

BAB III

METODOLOGI PENELITIAN

A. Rancangan Penelitian

Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif, yaitu suatu proses menemukan pengetahuan yang menggunakan data berupa angka sebagai alat menemukan keterangan mengenai apa yang ingin kita ketahui.³⁵ Penelitian kuantitatif menekankan penelitian pada data-data *numerical* (angka) yang dikelola dengan metode statistik.³⁶

Sedangkan jenis penelitian ini merupakan penelitian kausalitas. Penelitian kausalitas yaitu penelitian hubungan yang bersifat sebab akibat. Tujuan utamanya adalah untuk mendapat bukti hubungan sebab akibat, sehingga dapat diketahui variabel mana yang mempengaruhi dan variabel mana yang dipengaruhi.³⁷

B. Definisi Operasional

Untuk menjelaskan variabel-variabel yang sudah didefinisikan maka perlu definisi operasional dari masing-masing variabel sebagai upaya pemahaman dan penelitian. Definisi dari variabel-variabel yang diteliti adalah:

³⁵ Deni Darmawan, *Metode Penelitian Kuantitatif* (Bandung: PT Remaja Rosdakarya, 2014), 37.

³⁶ I Made Wiratha, *Metodologi Penelitian Sosial Ekonomi* (Yogyakarta: Andi Offset, 2006), 140.

³⁷ Sugiono, *Statistika Untuk Penelitian*, (Bandung: Alfabeta, 2012), 37

1. Variabel Bebas X (*independent*):

a. Variabel Harga (X_1)

Harga adalah jumlah semua nilai yang diberikan oleh pelanggan untuk mendapatkan keuntungan dari memiliki atau menggunakan suatu produk atau jasa³⁸. Berikut adalah indikator harga menurut Kotler dan Amstrong:

Tabel 3.1
Indikator Harga³⁹

No	Indikator Harga
1	Daftar harga
2	Diskon
3	Potongan harga
4	Cara pembayaran

b. Variabel Variasi Produk (X_2)

Menurut Kotler dan Keller keragaman produk adalah kumpulan semua produk dan barang yang ditawarkan untuk dijual oleh penjual tertentu. Berikut adalah indikator produk:

Tabel 3.2
Indikator Variasi Produk⁴⁰

No	Indikator
1	Ukuran
2	Merk
3	Kualitas
4	Ketersediaan Produk

³⁸ Philip Kotler dan Gary Amstrong, *Prinsip-prinsip Pemasaran*, Erlangga, 2006, 345.

³⁹ *Ibid*, 62.

⁴⁰ Maulida Ariani, "Pengaruh Variasi Produk Terhadap Pembelian Ulang Pada Café Vin'z Ice Cream Di Kota Samarinda" *eJournal Administrasi Bisnis*, Edisi 6, 2018, 281.

2. Keputusan Pembelian (Y)

Menurut *Kotler dan Amstrong* mengemukakan bahwa keputusan pembelian adalah tahap proses keputusan dimana konsumen secara aktual melakukan pembelian produk.

Tabel 3.3
Indikator Keputusan Pembelian⁴¹

No	Indikator
1	Pengenalan Masalah
2	Pencarian Informasi
3	Evaluasi Alternatif
4	Keputusan Pembelian
5	Perilaku Pasca Pembelian

Menurut Philip dan Kotler, terdapat 5 indikator di dalam pengambilan keputusan pembelian. Indikator-indikator tersebut adalah pengenalan masalah, pencarian informasi, evaluasi alternatif, keputusan pembelian dan perilaku pasca pembelian.⁴² Dalam penelitian ini, peneliti menggunakan indikator pengenalan masalah, pencarian informasi, keputusan pembelian dan perilaku pasca pembelian sebagai kriteria penelitian.

C. Lokasi Penelitian

Lokasi penelitian berada di MAN 3 Nganjuk yang beralamatkan di Jl. Bolawi Baleturi Prambon Nganjuk.

⁴¹ *Ibid*, hlm 179.

⁴² Philip Kotler & Kevin Lane Keller, *Manajemen Pemasaran*, 253.

D. Populasi dan Sampel Penelitian

1. Populasi

Populasi adalah keseluruhan objek yang menjadi sasaran penelitian.⁴³ Populasi berasal dari bahasa Inggris *population* yang berarti jumlah penduduk dalam penelitian yang merupakan keseluruhan dari obyek sehingga objek-objek ini dapat menjadi sumber data penelitian⁴⁴. Dalam penelitian ini populasi merupakan konsumen *online shop* yaitu wali murid MAN 3 Nganjuk.

Berdasarkan penelitian pendahuluan diperoleh data bahwa pengguna *online shop* pada wali murid MAN 3 Nganjuk sebanyak 327. Sehingga populasi dalam penelitian ini adalah konsumen *online shop* pada wali murid MAN 3 Nganjuk berjumlah 327.

2. Sampel

Sampel adalah suatu bagian dari populasi yang akan diteliti dan yang dianggap dapat menggambarkan populasi dengan tujuan untuk mendapatkan kesimpulan umum dari hasil penelitian.⁴⁵ Dalam penelitian ini, penilaian representatif responden ditentukan berdasarkan kategori kontrol. Kategori kontrol dibuat oleh peneliti agar sampel yang ingin dipilih sesuai dengan kriteria yang diinginkan peneliti/tidak melebar kemana-mana.

⁴⁴Burhan Bungin, *Metodologi Penelitian Kuantitatif*, (Jakarta: Kencana, 2009), 99

⁴⁵Sugiarto, *Teknik Sampling*, (Jakarta : Gramedia Pustaka Utama, 2001), 38.

Sampel dapat didefinisikan sebagai anggota populasi yang dipilih dengan menggunakan prosedur tertentu sehingga diharapkan dapat mewakili populasi.⁴⁶ Adapun metode pengambilan sampel dengan menggunakan metode *Simple random sampling*. *Simple random sampling* yaitu pengambilan anggota sampel dari populasi yang dilakukan secara acak tanpa memperhatikan strata yang ada dalam populasi itu.⁴⁷

Kategori kontrol yang digunakan oleh peneliti adalah sebagai berikut :

- a. Konsumen *online shop* Shopee atau Lazada.
- b. Konsumen hanya wali murid MAN 3 Nganjuk.

Dalam penelitian ini, teknik sampling yang digunakan adalah teknik sampling jenuh. Sampel jenuh adalah penggunaan seluruh anggota populasi sebagai sampel peneliti⁴⁸. Sehingga jumlah sampel dalam penelitian ini adalah 327 orang.

E. Teknik Pengumpulan Data

1. Sumber Data

Sumber data adalah subjek dimana data tersebut diperoleh. Berdasarkan sumber pengambilannya, data dibedakan menjadi data primer dan data sekunder. Data primer menurut Carl Mc Daniel dan Rogers Gates adalah data survei, pengamatan, atau eksperimen yang

⁴⁶Nanang Martono, *Metode Penelitian Kuantitatif* (Jakarta: RajaGrafindo Persada, 2011), 74.

⁴⁷Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D* (Bandung: Alfabeta, 2015), 82

⁴⁸*Ibid*, 177.

dikumpulkan untuk memecahkan masalah tertentu yang diselidiki.⁴⁹

Data primer berasal dari kuesioner yang telah disebar peneliti.

Sedangkan data sekunder yaitu data yang diperoleh dalam bentuk yang sudah jadi, sudah dikumpulkan dan diolah pihak lain dan biasanya sudah dalam bentuk publikasi.⁵⁰ Data sekunder diperoleh dari berbagai sumber, seperti lembaga penelitian maupun dari laporan-laporan, buku-buku, literatur atau profil yang lainnya.

Dalam penelitian ini, peneliti menggunakan data primer berupa kuesioner yang telah disebar oleh peneliti. Sehingga dalam penelitian ini, peneliti secara langsung berhubungan dengan subjek dan objek penelitian.

2. Metode Pengumpulan Data

Metode pengumpulan data pada penelitian ini dilakukan dengan cara menyebar kuesioner. Kuesioner adalah teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan cara memberi seperangkat pertanyaan atau pernyataan tertulis kepada responden untuk dijawab.⁵¹ Dalam penelitian ini, data yang diperoleh dari angket berupa :

- a. Beberapa butir pernyataan mengenai variabel (X_1) harga.
- b. Beberapa butir pernyataan mengenai variabel (X_2) variasi produk.

⁴⁹ Carl McDaniel dan Rogers Gates, *Riset Pemasaran Kontemporer*, (Jakarta: Salemba Empat, 2001), 81.

⁵⁰ Muhammad, *Metodologi Penelitian Ekonomi Islam: Pendekatan Kuantitatif*, (Jakarta: UPFE UMY, 2003), 61.

⁵¹ Sugiono, *Metodologi Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D*, 142

- c. Beberapa butir pernyataan mengenai variabel (Y) keputusan pembelian.

F. Instrumen Penelitian

Instrumen penelitian merupakan alat bagi peneliti yang digunakan untuk mengumpulkan data dan informasi yang relevan dengan permasalahan penelitian.⁵² Instrumen di dalam penelitian ini adalah angket, yaitu lembaran berupa pernyataan atau pertanyaan yang harus dijawab oleh responden.

G. Analisis Data

Analisis data adalah suatu proses penyederhanaan data dalam bentuk yang lebih mudah dibaca dan diinterpretasikan.⁵³ Metode ini dimaksudkan untuk meringkas data dalam bentuk yang mudah dipahami dan mudah ditafsirkan sehingga hubungan antar problem penelitian dapat dipelajari dan diuji.⁵⁴ Dalam prosedur analisis data, ada beberapa langkah pokok yang harus dilakukan yaitu:

1. Pemeriksaan Data (*editing*)

Sebelum pengumpulan data dilakukan, pewawancara sudah memberikan penjelasan tentang data yang diperlukan dalam praktiknya, hasil kuesioner yang masuk dari responden masih banyak

⁵²Rully Indrawan dan R. Poppy Yaniawati, *Metodologi Penelitian : Kuantitatif, Kualitatif dan Campuran untuk Manajemen, Pembangunan dan Pendidikan*, (Bandung: PT Rafika Aditama, 2014), 112

⁵³Masri Singarimbun, Sofyan Efendi, *Metodologi Penelitian Survei* (Jakarta: Pustaka, 1990), 203.

⁵⁴M. Katsiran, *Metodologi Penelitian*, (Malang: UIN-Malang Press, 2008), 128.

mendapatkan kesalahan. Oleh karena itu, *editing* diperlukan untuk memeriksa kesalahan atau kekurangan.

2. Pembuatan Kode (*coding*)

Proses pembuatan kode merupakan proses pemberian tanda menggunakan angka atau simbol pada semua jawaban yang terdapat dalam kuesioner. Kode diberikan untuk semua kuesioner yang sama sehingga semua jawaban dapat dimasukkan dalam sejumlah kategori atau kelompok. Di sini efisiensi analisis akan tercipta sebab semua jawaban dapat diturunkan menjadi beberapa kategori yang dipilih secara seksama.

3. *Scoring*

Scoring adalah memberikan skor terhadap item-item yang perlu diberi skor. Proses ini adalah pemberian skor atau angka pada lembar jawaban angket tiap subjek, tiap skor dari item pernyataan dari angket ditentukan sesuai dengan peringkat *option* (pilihan) sebagai berikut :

- a. Sangat Setuju (SS) bobot nilai : 5
- b. Setuju (S) bobot nilai : 4
- c. Kurang Setuju (KS) bobot nilai : 3
- d. Tidak Setuju (TS) bobot nilai : 2
- e. Sangat Tidak Setuju (STS) bobot nilai : 1

f. Penyusunan Tabel (Tabulasi)

Tabulasi merupakan proses peringkasan data dan menampilkannya dalam bentuk yang lebih rapi untuk kepentingan

analisis lebih lanjut. Tabulasi merupakan yang harus dipertimbangkan sejak awal dalam urutan penelitian. Dalam prosesnya, tabulasi dapat dilakukan secara manual maupun dengan komputer.

g. Processing

a. Uji Intrument

1) Uji Validitas

Uji validitas digunakan untuk mengukur sah atau valid tidaknya suatu kuesioner. Suatu kuesioner dikatakan mampu untuk mengungkapkan sesuatu yang akan diukur oleh kuesioner tersebut.⁵⁵ Uji validitas dilakukan dengan membandingkan r tabel untuk tingkat signifikansi 5% dari *degree of freedom* (df) = $n-2$, dalam hal ini n adalah jumlah sampel dalam uji validitas. Jika r hitung $>$ r tabel maka pertanyaan atau indikator tersebut dinyatakan valid, demikian sebaliknya.⁵⁶

2) Uji Reliabilitas

Reliabilitas merupakan indeks yang menunjukkan sejauh mana suatu alat pengukur dapat dipercaya atau dapat diandalkan. Pengujian reliabilitas dibantu dengan menggunakan koefisien *croanbach alpha*.⁵⁷ Untuk

⁵⁵Imam Ghozali, *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program SPSS*, Cetakan IV (Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro, 2006), 45.

⁵⁶Husein Umar, *Metode Penelitian untuk Skripsi dan Tesis Bisnis* (Jakarta: PT RajaGrafindo Persada, 1999), 135.

⁵⁷*Ibid*, 135

menghitung reliabilitas dilakukan dengan bantuan aplikasi SPSS *for windows* 21. Kriteria yang digunakan untuk menafsirkan hasil uji reliabilitas, adalah :⁵⁸

- a) Jika nilai $\alpha > 0,90$ maka reliabilitas sempurna.
- b) Jika nilai α antara $0,70 - 0,90$ maka reliabilitas tinggi.
- c) Jika α $0,50 - 0,70$ maka reliabilitas moderat.
- d) Jika $\alpha < 0,50$ maka reliabilitas rendah. Jika α rendah, kemungkinan satu atau beberapa item tidak reliabel

b. Uji Asumsi Klasik

Pengujian persyaratan analisis digunakan sebagai persyaratan dalam penggunaan model analisis regresi linier berganda. Suatu model regresi harus memenuhi syarat-syarat: data berdistribusi normal, tidak terjadi multikolinieritas, heteroskedastisitas dan tidak ada autokorelasi. Jika tidak ditemukan permasalahan maka dilanjutkan dengan pengujian hipotesis dengan analisis regresi.

Dalam regresi linier, untuk memastikan agar model tersebut BLUE (*Best Linear Unbiased Estimator*) dilakukan pengujian sebagai berikut:

⁵⁸Imam Ghozali, *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program SPSS*, (Semarang: UNDIP, 2005, 129.

1) Uji Normalitas Data

Pada penelitian ini menggunakan regresi sederhana, maka asumsi yang digunakan adalah uji normalitas. Uji normalitas bertujuan untuk mengetahui apakah dalam model regresi variabel pengganggu memiliki distribusi normal atau tidak. Untuk menguji apakah sampel penelitian merupakan jenis distribusi normal, maka digunakan pengujian menggunakan analisis deskriptif, menghitung mean, median, nilai *kurtosis*, *skweness* grafik distribusi normal terhadap model yang diuji.⁵⁹

Dasar pengambilan keputusan untuk mendekati kenormalan adalah jika nilai dan median sama maka model regresi memenuhi asumsi normalitas. Cara melihat data terdistribusi normal dapat dilakukan dengan berbagai cara diantaranya dengan melihat nilai mean, median, *skewnes* ataupun nilai *kurtosis*. Pada data yang terdistribusi normal memiliki skewnesnya 0 (nol)⁶⁰ ataupun memiliki nilai = 3 untuk nilai kurtosisnya.⁶¹

2) Multikoleniaritas

Uji multikolonieritas bertujuan untuk menguji apakah model regresi ditemukan adanya korelasi antar variabel bebas (*independent*). Model regresi yang baik seharusnya tidak terjadi

⁵⁹Dwi Priyatno, *Belajar Praktis Parametrik dan Non Parametrik dengan SPSS & Prediksi Pertanyaan Pendadaran Skripsi dan Tesis*, (Yogyakarta: Gava Media,2012), 60.

⁶⁰ Zuraidah, *Statistik Deskriptif*, (Kediri: STAIN Press, 2012), 244

⁶¹ Ibid, 250.

korelasi diantara variabel *independent*.⁶² Jika variabel *independent* saling berkorelasi, maka variabel-variabel ini tidak *orthogonal* (variabel *independent* yang nilai korelasi antar sesama variabel *independent* sama dengan nol).

Cara mendeteksi ada atau tidaknya multikolonieritas di dalam model regresi adalah sebagai berikut:

- a) Nilai R^2 yang dihasilkan oleh suatu estimasi model regresi empiris sangat tinggi, tetapi secara individual variabel-variabel *independent* banyak yang tidak signifikan mempengaruhi variabel *dependent*.
- b) Menganalisis matrik korelasi variabel-variabel *independent*. Jika antar variabel *independent* memiliki korelasi yang cukup tinggi (umumnya diatas 0,90), maka terdapat indikasi adanya multikolonieritas. Tidak adanya korelasi yang tinggi antar variabel *independent* tidak berarti bebas dari multikolonieritas yang disebabkan karena adanya efek kombinasi dua atau lebih variabel *independent*.
- c) Multikolonieritas dapat juga dilihat dari: (1) Nilai *tolerance* dan lawannya; (2) *Variance inflation factor* (*VIF*). Kedua ukuran ini menunjukkan setiap variabel *independent* manakah yang dijelaskan oleh variabel

⁶²Imam Ghozali, *Aplikasi Analisis Multivariat dengan Program SPSS*, 89.

independent lainnya. Dalam pengertian sederhana setiap variabel *independent* menjadi variabel *dependent* (terikat) dan diregresikan terhadap variabel *independent* lainnya. *Tolerance* mengukur variabilitas variabel *independent* yang terpilih yang tidak dijelaskan oleh variabel *independent* lainnya. Jadi nilai *tolerance* yang rendah sama dengan nilai *VIF* yang tinggi (karena $VIF = 1/Tolerance$). Nilai *cut off* yang umum dipakai untuk menunjukkan adanya multikolonieritas adalah nilai $tolerance < 10$ atau sama dengan nilai $VIF > 10$.⁶³

3) Uji Heteroskedastisitas

Dalam model regresi jika terjadi ketidaksamaan *variance* dari residual satu pengamatan ke pengamatan lain tetap, maka disebut homoskedastisitas dan jika berbeda disebut Heteroskedastisitas.⁶⁴ Homoskedastisitas diperlukan untuk membentuk model regresi yang baik. Cara untuk mendeteksi ada atau tidaknya heteroskedastisitas dalam penelitian ini dengan cara melihat Grafik Plot antara nilai prediksi variabel terikat (*dependent*) 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. Dengan keterangan yang mana sumbu Y adalah Y yang telah

⁶³Ibid, 92.

⁶⁴Ibid, 125.

diprediksi, dan sumbu X adalah residual (Y prediksi $- Y$ sesungguhnya) yang telah di-*studentized*. Dasar Analisis:

- a) Jika ada pola tertentu, seperti titik-titik yang ada membentuk pola tertentu yang teratur (bergelombang, melebar kemudian menyempit), maka mengindikasikan telah terjadi Heteroskedastisitas.
- b) Jika tidak ada pola yang jelas, serta titik-titik menyebar diatas dan dibawah angka 0 pada sumbu Y, maka tidak terjadi Heteroskedastisitas.

4) Uji Autokorelasi

Menurut Priyatno, uji autokorelasi merupakan suatu hubungan yang terjadi diantara residual dari pengamatan satu dengan pengamatan yang lainnya. Uji ini bertujuan menguji apakah dalam model regresi linear ada korelasi antara kesalahan pengganggu pada periode t dengan kesalahan pengganggu pada periode $t-1$. Untuk mendeteksi ada atau tidak autokorelasi, dalam penelitian ini digunakan metode lagrange multiplier (LM test) dengan menggunakan SPSS.

c. Analisis Korelasi Pearson

Analisis korelasi yang digunakan untuk mengetahui derajat hubungan antar variabel yang diteliti. Teknik korelasi yang digunakan dalam penelitian adalah korelasi *product moment pearson* yaitu untuk mengetahui derajat atau kekuatan hubungan

timbang balik antara dua variabel. Hubungan dua variabel terdiri dari dua macam yaitu hubungan yang positif dan hubungan yang negatif.

Ukuran yang dipakai untuk mengetahui kuat atau tidaknya hubungan antara X dan Y disebut koefisien korelasi (r). Adapun rumus dari koefisien korelasi tersebut adalah sebagai berikut:⁶⁵

$$r = \frac{n(\sum xy) - (\sum x)(\sum y)}{\sqrt{\{n(\sum x^2) - (\sum x)^2\} \{n(\sum y^2) - (\sum y)^2\}}}$$

Keterangan:

r = Koefisien korelasi antara x dan y (*Product Moment*)

n = jumlah subyek

x = skor dari tiap-tiap item

y = jumlah dari skor item

Korelasi PPM dilambangkan dengan (r) dengan ketentuan nilai r tidak lebih dari harga ($-1 \leq r \leq +1$). Apabila nilai $r = -1$ artinya korelasinya negatif sempurna; $r = 0$ artinya tidak ada korelasi; dan $r = 1$ berarti korelasinya sangat kuat. Sedangkan arti harga r akan dikonsultasikan dengan tabel interpretasi nilai r sebagai berikut:⁶⁶

⁶⁵ Sugiyono, *Metode Penelitian Pendidikan*, (Bandung: Alfabeta), 225.

⁶⁶Ibid., 68.

Tabel 3.4
Interpretasi Koefisien Nilai r

Interval Koefisien	Tingkat Hubungan
0,80-1,000	sangat kuat
0,60-0,799	Kuat
0,40-0,599	cukup Kuat
0,20-0,399	Rendah
0,00-0,199	sangat rendah

d. Analisis Regresi Berganda

1) Persamaan Regresi Linier Berganda

Untuk menguji hipotesis tentang kekuatan variabel *independent* terhadap variabel *dependent*, dalam penelitian menggunakan analisis regresi berganda dengan persamaan kuadrat terkecil (OLS) dengan model dasar :

$$Y = a + b_1X_1 + b_2X_2$$

Keterangan :

Y = Variabel *dependent* (keputusan pembelian)

X₁ = Variabel *independent* (harga)

X₂ = Variabel *Independent* (variasi produk)

a = Konstanta

b = Koefisien regresi

e. Pengujian Hipotesis

1) Uji F

Dalam pengujian ini, memiliki suatu tujuan untuk membuktikan apakah variabel-variabel *independent* (X) secara simultan (bersama-sama) memiliki suatu pengaruh terhadap

variabel *dependent* (Y).⁶⁷ Apabila $F_{hitung} > F_{tabel}$, maka H_0 ditolak dan H_a diterima, berarti variabel *independent* mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap variabel *dependent* dengan menggunakan tingkat signifikan sebesar 0,05.

Selain menggunakan itu, dapat juga dengan melihat nilai probabilitas. Jika nilai probabilitas lebih kecil daripada 0,05 (untuk tingkat signifikansi = 0,05), maka variabel *independent* secara bersama-sama berpengaruh terhadap variabel *dependent*. Sedangkan jika nilai probabilitas lebih besar daripada 0,05 maka variabel *independent* secara serentak tidak berpengaruh terhadap variabel *dependent*.

Kemudian akan diketahui apakah hipotesis dalam penelitian ini secara simultan ditolak atau diterima, adapun bentuk hipotesis secara simultan adalah:

$H_0 : b_1 = b_2 = 0$; harga dan kualitas produk secara simultan tidak berpengaruh terhadap keputusan pembelian.

$H_0 : b_1 \neq b_2 \neq 0$; harga dan kualitas produk secara simultan berpengaruh terhadap keputusan pembelian.

2) Uji t

Untuk mengetahui apakah variabel *independent* secara parsial (individual) mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap variabel *dependent*. Uji statistik t pada dasarnya menunjukkan

⁶⁷Ibid, 88.

seberapa jauh pengaruh satu variabel individu *independent* secara individu dalam menerangkan variabel *dependent*.⁶⁸ Uji t digunakan untuk mengetahui apakah variabel *independent* berpengaruh secara parsial terhadap variabel *dependent* secara *significant* atau tidak.⁶⁹

Dalam penelitian ini menggunakan uji signifikan dua arah atau *two tailed test*, yaitu suatu uji yang mempunyai dua daerah penolakan H_0 yaitu terletak di ujung sebelah kanan dan kiri. Dalam pengujian dua arah, biasa digunakan untuk tanda sama dengan (=) pada hipotesis nol dan tanda tidak sama dengan (\neq) pada hipotesis alternatif. Tanda (=) dan (\neq) ini tidak menunjukkan satu arah, sehingga pengujian dilakukan untuk dua arah.⁷⁰ Kriteria dalam uji parsial (Uji t) dapat dilihat sebagai berikut:

Uji Hipotesis dengan membandingkan t hitung dengan t_{tabel}

- a) Apabila $t_{hitung} > t_{tabel}$, maka H_0 ditolak dan H_a diterima, artinya variabel *independent* secara parsial mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap variabel *dependent*.
- b) Apabila $t_{hitung} \leq t_{tabel}$, maka H_0 diterima dan H_a ditolak, artinya variabel *independent* secara parsial tidak

⁶⁸Ibid, 88.

⁶⁹Singgih Santoso, *Total Quality Management (TQM) dan Six Sigma*, (Jakarta : PT Elex Media Komputindo, 2007), 168.

⁷⁰Purwanto, *Metodologi Penelitian Kuantitatif untuk Psikologi dan Pendidikan*, (Yogyakarta : Pustaka Pelajar, 2008), 88.

mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap variabel *dependent*.

Uji Hipotesis berdasarkan Signifikansi

- a) Jika angka sig. > 0,05, maka Ho diterima
- b) Jika angka sig. < 0,05, maka Ho ditolak

f. Uji Determinasi (*Adjusted R²*)

Koefisien determinasi (*Adjusted R²*) bertujuan untuk mengetahui seberapa besar kemampuan variabel *independent* menjelaskan variabel *dependent*. Nilai *R²* sebesar 1, berarti pengaruh variabel *dependent* seluruhnya dapat dijelaskan oleh variabel *independent* dan tidak ada faktor lain yang menyebabkan pengaruh variabel *dependent*. Jika nilai *Adjusted R²* berkisar antara 0 sampai dengan 1, berarti semakin kuat kemampuan variabel *independent* dapat menjelaskan pengaruh variabel *dependent*.⁷¹ Rumus dari koefisien determinasi sebagai berikut:

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

Keterangan :

R² = nilai koefisien determinasi

r = nilai koefisien korelasi⁷²

⁷¹Imam Ghozali, *Aplikasi Analisis Multivariat dengan Program SPSS*, 87.

⁷²Sugiyono, *Metode Penelitian* 231.