelitian ini adalah penelitian eksplanasi (*explanatory research*) yaitu penelitian yang menjelaskan kedudukan antara variabel-variabel yang diteliti serta hubungan antar variabel yang satu dengan yang lain melalui pengujian hipotesis yang telah dirumuskan (Sugiyono, 2012). Dengan menggunakan skala pengukuran likert, metode pengumpulan data dilakukan dengan cara observasi, angket dan dokumentasi. Analisis data dengan menggunakan bantuan program SPSS versi 21.

3.2 Definisi Operasional dan Kisi Kisi Instrumen

Penelitian ini menggunakan tiga variabel yang terdiri dari dua variabel independen yaitu Kualitas Produk Makanan (X1) dan Persepsi Harga (X2) serta satu variabel dependen yaitu Keputusan Pembelian (Y).

3.2.1 Definisi Operasional

1. Keputusan Pembelian (Y)

Mengacu pada konsep (Kotler & Amstrong, 2008) menerjemahkan keputusan pembelian dalam penelitian ini sebagai sebuah proses dimana konsumen mengenal masalahnya, mencari informasi mengenai produk atau merek tertentu dan mengevaluasi

seberapa baik masing-masing alternatif tersebut dapat memecahkan masalahnya yang kemudian mengarah kepada keputusan pembelian.

Keputusan Pembelian diukur dengan indikator menurut (Kotler & Keller, 2009) yaitu :

- 1) Pilihan produk
- 2) Pilihan merek
- 3) Pilihan penyalur
- 4) Jumlah pembelian
- 5) Waktu pembelian
- 6) Metode pembayaran

2. Kualitas Produk Makanan (X1)

Mengacu pada konsep (Knight & Kotschevar, 2000) kualitas makanan merupakan suatu tingkatan dalam konsistensi kualitas menu yang dicapai dengan penetapan suatu standart produk dan kemudian mengecek poin-poin yang harus dikontrol untuk melihat kualitas yang ingin dicapai. Setiap produk makanan mempunyai standar sendiri, jadi terdapat banyak standar dalam setiap menu makanan.

Persepsi Kualitas Produk diukur dengan indikator menurut (Essinger & Wylie, 2003) :

- 1) Kualitas dalam hal rasa
- 2) Kuantitas atau porsi

- 3) Variasi menu dan variasi jenis masakan yang ditawarkan
- 4) Cita rasa yang khas
- 5) Higienitas atau kebersihan
- 6) Inovasi

3. Persepsi Harga (X2)

Mengacu pada konsep (Peter & Olson, 2014) persepsi harga dalam penelitian ini berkaitan dengan bagaimana informasi harga dipahami oleh konsumen dan menjadi bermakna bagi mereka. Pada saat konsumen melakukan evaluasi dan penelitian terhadap harga dari suatu produk sangat dipengaruhi oleh perilaku dari konsumen itu sendiri.

Indikator persepsi harga menurut (Kotler & Amstrong, 2008) yang sesuai dengan kebutuhan penelitian yaitu :

1. Keterjangkauan Harga
2. Kesesuaian Harga dengan Kualitas Produk
3. Daya Saing Harga
4. Kesesuaian Harga dengan Manfaat

3.2.2 Kisi – Kisi Instrumen

Tabel 3.1 Kisi-Kisi Instrumen Penelitian

No	Variabel	Indikator	Item Pernyataan
1	Keputusan Pembelian (Y) (Kotler & Keller, 2009)	1) Pilihan Produk	1. Saya memutuskan membeli di Warung Ayam Geprek Bang Jober karena menyediakan banyak pilihan menu.
		2) Pilihan Merek	2. Saya memutuskan membeli di Warung Ayam Geprek Bang Jober berdasarkan kepercayaan saya akan brand nya.

No	Variabel	Indikator	Item Pernyataan
		3) Pilihan Penyalur	3. Warung Ayam Geprek Bang Jober memiliki letak yang strategis
		4) Jumlah Pembelian	4. Dalam waktu satu minggu, saya melakukan pembelian di Warung Ayam Geprek Bang Jober lebih dari satu kali.
		5) Waktu Pembelian	5. Saya lebih sering membeli di Warung Ayam Geprek Bang Jober pada keadaan lapar (tidak terpaut jam makan).
		6) Metode Pembayaran	6. Warung Ayam Geprek Bang Jober menyediakan proses pembayaran yang mudah.
2	Kualitas Produk Makanan (X1) (Essinger & Wylie, 2003)	1) Kualitas dalam hal rasa	7. Menu makanan di Warung Ayam Geprek Bang Jober memiliki cita rasa yang enak.
		2) Kuantitas atau porsi	8. Menu makanan di Warung Ayam Geprek Bang Jober memiliki porsi yang sesuai.
		3) Variasi menu dan jenis masakan yang ditawarkan	9. Warung Ayam Geprek Bang Jober memiliki menu makanan yang beragam
		4) Cita rasa yang khas	10. Menu makanan di Warung Ayam Geprek Bang Jober memiliki rasa yang khas.
		5) Higienitas atau kebersihan	11. Warung Ayam Geprek Bang Jober menjaga higienitas menu makanannya.
		6) Inovasi	12. Warung Ayam Geprek Bang Jober menawarkan menu makanan yang baru secara berkala
3	Persepsi Harga (X2) (Kotler & Armstrong, 2008)	1) Keterjangkauan Harga	13. Menurut saya, Harga makanan yang ditawarkan di Warung Ayam Geprek Bang Jober terjangkau.
		2) Kesesuaian Harga dengan Kualitas Produk	14. Menurut saya, Harga makanan yang ditawarkan di Warung Ayam Geprek Bang Jober sesuai dengan kualitasnya.
		3) Daya Saing Harga	15. Menurut saya, Harga makanan yang ditawarkan di Warung Ayam Geprek Bang Jober tidak jauh berbeda dengan harga di warung lainnya.
		4) Kesesuaian Harga dengan Manfaat	16. Menurut saya, Harga makanan yang ditawarkan di Warung

No	Variabel	Indikator	Item Pernyataan
			Ayam Geprek Bang Jober sesuai dengan manfaat yang diperoleh pelanggan.

Sumber : data diolah peneliti 2021

3.2.3 Skala Pengukuran

Skala pengukuran yang digunakan oleh peneliti untuk menyatakan tanggapan dari responden terhadap setiap pertanyaan yang diberikan adalah dengan menggunakan Skala Likert. Menurut (Sugiyono, 2012) skala likert digunakan untuk mengukur sikap, pendapat, dan persepsi seseorang atau sekelompok orang tentang fenomena sosial. Dalam penelitian fenomena sosial ini telah ditetapkan secara spesifik oleh peneliti, yang selanjutnya disebut sebagai variabel penelitian. Dengan skala likert, maka variabel yang akan diukur dijabarkan menjadi indikator variabel. Kemudian indikator tersebut dijadikan sebagai titik tolak untuk menyusun item-item instrument yang dapat berupa pernyataan atau pertanyaan. Untuk mengukur variabel diatas digunakan Skala Likert sebanyak lima tingkat sebagai berikut :

Tabel 3.2 Penilaian Skala Likert

Bobot Nilai	Jawaban	Keterangan
1	STS	Sangat Tidak Setuju
2	TS	Tidak Setuju
3	N	Netral
4	S	Setuju
5	SS	Sangat Setuju

3.3 Uji Instrumen

3.3.1 Uji Validitas

Uji validitas digunakan untuk mengukur sah atau tidaknya suatu kuesioner. Suatu kuesioner dikatakan valid jika pertanyaan pada kuesioner mampu untuk mengungkapkan sesuatu yang diukur oleh kuesioner (Ghozali, 2016). Dalam hal ini digunakan beberapa butir pertanyaan yang dapat secara tepat mengungkap variabel yang diukur tersebut.

Untuk mengukur tingkat validitas dapat dilakukan dengan cara mengkorelasikan antara skor butir pertanyaan dengan total skor konstruk atau variabel. Uji validitas dihitung dengan membandingkan nilai r hitung (*correlated item-total correlation*) dengan nilai r tabel untuk *degree of freedom* (df) = $n - 2$ (n adalah sampel). Jika r hitung $>$ r tabel maka pertanyaan indikator tersebut dikatakan valid. Demikian sebaliknya bila r hitung $<$ r tabel maka pertanyaan atau indikator tersebut dinyatakan tidak valid. r hitung diperoleh dari hasil output SPSS, nilai tersebut selanjutnya dibandingkan dengan r tabel (Ghozali, 2016). Metode korelasi yang digunakan adalah ***Pearson Product Moment*** sebagai berikut :

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

Keterangan :

n = Jumlah responden

X = Skor variabel (jawaban responden)

Y = Skor total dari variabel (jawaban responden)

Pada penelitian ini digunakan sampel untuk pengujian validitas dan reliabilitas sebanyak 30 responden. Berikut ini merupakan hasil uji validitas tiap item pernyataan yang dapat dilihat pada Tabel 3.3 dibawah ini :

Tabel 3.3
Hasil Uji Validitas Variabel Kualitas Produk Makanan (X_1)

Indikator	r tabel	r hitung	Keterangan
x1.1	0,1689	0,618	Valid
x1.2	0,1689	0,685	Valid
x1.3	0,1689	0,802	Valid
x1.4	0,1689	0,740	Valid
x1.5	0,1689	0,761	Valid
x1.6	0,1689	0,693	Valid

Sumber : Data primer yang diolah 2021

Tabel 3.4
Hasil Uji Validitas Variabel Persepsi Harga (X_2)

Indikator	r tabel	r hitung	Keterangan
x2.1	0,1689	0,733	Valid
x2.2	0,1689	0,720	Valid
x2.3	0,1689	0,722	Valid
x2.4	0,1689	0,664	Valid

Sumber : Data primer yang diolah 2021

Tabel 3.5
Hasil Uji Validitas Variabel Keputusan Pembelian (Y)

Indikator	r tabel	r hitung	Keterangan
y1.1	0,1689	0,759	Valid
y1.2	0,1689	0,931	Valid
y1.3	0,1689	0,833	Valid
y1.4	0,1689	0,667	Valid
y1.5	0,1689	0,831	Valid
y1.6	0,1689	0,797	Valid

Sumber : Data primer yang diolah 2021

Penjelasan pada tabel diatas menunjukkan bahwa masing-masing variabel kualitas produk makanan, persepsi harga dan keputusan pembelian, hasil yang diperoleh menunjukkan valid. Terbukti dengan semua nilai hasil r hitung pada indikator variabel yang ditunjukkan dengan nilai *Corrected Item Total Correlation* tersebut diperoleh melebihi nilai r tabel yang diperoleh dari nilai $df = n - 2$, $96 - 2 = 94$, yaitu sebesar 0,1689 sehingga dengan demikian masing-masing indikator pada masing-masing variabel tersebut dapat dilakukan kepada langkah perhitungan selanjutnya.

3.3.2 Uji Reliabilitas

(Ghozali, 2016), Reliabilitas menunjukkan sejauh mana alat ukur suatu kuesioner dan hasil pengukuran indikator dari variabel. Reliabilitas adalah instrument yang bila digunakan beberapa kali untuk mengukur indikator yang sama atau reliable, akan menghasilkan data yang sama atau reliable. Suatu variabel dikatakan reliable jika memberikan nilai Cronbach Alpha $> 0,6$ dan nilai Cronbach Alpha $< 0,6$ dapat dikatakan tidak reliable (Ghozali, 2016).

Hasil pengujian reliabilitas dengan jumlah responden sebanyak 30 orang dapat dilihat pada Tabel 3.6 dibawah ini :

Tabel 3.6
Hasil Uji Realibilitas

Variabel	Nilai Cronbach Alpha	r-kritis	Keterangan
Kualitas Produk Makanan (X1)	0.891	0.6	Reliable
Persepsi Harga (X2)	0.857	0.6	Reliable
Keputusan Pembelian (Y)	0.932	0.6	Reliable

Sumber : Data Diolah Peneliti 2021

Tabel 3.6 menunjukkan bahwa hasil pengujian reliabilitas menunjukkan bahwa semua variabel mempunyai nilai cronbach alpha $> 0,6$, sehingga dapat dinyatakan bahwa semua variabel reliable dan layak untuk dijadikan sebagai alat ukur penelitian ini.

3.4 Penentuan Populasi dan Sampel

3.4.1 Populasi

Menurut (Sugiyono, 2012) populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri atas obyek atau subyek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya. Populasi dalam penelitian ini adalah konsumen Ayam Geprek Bang Jober Mojoagung yang jumlahnya tidak diketahui secara pasti.

3.4.2 Sampel dan Teknik Sampling

Menurut (Sugiyono, 2012) sampel adalah bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi tersebut. Bila populasi besar, dan peneliti tidak mungkin mempelajari semua yang ada pada populasi, misalnya karena keterbatasan dana, tenaga dan waktu maka peneliti dapat menggunakan sampel yang diambil dari populasi itu. Apa yang dipelajari dari sampel itu, kesimpulannya akan dapat diberlakukan untuk populasi. Untuk itu sampel yang diambil dari populasi harus betul-betul representatif (mewakili).

Penentuan jumlah sampel yang tidak diketahui jumlah populasinya adalah menggunakan rumus Cochran sebagai berikut (Sugiyono, 2012):

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

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%

Tingkat keyakinan digunakan pada sampel adalah 95% dimana nilai Z sebesar 1,96 dan tingkat error maksimum sebesar 10%. Jumlah ukuran sampel dalam penelitian ini sebagai berikut;

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

$$n = 96,04$$

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

Teknik yang digunakan dalam pengambilan sampel tersebut adalah menggunakan teknik non probability sampling yang sampelnya berjenis *Accidental Sampling*, yaitu teknik penentuan sampel berdasarkan kebetulan, yaitu siapa saja yang secara kebetulan/incidental bertemu dengan peneliti dapat digunakan sebagai sampel, bila dipandang orang yang kebetulan dipenuhi itu cocok sebagai sumber data (Sugiyono, 2012).

3.5 Jenis & Sumber data

3.5.1 Data Primer

Data primer merupakan data asli atau data mentah yang langsung diperoleh dari sumber data selama melakukan penelitian di lapangan (Sugiyono, 2012), yaitu mengenai persepsi kualitas produk, persepsi harga dan keputusan pembelian di Ayam Geprek Bang Jober

3.5.2 Data Sekunder

Data sekunder merupakan data yang dikumpulkan secara tidak langsung dari sumbernya. Data sekunder pada umumnya telah dikumpulkan dan diolah oleh lembaga pengumpul data dan kemudian dipublikasikan (Sugiyono, 2012). Data sekunder diperoleh dari catatan-catatan, dokumen, arsip atau dengan cara membaca banyak buku yang berhubungan dengan penelitian.

3.6 Metode Pengumpulan Data

Menurut (Sugiyono, 2012), Teknik pengumpulan data dapat dilakukan melalui wawancara, kuisisioner atau survey kuisisioner, dan observasi. Pengumpulan data yang dilakukan oleh peneliti bertujuan untuk mendapatkan informasi yang berkaitan dengan penelitian, metode pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian adalah sebagai berikut:

1. Kuesioner (Angket)

Kuesioner merupakan teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan cara memberi seperangkat pertanyaan atau pernyataan tertulis kepada responden untuk dijawabnya (Sugiyono, 2012). Pengumpulan data dilakukan dengan mengirimkan pernyataan untuk diisi oleh konsumen sendiri, melalui penyebaran angket kuesioner berisi beberapa pernyataan, diantaranya studi tentang keputusan pembelian yang dilakukan pada konsumen Ayam Geprek Bang Jober.

2. Observasi

Yaitu pengumpulan data yang dilakukan dengan cara meninjau atau mengunjungi perusahaan yang bersangkutan secara langsung, untuk mencatat informasi yang berkaitan dengan masalah yang akan diteliti.

3. Wawancara

Wawancara dilakukan dengan Tanya jawab kepada pemilik Ayam Geprek Bang Jober. Hal ini dilakukan untuk menggali, mengumpulkan, menemukan informasi yang dibutuhkan atau yang berhubungan dengan penelitian.

3.7 Teknik Analisis Data

3.7.1 Analisis Deskriptif

Menurut (Sugiyono, 2012) metode deskriptif adalah metode yang digunakan untuk menganalisis data dengan cara mendeskripsikan atau menggambarkan data yang telah terkumpul sebagaimana adanya tanpa bermaksud membuat kesimpulan yang berlaku umum atau generalisasi. Analisis deskriptif dipergunakan untuk mengetahui frekuensi dan variasi jawaban terhadap item pernyataan dalam angket untuk mengetahui kategori rata-rata skor menggunakan perhitungan sebagai berikut :

$$\begin{aligned} \text{Rentang Skor} &= \frac{\text{Nilai skor tertinggi} - \text{Nilai skor terendah}}{\text{Jumlah Kategori}} \\ &= \frac{5-1}{5} \end{aligned}$$

$$= 0,8$$

Sehingga interpretasi skor sebagai berikut :

Tabel 3.7 Nilai Interpretasi Range

Range	Keterangan
1,0	Sangat Rendah
>1,8 – 2,6	Rendah
>2,61 – 3,4	Cukup / Sedang
>3,41 – 4,2	Tinggi
>4,21 – 5,0	Sangat Tinggi

3.7.2 Analisis Inferensial

Analisis Inferensial adalah teknik statistik yang digunakan untuk menganalisis data sampel dan hasilnya diberlakukan untuk populasi. Teknik ini digunakan untuk mengambil suatu kesimpulan populasi dari data yang diperoleh yang sudah diolah. Jadi data yang diperoleh data disimpulkan merupakan gambaran sebenarnya dari suatu populasi. Berikut adalah teknik analisis yang digunakan :

3.7.2.1 Analisis Regresi Linier Berganda

Analisis regresi linier berganda dimaksud untuk dapat menganalisis sebuah pengaruh dari variabel Persepsi Kualitas Produk (X1), Persepsi Harga (X2) terhadap Keputusan Pembelian (Y) dengan persamaan berikut :

$$Y = a + b_1x_1 + b_2x_2 + e$$

Keterangan :

Y = Variabel Terikat (Keputusan Pembelian)

a	= Konstanta
b1	= Koefisien Variabel Persepsi Kualitas Produk
b2	= Koefisien Variabel Persepsi Harga
x1	= Persepsi Kualitas Produk
x2	= Persepsi Harga
e	= Nilai Residu (Error)

3.7.3 Asumsi Klasik

Model linier berganda dapat disebut sebagai model yang baik jika model tersebut memenuhi asumsi klasik statistik yang meliputi sebagai berikut :

1. Uji Normalitas

Menurut (Ghozali, 2016), uji normalitas bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi variabel pengganggu atau residual memiliki distribusi normal. Seperti diketahui bahwa uji t dan F mengasumsikan bahwa nilai residual mengikuti distribusi normal. Kalau asumsi ini dilanggar maka uji statistik menjadi tidak valid untuk jumlah sampel kecil. Ada dua cara untuk mendeteksi apakah residual berdistribusi normal atau tidak yaitu dengan cara analisis garfik dan uji statistik.

a) Analisis Grafik

Salah satu cara termudah untuk melihat normalitas residual adalah dengan melihat grafik histrogram yang membandingkan

antara data observasi dengan distribusi yang mendekati distribusi normal. Namun demikian hanya dengan melihat histogram hal ini dapat menyesatkan khususnya untuk jumlah sampel yang kecil. Metode yang lebih handal adalah dengan melihat normal probability plot yang membandingkan distribusi kumulatif dari distribusi normal. Distribusi normal akan membentuk satu garis lurus diagonal dan plotting data residual akan dibandingkan dengan garis diagonal. Jika distribusi data residual normal, maka garis yang menggambarkan data sesungguhnya akan mengikuti garis diagonalnya.

b) Analisis Statistik

Uji normalitas dengan grafik dapat menyesatkan kalau tidak hati-hati secara visual kelihatan normal, padahal secara statistik bisa sebaliknya. Oleh sebab itu dianjurkan disamping uji grafik dilengkapi dengan uji statistik.

Pendeteksian normalitas secara statistik adalah dengan menggunakan uji *Kolmogorov-Smirnov*. Uji *Kolmogorov-Smirnov* merupakan uji normalitas yang umum digunakan karena di nilai lebih sederhana dan tidak menimbulkan perbedaan persepsi. Uji *Kolmogorov-Smirnov* dilakukan dengan tingkat signifikan 0,05. Untuk lebih sederhana, pengujian ini dapat dilakukan dengan melihat profitabilitas dari

Kolmogorov-Smirnov Z statistik. Jika profitabilitas *Z* statistik lebih kecil dari 0,05 maka nilai residual dalam suatu regresi tidak terdistribusi secara normal (Ghozali, 2016).

2. Uji Multikolinieritas

Menurut (Ghozali, 2016), uji multikolinieritas bertujuan menguji apakah model regresi bisa ditemukan dengan adanya korelasi antar variabel bebas (independen). Model regresi yang baik seharusnya tidak terjadi korelasi di antara variabel independen.

Uji multikolinieritas dalam penelitian ini menggunakan dasar pengambilan sebuah keputusan, jika nilai Variance Inflation Factor (VIF) tidak lebih dari 10 dan nilai Tolerance (TOL) tidak kurang dari 0,1, maka model dapat dikatakan terbebas dari multikolinieritas (Ghozali, 2016).

3. Uji Heteroskedastisitas

Menurut (Ghozali, 2016), Uji Heteroskedastisitas bertujuan menguji apakah dalam model regresi terjadi ketidaksamaan varians dan residual satu pengamatan ke pengamatan yang lain. “Jika suatu varians dan residual suatu pengamatan ke pengamatan yang lain tetap, maka dapat disebut Homoskedastisitas dan jika berbeda maka disebut Heteroskedastisitas”. Model regresi yang baik yaitu Homoskedastisitas atau tidak terjadi Heteroskedastisitas.

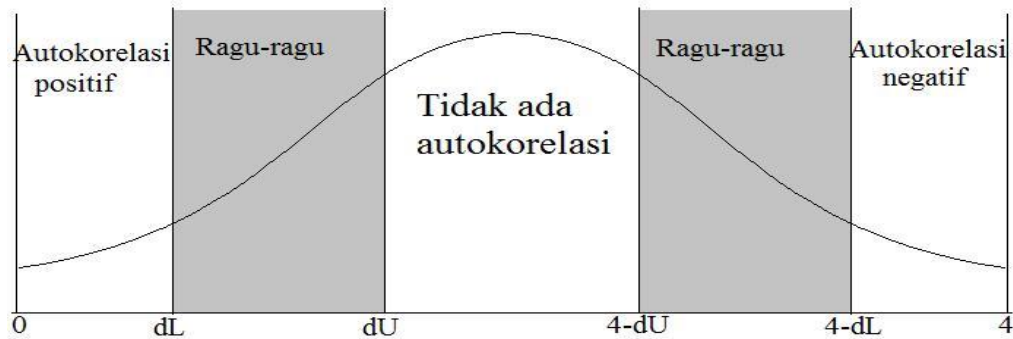
Pengujian heteroskedastisitas dijalankan dengan uji scatterplot, berarti uji scatterplot, penting penyebaran titik dan populasi terhadap bidang regresi bukan kontinu kenyataan ini dimunculkan berasal dari perubahan-perubahan suasana yang bukan tergambar di dalam suatu tipe regresi. Kalau variance dan residual satu pemantauan ke pemantauan lain terus, maka dinamakan sebagai homoscedastisitas dan bila bertolak belakang disebut heteroskedastisitas (Ghozali, 2016).

4. Uji Autokorelasi

Menurut (Ghozali, 2016), Uji Autokorelasi bertujuan menguji apakah dalam model regresi linier ada korelasi antara kesalahan pengganggu pada periode t dengan kesalahan pengganggu pada periode $t-1$ (sebelumnya). “Jika terjadi korelasi, maka dinamakan ada problem autokorelasi.

Menurut (Ghozali, 2016) cara untuk menguji autokorelasi dapat dilihat dari uji Durbin Waston (DW test) yang hanya digunakan untuk autokorelasi tingkat satu dan mensyaratkan adanya intercept (konstanta) dalam model regresi dan tidak ada variabel lagi di antara variabel independen. Untuk menentukan autokorelasi dapat dilihat dalam tabel Durbin Watson sebagai berikut :

Tabel 3.8 Pengambilan keputusan ada tidaknya korelasi



Sumber : (Ghozali, 2016)

Untuk mendeteksi ada tidaknya serial korelasi, maka dilakukan hipotesis sebagai berikut :

1. Jika $d < d_l$, maka H_0 ditolak : artinya terdapat serial korelasi positif antar variabel.
2. Jika $d > d_l$, maka H_0 diterima : artinya terdapat serial korelasi negatif antar variabel.
3. Jika $d_u < d < 4-d_u$, maka H_0 diterima : artinya tidak terdapat serial korelasi positif maupun negatif antar variabel.
4. Jika $d_l < d < d_u$ atau $4-d_u < d < 4-d_l$: artinya tidak dapat diambil kesimpulan, maka pengujian dianggap tidak meyakinkan.

3.7.4 Uji Hipotesis

Penelitian ini juga menggunakan uji hipotesis. Data diperoleh dari hasil pengumpulan data di atas dapat diproses sesuai dengan jenis data kemudian disajikan dalam bentuk tabel dan angka metode statistik sebagai berikut :

a. Uji t (Parsial)

Menurut (Ghozali, 2016), uji beda t-test digunakan untuk menguji seberapa jauh pengaruh variabel independen yang digunakan dalam penelitian ini secara individual dalam menerangkan variabel dependen secara parsial. Dasar pengambilan keputusan digunakan dalam uji t adalah sebagai berikut :

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

b. Koefisien Determinasi (R^2)

Koefisien determinasi (R^2) pada intinya mengukur seberapa jauh kemampuan model dalam menerangkan variasi variabel dependen. Nilai koefisien determinasi adalah antara nol dan satu ($0 \leq R^2 \leq 1$). Nilai R^2 yang kecil berarti variabel independen memberikan hampir semua informasi yang dibutuhkan untuk memprediksi variasi variabel dependen (Ghozali, 2016). Bila R^2 mendekati 1 (100%) maka hasil perhitungan menunjukkan bahwa makin baik atau makin tepat garis regresi yang diperoleh. Sebaliknya jika nilai R^2 mendekati 0 maka menunjukkan semakin tidak tepatnya garis regresi untuk mengukur data observasi.