

BAB III

METODOLOGI PENELITIAN

3.1 Rancangan Penelitian

Penelitian ini dilakukan dengan membandingkan dua kelompok data mengenai pengaruh faktor perilaku konsumen terhadap proses keputusan pembelian konsumen. Penelitian ini bertujuan untuk mendapatkan jawaban hubungan yang positif atau negatif dengan menggunakan pengujian secara statistik. Penelitian ini menggunakan metode asosiatif – kausal.

Asosiatif-kausal adalah penelitian yang mencari hubungan antara dua variabel atau lebih. Tujuan dari penelitian asosiatif adalah untuk mencari hubungan antara satu variabel dengan variabel lain. Sedangkan tujuan dari penelitian kausal adalah untuk mengidentifikasi hubungan sebab akibat antara variabel-variabel yang berfungsi sebagai penyebab, dan variabel mana yang berfungsi sebagai variabel akibat (Sugiyono, 2015)

Data dikumpulkan dengan menggunakan instrumen penelitian, analisis data bersifat kuantitatif atau statistik dengan tujuan untuk menguji hipotesis yang telah ditetapkan. Teknik skala yang digunakan dalam penelitian adalah skala likert, dimana responden menyatakan tingkat setuju atau tidak setuju mengenai perilaku, objek, orang, atau kejadian. Metode pengumpulan data dengan cara menyebarkan angket dan teknik analisis data menggunakan program SPSS.

3.2 Lokasi, Objek dan Waktu Penelitian

Penelitian ini mengambil lokasi di Kecamatan Jombang yang respondennya adalah semua konsumen toko kerudung rabbani di kecamatan Jombang yang telah melakukan keputusan pembelian.

Objek yang diambil dalam penelitian ini adalah pengaruh faktor budaya dan faktor sosial terhadap keputusan pembelian (studi kasus pada konsumen produk kerudung rabbani di kecamatan Jombang)

Untuk waktu penelitian ini peneliti membutuhkan waktu 3 bulan yang digunakan untuk mengetahui pengaruh faktor budaya dan faktor sosial terhadap keputusan pembelian konsumen kerudung rabbani di kecamatan Jombang.

3.3 Definisi Operasional

Penelitian ini menggunakan tiga variabel yang terdiri dari dua variabel independent yaitu faktor budaya (X1) dan faktor sosial (X2) serta satu variabel dependent yaitu keputusan pembelian (Y).

Definisi operasional dari ketiga variabel tersebut dapat dijabarkan sebagai berikut :

3.3.1 Keputusan Pembelian

Menurut penelitian dari Mahkota (2014) keputusan pembelian adalah proses seleksi yang mengkombinasikan pengetahuan untuk mengevaluasi dua atau lebih perilaku alternatif, dan memilih salah satu diantaranya. Sedangkan menurut peneliti, keputusan pembelian merupakan perilaku seseorang untuk memilih barang atau jasa dan mengevaluasinya untuk dijadikan pilihan seseorang atau

kelompok atas segala pertimbangan yang ada. Yang diukur menggunakan indikator (Kotler P. d., 2009) yaitu :

a. Pengenalan Masalah

Pengenalan masalah adalah proses mengenali suatu objek masalah, dan akan ditarik suatu kesimpulan tentang masalah yang dihadapi konsumen dalam lingkup proses keputusan pembelian.

b. Pencarian Informasi

Pencarian informasi adalah proses individu atau kelompok dalam menghimpun informasi yang ada atas pemilihan barang atau jasa dalam lingkup proses keputusan pembelian.

c. Evaluasi Alternative

Evaluasi alternatif adalah proses individu atau kelompok dalam mengevaluasi untuk memilih antara beberapa pilihan barang atau jasa dalam lingkup proses keputusan pembelian.

d. Keputusan Pembelian

Keputusan pembelian adalah perilaku seseorang untuk memilih barang atau jasa dan mengevaluasinya untuk dijadikan pilihan seseorang atau kelompok atas segala pertimbangan yang ada.

3.3.2 Faktor Budaya

Menurut penelitian dari Santoso (2013) faktor budaya diartikan sebagai sesuatu yang kompleks dan menyeluruh yang mencakup pengetahuan, keyakinan, seni, hukum, moral, kebiasaan dan kapabilitas lainnya serta kebiasaan-kebiasaan yang dikuasai oleh individu sebagai anggota masyarakat. Sedangkan menurut

peneliti faktor budaya merupakan faktor yang mempengaruhi seseorang dalam pengambilan keputusan untuk membeli pada masyarakat kecamatan jombang, faktor tersebut bisa berupa pengetahuan, keyakinan dan kebiasaan yang sudah ada sebelumnya.

Pengaruh faktor budaya dapat mempengaruhi masyarakat tanpa disadari. Ketika seseorang berhadapan dengan masyarakat yang mempunyai budaya, dan ketika itu juga ternyata budaya tersebut berbeda dengan budaya yang mereka miliki, maka saat itu juga mereka akan menyadari kalau budaya juga mempengaruhi dalam perilaku keputusan pembelian. Yang di ukur menggunakan Indikator Setiadi (2013) yaitu :

a. Budaya

Budaya merupakan kebiasaan yang mempengaruhi seseorang dalam pengambilan keputusan untuk membeli pada masyarakat kecamatan jombang, kebiasaan tersebut bisa berupa pengetahuan, keyakinan atau adat istiadat yang ada pada masyarakat kecamatan jombang.

b. Sub Budaya

Sub Budaya adalah kebiasaan yang mempengaruhi seseorang dalam pengambilan keputusan untuk membeli pada masyarakat kecamatan jombang yang didasarkan pada pengaruh agama islam.

c. Kelas Sosial

Kelas sosial adalah tingkatan-tingkatan yang ada dimasyarakat kecamatan jombang yang diwujudkan berdasarkan kelas-kelas dimasyarakat.

3.3.3 Faktor Sosial

Menurut penelitian dari Amalia (2011) factor sosial adalah faktor yang mampu mempengaruhi perilaku individu dalam melakukan suatu tindakan berdasarkan kebiasaan. Sedangkan menurut peneliti faktor sosial adalah faktor yang mempengaruhi tindakan seseorang dalam melakukan keputusan pembelian masyarakat di kecamatan jombang. Faktor sosial ini bisa berupa pengaruh dari kelompok referensi, keluarga, peranan dan status. Yang di ukur menggunakan Indikator Setiadi (2013) yaitu :

a. Kelompok Referensi

Kelompok referensi adalah suatu kelompok persahabatan yang dijadikan pedoman atau rujukan dengan sebuah pertimbangan tertentu untuk pengambilan sikap seseorang ketika melakukan sebuah keputusan.

b. Keluarga

Keluarga adalah suatu kesatuan sosial yang punya pengaruh besar terhadap sikap dan keputusan seseorang di kecamatan jombang yang terdiri dari ayah, ibu dan anak dan terjalin dalam suatu hubungan darah yang tinggal secara bersama-sama atau pernah tinggal bersama-sama.

c. Peranan dan Status

Peranan dan status adalah peran dan hak maupun kewajiban perilaku seseorang di kecamatan jombang dalam satuan tatanan sosial berdasarkan kedudukannya yang mereka tempati yang mempengaruhi pola perilakunya dalam suatu interaksi sosial.

3.4 Instrumen Penelitian

Instrumen Penelitian digunakan untuk mengukur nilai variabel yang diteliti atas perilaku konsumen terhadap keputusan pembelian produk kerudung rabbani di kecamatan Jombang.

Tabel 3.1
Instrumen Penelitian

No	Variabel	Indikator	Butir
1.	Faktor budaya (X1) Sumber : Setiadi (2013)	Budaya	1. Saya biasa membeli produk rabbani terutama pada saat perayaan Idul Fitri.
		Sub Budaya	2. Membeli produk rabbani menyiratkan gaya berbusana saya sebagai seorang muslim
		Kelas Sosial	3. Membeli produk rabbani mencerminkan keadaan ekonomi saya
2.	Faktor Sosial (X2) Sumber : Setiadi (2013)	Kelompok Referensi	4. Sahabat-sahabat saya juga menggunakan produk rabbani.
		Keluarga	5. Keluarga saya juga menggunakan produk rabbani.
		Peran dan Status	6. Saya melihat banyak <i>public figure</i> yang menggunakan produk rabbani.
4.	Keputusan Pembelian (Y) Sumber : Kotler (2009)	Pengenalan Masalah	7. Saya mengenali kebutuhan produk rabbani.
		Pencarian Informasi	8. Saya selalu mencari informasi produk terbaru rabbani.

		Evaluasi Alternative	9. Saya selalu melakukan evaluasi alternatif pada produk-produk lain termasuk rabbani.
		Keputusan Pembelian	10. Saya merasa mantap untuk membeli produk kerudung Rabbani.

3.5 Pengukuran Variabel

Menurut Sugiyono (2015) skala likert digunakan untuk mengukur sikap, pendapat dan persepsi seseorang atau sekelompok orang tentang fenomenal sosial. Dalam proses pengolahan data, untuk menghitung masing-masing indikator, maka akan digunakan skala likert, yaitu sebagai berikut :

Tabel 3.2 Indikator Skala Likert

Sangat Setuju	5
Setuju	4
Netral	3
Tidak Setuju	2
Sangat Tidak Setuju	1

Sumber : Data Diolah Mei 2018

Responden menyatakan tingkat setuju atau tidak setuju mengenai berbagai pernyataan mengenai perilaku, objek, orang, atau kejadian. Skala diajukan terdiri atas 5 titik. Skala-skala ini nantinya dijumlahkan untuk mendapatkan gambaran mengenai perilaku. Variabel yang akan diukur dijabarkan menjadi indikator variabel. Kemudian indikator tersebut dijadikan sebagai titik tolak untuk menyusun item-item instrumen yang dapat berupa pernyataan atau pertanyaan.

3.6 Populasi dan Sampel

Penelitian ini diperlukan data-data populasi dan sampel yang digunakan untuk menunjang data penelitian sehingga diperoleh hasil karya ilmiah yang bisa dipertanggungjawabkan. Berikut ini penjelasan mengenai populasi dan sampel :

3.6.1 Populasi

Populasi berasal dari kata *population* yang artinya penduduk. Sementara menurut Sugiyono (2015) Populasi yaitu wilayah umum atas objek maupun subjek yang terdapat karakteristik dan kualitas tertentu yang dipelajari oleh peneliti lalu ditarik sebuah kesimpulan. Populasi dalam penelitian ini adalah masyarakat atau konsumen kerudung “RABBANI” di Kecamatan Jombang .

3.6.2 Sampel

Menurut Sugiyono (2015) Sampel adalah bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi tersebut. Penelitian tidak mungkin dipelajari semuanya apabila populasi tersebut besar dikarenakan faktor tenaga, dana dan waktu maka penelitian dapat menggunakan sampel yang diambil dari populasi tersebut.

Penelitian ini sampel yang akan dipakai adalah konsumen pengguna produk kerudung “RABBANI” yang ada di Kecamatan Jombang, Kabupaten Jombang yang masih belum diketahui berapa jumlahnya. Menurut Riduwan dan Akdon (2013), rumus dalam menghitung sampel pada populasi yang tidak diketahui adalah sebagai berikut:

$$n = \frac{(Z\alpha/2\sigma)^2}{e}$$

Keterangan :

n : Jumlah Sampel

Z α : Nilai yang didapat dari table normalitas tingkat keyakinan

e : Kesalahan penarikan sampel

Tingkat Keyakinan dalam penelitian ini ditentukan sebesar 95% maka nilai Z 0.05 adalah 1,96 , dan standart deviasi (α) = 0,25. Tingkat kesalahan penarikan sampel ditentukan sebesar 5%/0,05 maka dari perhitungan rumus tersebut dapat diperoleh sampel yang dibutuhkan, yaitu:

$$n = \frac{(1,96 / 0,25).2}{0.05} \\ = 96,04$$

Jadi berdasarkan rumus diatas, besarnya nilai sampel adalah sebesar 96,04 orang, yang dibulatkan menjadi 100 orang. Teknik pengambilan sampel diambil secara *Purposive Sampling* yakni teknik untuk menentukan sampel penelitian dengan beberapa pertimbangan tertentu yang bertujuan agar data yang diperoleh nantinya bisa lebih representatif..

3.7 Sumber Data

Penyusunan Laporan Akhir ini sumber data yang akan digunakan penulis adalah sebagai berikut :

3.7.1 Data Primer

Yaitu data yang didapat secara langsung dari sumber data tentang masalah yang diteliti. Data yang dikumpulkan ini diperoleh dari penelitian dilapangan dan belum pernah dilakukan pengolahan sebelumnya. Data primer ini dari hasil kuesioner yang disebarkan kepada konsumen yang rata-rata melakukan pembelian kerudung “RABBANI” di Kecamatan Jombang.

3.7.2 Data Sekunder

Yaitu data yang diperoleh secara tidak langsung dari responden, bisa dari jurnal-jurnal penelitian dan hasil wawancara (justifikasi).

3.8 Teknik Analisis

Pada penelitian ini peneliti menggunakan teknik analisis deskriptif. Metode Statistik Deskriptif adalah metode untuk mendeskripsikan atau menggambarkan data dan kemudian dianalisis sebagaimana adanya, dan tanpa ada maksud untuk membuat kesimpulan secara generalisasi (Sugiyono, 2015).

3.8.1 Analisis Deskriptif

Analisis deskriptif digunakan untuk menggambarkan frekuensi masing-masing item variabel pengukuran skor berdasarkan skala likert (Sugiyono, 2015), dengan satuan nilai satu sampai lima sehingga diperoleh interval nilai sebagai berikut :

$$\begin{aligned}\text{Rentang Skor} &= \frac{\text{Skor Tertinggi} - \text{Skor Terendah}}{\text{Jumlah Kategori}} \\ &= \frac{5 - 1}{5} \\ &= 0,8\end{aligned}$$

Sehingga interpretasi skor sebagai berikut :

- a. 1,0 – 1,8 = Item variabel Sangat buruk
- b. 1,9 – 2,6 = Item variabel Buruk
- c. 2,7 – 3,4 = Item variabel Cukup
- d. 3,5 – 4,2 = Item variabel Baik
- e. 4,3 – 5,0 = Item variabel Sangat Baik

3.9 Uji Instrument

Dalam penelitian diperlukan untuk pengujian data yang digunakan untuk mendapatkan hasil tepat terhadap objek yang diteliti.

3.9.1 Uji Validitas

Uji validitas dilakukan untuk mengukur apakah data yang telah didapat setelah penelitian merupakan data yang valid dengan alat ukur yang digunakan (kuesioner) (Sugiyono, 2015). Uji validitas dilakukan untuk memastikan seberapa baik suatu instrumen digunakan untuk mengukur konsep yang seharusnya diukur. Teknik uji yang digunakan adalah teknik korelasi melalui koefisien korelasi *product moment*. Rumus korelasi *product moment* dalam buku (Morissan, 2014):

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

Keterangan :

r_{xy} = koefisien korelasi

n = jumlah sampel

x = skor seluruh item

y = skor total

Dengan kriteria pengujian jika korelasi antar butir dengan skor total lebih dari 0,3 sehingga instrumen tersebut dinyatakan valid, ataupun sebaliknya jika korelasi antar butir dengan skor total kurang dari 0,3 maka instrumen tersebut dinyatakan tidak valid. Perhitungan r hitung > r tabel dengan $\alpha = 0,05$ maka

koefisien korelasi tersebut signifikan. Uji validitas pada penelitian ini dilakukan dengan menggunakan program Microsoft Office Excel. Berikut merupakan hasil uji validitas per item pernyataan :

Tabel 3.3
Hasil Pengujian Validitas

No	Variabel	r hitung	r kritis	Keterangan
1	<i>Faktor Budaya</i>	0,810	0,3	Valid
2		0,733	0,3	Valid
3		0,817	0,3	Valid
4	<i>Faktor Sosial</i>	0,781	0,3	Valid
5		0,757	0,3	Valid
6		0,883	0,3	Valid
7	<i>Keputusan Pembelian</i>	0,815	0,3	Valid
8		0,824	0,3	Valid
9		0,806	0,3	Valid
10		0,726	0,3	Valid

Sumber : Data Primer Diolah, 2018

Tabel 3.2 menunjukkan bahwa terlihat korelasi antara masing-masing indikator terhadap total skor dari setiap variabel menunjukkan hasil yang signifikan dan menunjukkan bahwa r hitung $> 0,30$ sehingga dapat disimpulkan bahwa item pernyataan dinyatakan valid.

3.9.2 Uji Reliabilitas

Instrumen dikatakan reliabel apabila instrumen tersebut mampu mengungkapkan data yang bisa dipercaya dan sesuai dengan kenyataan yang sebenarnya. Reliabilitas sebenarnya adalah alat untuk mengukur suatu kuesioner yang merupakan indikator dari variabel atau konstruk. Suatu kuesioner dikatakan reliabel atau handal jika jawaban seseorang terhadap pernyataan adalah konsisten atau stabil dari waktu ke waktu. Instrumen yang berbentuk *multiple choice* (pilihan ganda) maupun skala bertingkat maka reliabilitasnya dihitung dengan

rumus *Alpha Cronbach* > 0,60 maka masing-masing variabel terpenuhi Ghozali (2012) sebagai berikut:

$$r_{11} = \left[\frac{k}{k-1} \right] \left[1 - \frac{\sum a_b^a}{a_1^2} \right]$$

Keterangan :

r_{11} = reliabilitas instrumen

k = banyaknya butir pertanyaan atau soal

$\sum a_b^a$ = varian total

a_1^2 = jumlah varian butir atau item

Hasil reliabilitas untuk masing-masing variabel dapat dilihat pada Tabel

3.3 di bawah ini :

Tabel 3.4
Hasil Pengujian Reliabilitas

Variabel	Nilai Cronbach Alpha	Keterangan
<i>Faktor Budaya (X1)</i>	0,664	Reliabel
<i>Faktor Sosial (X2)</i>	0,729	Reliabel
<i>Keputusan Pembelian (Y)</i>	0,800	Reliabel

Sumber : Data Primer Diolah, 2018

Tabel 3.3 menunjukkan bahwa semua variabel mempunyai nilai di atas 0,6 sehingga dinyatakan semua variabel adalah reliabel, dan selanjutnya semua item dalam setiap variabel layak untuk dijadikan sebagai alat ukur.

3.10 Uji Asumsi Klasik

Uji Asumsi Klasik dalam penelitian diperlukan untuk pengujian data yang digunakan agar mendapatkan hasil tepat terhadap objek yang diteliti

3.10.1 Uji Normalitas

Uji Normalitas dilakukan untuk mengetahui apakah data sampel dalam penelitian ini telah terdistribusi secara normal. Model yang baik adalah yang memiliki distribusi data yang normal atau mendekati normal (Ghozali, 2012) Dalam penelitian ini untuk menguji normalitas residual, peneliti menggunakan uji statistik non parametrik kolmogorov-smirnov (K-S). Variabel dapat dikatakan terdistribusi normal apabila hasil pengujian menunjukkan nilai signifikan diatas 5% atau 0,05

3.10.2 Uji Multikolinearitas

Uji multikolinieritas menurut Ghozali (2012) bertujuan untuk menguji apakah didalam regresi ditemukan adanya korelasi antar variabel bebas dalam penelitian. Model regresi yang baik seharusnya tidak terjadi korelasi diantara variabel independen. Apabila diantara variabel terjadi korelasi, maka dalam hal ini sulit diketahui variabel bebas mana yang mempengaruhi variabel dependen.

Uji multikolinieritas dilakukan dengan meregresikan model analisis dan melakukan uji korelasi antara variabel independen dengan menggunakan *Tolerance Value* dan *Varians Inflating Factor (VIF)*. *Tolerance* mengukur variabilitas variabel independen lainnya. Apabila nilai *Tolerance* > 0,10 dan nilai *VIF* < 10, maka dapat diambil kesimpulan bahwa dalam pengujian ini tidak terjadi multikolinearitas.

3.10.3 Uji Heteroskedastisitas

Uji heteroskedastisitas bertujuan untuk menguji apakah dalam regresi terjadi ketidaksamaan varians dari residual suatu pengamatan ke pengamatan lain

(Ghozali, 2012). Jika varians dari residual suatu pengamatan ke pengamatan lain tetap, maka disebut Homoskedastisitas dan jika berbeda disebut Heteroskedastisitas. Model regresi yang baik adalah yang Homokedastisitas atau tidak terjadi Heteroskedastisitas.

Heteroskedastisitas dalam penelitian ini diuji dengan menggunakan uji Scatterplot. Ada atau tidaknya heteroskedastisitas dapat dilakukan dengan melihat ada atau tidaknya pola tertentu pada grafik Scatterplot antara SRESID dan ZPRED di mana sumbu Y adalah Y yang diprediksi dan sumbu X adalah residual. Jika ada pola tertentu, seperti titik-titik yang ada membentuk pola tertentu yang teratur (bergelombang, melebar kemudian menyempit) maka mengindikasikan telah terjadi heteroskedastisitas. Jika tidak ada pola yang teratur dan titik menyebar di atas dan di bawah angka 0 maka tidak terjadi heteroskedastisitas.

3.10.4 Uji Autokorelasi

Dalam model regresi, uji autokorelasi bertujuan untuk menguji apakah terdapat korelasi antara kesalahan pengganggu pada periode t dengan kesalahan pengganggu pada periode $t-1$ sebelumnya (Ghozali, 2012). Model regresi yang dikatakan baik adalah regresi yang tidak mengandung autokorelasi. Dalam penelitian ini, untuk menguji autokorelasi dilakukan dengan uji Durbin-Watson (DW test) dengan hipotesis :

$H_0 =$ tidak ada korelasi ($r = 0$)

$H_1 =$ ada autokorelasi ($r \neq 0$)

Dimana nilai Durbin-Watson haruslah dihitung terlebih dahulu, kemudian dibandingkan dengan nilai batas (dU) dan nilai batas bawah (dL) dengan ketentuan sebagai berikut :

1. $dW < dL$, maka ada autokorelasi positif.
2. $dL < dW < dU$, maka tidak dapat disimpulkan.
3. $dU < dW < 4-dU$, maka tidak terjadi autokorelasi.
4. $4-dU < dW < 4-dL$, maka tidak dapat disimpulkan.
5. $dW > 4-dL$, maka ada autokorelasi negatif.

3.11 Analisis Regresi Berganda

Analisis ini digunakan untuk mengetahui apakah data pengaruh yang positif dari variabel independen (X1, X2) terhadap variabel dependen (Y) dengan model regresi sebagai berikut :

$$y = a + b_1X_1 + b_2X_2 + e$$

Dimana :

y = Variabel dependen (keputusan membeli produk kerudung rabbani di Kecamatan Jombang)

a = konstanta

b = koefisien regresi yang menunjukkan angka peningkatan atau penurunan variabel dependen yang didasarkan pada variabel independen

X = Variabel Independen

X1 = Faktor Budaya

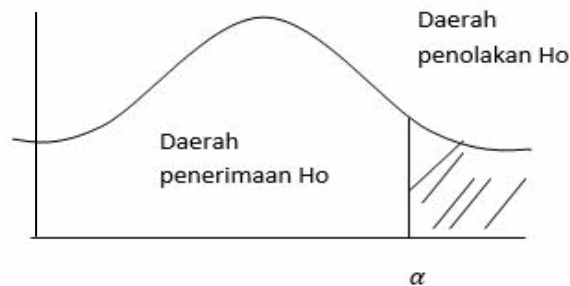
X2 = Faktor Sosial

3.12 Pengujian Hipotesis

3.12.1 Uji F

Uji statistik F atau uji simultan merupakan uji yang digunakan untuk mengetahui apakah semua variabel bebas (independen) yang dimasukkan dalam model analisis regresi mempunyai pengaruh secara bersama-sama terhadap variabel terikatnya (dependen) (Ghozali, 2012). Cara pengujian statistik adalah sebagai berikut:

1. Pengujian menggunakan uji signifikansi
 - a) Jika tingkat signifikansi F yang didapat dari hasil pengolahan, nilainya lebih kecil dari nilai signifikansi yang digunakan (5%), maka dapat diambil kesimpulan bahwa semua variabel independen secara simultan dan signifikan mempengaruhi variabel dependen.
 - b) Jika tingkat signifikansi F yang didapat dari hasil pengolahan, misalnya lebih besar dari nilai signifikansi yang digunakan (5%), maka dapat diambil kesimpulan bahwa semua variabel independen secara simultan tidak berpengaruh terhadap variabel dependen.
2. Pengujian berdasarkan t tabel
 - a) Jika $f_{hitung} < f_{tabel}$ maka H_0 diterima dan H_a ditolak
 - b) Jika $f_{hitung} > f_{tabel}$ maka H_a diterima dan H_0 ditolak



Gambar 3.1
Kurva Uji f

Sumber: spss.indonesia.com

3.12.2 Uji T

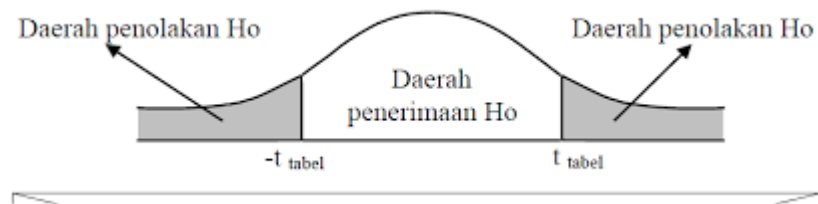
Menurut Ghozali (2012) uji t pada dasarnya menunjukkan seberapa jauh pengaruh satu variabel penjelas/independen secara individu dalam menerangkan variabel dependennya. Adapun pengujian statistik t sebagai berikut:

1. Pengujian menggunakan uji signifikansi

- a) Jika tingkat signifikansi t dari masing-masing variabel yang didapat dari hasil pengolahan, nilainya lebih kecil dari nilai signifikansi yang digunakan (5%), maka secara parsial variabel independen berpengaruh pada variabel dependen.
- b) Jika tingkat signifikansi t dari masing-masing variabel yang didapat dari hasil pengolahan, nilainya lebih besar dari nilai signifikansi yang digunakan (5%), maka secara parsial variabel independen tidak berpengaruh pada variabel dependen.

2. Pengujian berdasarkan t tabel

- a) Jika $t_{hitung} < t_{tabel}$ maka H_0 diterima dan H_a ditolak
- b) Jika $t_{hitung} > t_{tabel}$ maka H_a diterima dan H_0 ditolak



Gambar 3.2
Kurva Uji t

Sumber: spss.indonesia.com

3.13 Uji Koefisien Determinasi (R^2)

Koefisien determinasi (R^2) dimaksudkan untuk mengetahui seberapa jauh kemampuan model dalam menerangkan variasi variabel dependennya (Ghozali, 2012). Nilai koefisien determinasi adalah antara nol dan satu. Bila terdapat nilai R^2 dengan nilai negatif, maka dianggap nol (0), sedangkan jika nilai dari R^2 yang mendekati 1 ini menunjukkan bahwa variabel-variabel independen tersebut memberikan hampir semua informasi yang diperlukan untuk memprediksi serta menjelaskan variabel dependennya.

Setiap tambahan satu variabel independen, maka R^2 pasti akan meningkat tanpa melihat apakah variabel tersebut berpengaruh secara signifikan terhadap variabel dependen. Oleh karena itu, banyak peneliti menganjurkan untuk menggunakan *adjusted* R^2 untuk mengevaluasi model regresi karena *adjusted* R^2 dapat naik atau turun apabila satu variabel independen ditambahkan ke dalam model (Ghozali, 2012). Dengan demikian, pada penelitian ini tidak menggunakan R^2 namun menggunakan nilai *adjusted* R^2 untuk mengevaluasi model regresi.