

BAB III

METODE PENELITIAN

A. Desain Penelitian

Penelitian adalah rangkaian kegiatan ilmiah yang ditujukan untuk memecahkan berbagai masalah. Fungsi utama dari penelitian ini adalah memberikan penjelasan atau jawaban atas suatu masalah dan menawarkan banyak alternatif untuk memecahkan masalah tersebut.³¹ Dari judul diatas peneliti menggunakan pendekatan kuantitatif, artinya penelitian yang disajikan dalam bentuk deskriptif menggunakan angka dan statistik.³² Dengan adanya penelitian ini memiliki tujuan untuk mengetahui ada tidaknya pengaruh persepsi konsumen (X) terhadap keputusan pembelian (Y) furnitur pada UD Mebel Sumber Rizky Wates.

B. Definisi Operasional Variabel

Adalah berbagai hal yang ditentukan oleh peneliti dalam rangka mempelajari hal-hal tersebut dan memperoleh informasi yang dapat ditarik kesimpulannya.³³ Dalam penelitian ini diuji dua variabel yang menurut paradigma yaitu variabel bebas (*Independent Variable*) dan variabel terikat (*Dependent Variable*).

1. Variabel Bebas (X) (*Independent Variable*)

³¹ Saifuddin Azwar, *Metode Penelitian*, (Yogyakarta: Pustaka Belajar, 2015), 5.

³² Ridwan dan Tita Lestari, *Dasar-dasar Statistika*, (Bandung: Alfabeta, 1999), 2.

³³ Eko Putro, *Teknik Penyusunan Istrumen Penelitian*, (Yogyakarta: Pustaka Belajar, 2012), 1.

Ialah variabel yang diduga memiliki pengaruh terhadap variabel terikat.³⁴ Penelitian ini persepsi konsumen sebagai variabel bebas. Persepsi konsumen ialah proses seseorang dalam memilih, mengatur dan menginterpretasikan informasi untuk menciptakan sebuah gambaran.³⁵ Berdasarkan indikator dari variabel tersebut, antara lain:

Tabel 3. 1
Operasional Variabel Bebas (X)

Variabel	Variabel Indikator	Deskripsi Indikator
Persepsi Konsumen (X)	Sikap	Reaksi seseorang mungkin positif atau negatif, tergantung situasinya.
	Motivasi	Penilaian seseorang terhadap suatu barang atau benda tertentu yang menjadi dasar kesukaan atau ketidaksukaannya terhadap benda atau benda itu disebut dengan motifnya. Motif adalah hal yang menyebabkan seseorang mendasarkan tindakannya pada penilaian tersebut.
	Minat	Seseorang akan sampai pada kesimpulan yang sama sebagai hasil dari semua yang telah mereka lihat dan temui.
	Pengalaman masa lalu	Ada kecenderungan seseorang menolak ide, ajakan, atau tawaran yang tidak sesuai dengan antisipasinya.
	Harapan	Persepsi visual dapat dipengaruhi oleh target, yang pada akhirnya akan berdampak pada persepsi.
	Sasaran	Sasaran atau benda yang sama mungkin saja terlihat berbeda,

³⁴ Safuddin Azwar, *Metodologi Penelitian*, (Yogyakarta: Pustaka Belajar, 1998), 62.

³⁵ Kotler dan Amstrong, *Prinsip-Prinsip Pemasaran*, 169.

		bergantung pada keadaan saat benda tersebut diamati.
	Situasi	Reaksi seseorang mungkin positif atau negatif, tergantung situasinya.

Sumber : Setiadi Nugraha J, *Perilaku Konsumen*, (Jakarta: Prenada Media, 2003).

2. Variabel Terikat (Y) (*Dependent Variable*)

Ialah variabel yang dapat diukur untuk mengetahui sejauh mana pengaruh variabel lain.³⁶ Variabel ini muncul sebagai akibat dari variabel bebas. Dalam penelitian ini variabel terikatnya adalah keputusan pembelian (Y). Terdapat dua faktor yaitu niat beli dan keputusan pembelian, setelah informasi produk tersedia dan mengevaluasi suatu masalah yang dapat menimbulkan keputusan pembelian konsumen untuk membeli suatu produk atau jasa. Teori yang dikembangkan oleh Kotler dan Armstrong menjelaskan bahwa keputusan pembelian merupakan tahapan dalam proses pembelian merek yang paling disukai.³⁷ Berdasarkan variabel indikator dari variabel tersebut, antara lain:

Tabel 3. 2

Operasional Variabel Terikat (Y)

Variabel	Variabel Indikator	Deskripsi Indikator
Keputusan	Kemantapan pada sebuah produk	Pelanggan mengambil keputusan untuk membeli furnitur dari UD Mebel Sumber Rizky Wates setelah mempertimbangkan banyaknya informasi yang mereka peroleh.

³⁶ Safuddin Azwar, *Metodologi Penelitian*, 62

³⁷ Philip Kotler dan Garry Armstrong, *Prinsip-Prinsip Pemasaran*, 177.

Pembelian (Y)	Kebiasaan dalam membeli produk	Pengalaman individu terhadap suatu produk dari orang terdekatnya, seperti orang tua atau saudara kandungnya.
	Memberikan rekomendasi kepada orang lain	Memberikan informasi yang menguntungkan kepada individu lain untuk membangkitkan minat mereka dalam melakukan transaksi untuk mereka.
	Melakukan pembelian ulang	Setelah memperoleh rasa puas terhadap barang atau jasa yang diperoleh maka diperoleh pembelian berkelanjutan.

Sumber: Indikator keputusan pembelian menurut Fajar Idris (2014).

C. Lokasi Penelitian

Lokasi untuk penelitian ini dilakukan di UD Mebel Sumber Rizky Wates tepatnya di Desa Wates, Jalan Sriti RT 14 RW 05, Kecamatan Wates, Kabupaten Kediri.

D. Populasi dan Sampel

1. Populasi

Populasi ialah wilayah generalisasi yang terdiri atas objek atau subjek yang memiliki besaran dan sifat tertentu yang dipelajari oleh peneliti dan kemudian ditarik kesimpulannya.³⁸ Populasi dalam penelitian ini adalah konsumen yang telah melakukan pembelian furnitur di UD Mebel Sumber Rizky Wates selama 1 tahun terakhir dari tahun 2022-2023 sebanyak 134 orang.

³⁸ Sugiyono, *Metode Penelitian Manajemen*, (Bandung: Alfabeta, 2014), 148.

2. Sampel

Sampel ialah subyek dari populasi yang memiliki ciri-ciri yang akan diteliti. Sampel yang baik untuk menarik kesimpulan tentang populasi ialah sampel yang representatif yang dapat menggambarkan karakteristik populasi itu.³⁹ Suharsini Arikunto berpendapat jika populasi kurang dari 100 maka semua populasinya dijadikan sampel dan apabila populasi lebih dari 100 maka bisa diambil 10%-15% atau 20%-25%.⁴⁰ Penelitian ini populasinya lebih dari 100 orang maka menggunakan perhitungan Slovin dengan tingkat kesalahan sebesar 0,05 (5%), berikut rumus Slovin:⁴¹

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

Keterangan :

n = ukuran sampel

N= ukuran populasi

e= error sebesar 0,05 (5%).

Penelitian ini menggunakan populasi 134 orang, sehingga presentase yang dipakai adalah 5% serta hasil perhitungan dibulatkan supaya memperoleh kesesuaian. Maka untuk mengetahui sampel penelitian dengan rumus berikut ini :

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

³⁹ Drs. Kuntjojo, *Metodologi Penelitian*, (Kediri: Universitas Nusantara PGRI, 2009), 29.

⁴⁰ Suharsini Arikunto, *Prosedur Penelitian Pendekatan Praktik*, (Jakarta: Rieka Cipta, 2008), 106.

⁴¹ Sugiyono, *Metode Penelitian Manajemen*, (Bandung: Alfabeta, 2014), 150

Keterangan :

n = ukuran sampel

N= ukuran populasi

e= error sebesar 0,05 (5%).

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

$$n = \frac{134}{1 + 134 \cdot (0,05)^2}$$

$$n = \frac{134}{1 + 0,335}$$

$$n = \frac{134}{1,335}$$

n= 100,37 Dibulatkan menjadi 100

Dari perhitungan tersebut diatas didapati hasil 100, maka penelitian ini mengambil sampel sebanyak 100 responden. Penelitian ini konsumen yang melakukan pembelian yang disebabkan oleh persepsi masing-masing sebanyak 100 orang pengambilan sampel menggunakan teknik *non-probability sampling*, yaitu teknik pengambilan sampel secara *non-random* dan subjektif, yaitu setiap anggota populasi tidak berpeluang untuk menjadi sampel. Penelitian ini menggunakan teknik *non-probability sampling*, yaitu dengan jenis *purposive sampling* merupakan teknik pengambilan sampel berdasarkan pada kriteria (pertimbangan) tertentu dari anggota populasi.⁴²

⁴² Sugiyono, *Metode penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*, (Bandung: Alfabeta, 2013), 85.

E. Teknik Pengumpulan Data dan Sumber Data

Data berupa informasi yang diterima kebenarannya dan dapat dijadikan dasar analisis dalam suatu penelitian. Sumber data yang digunakan dalam penelitian ini terdiri dari dua sumber, yaitu:

1. Data Primer

Sugiyono mendefinisikan data primer sebagai data yang secara langsung menyediakan data untuk pengumpulan data.⁴³ Sedangkan Danang Sunyoto mendefinisikan data primer sebagai data asli yang dikumpulkan oleh peneliti sendiri untuk menjawab permasalahan peneliti tertentu.⁴⁴ Data primer penelitian ini diperoleh dari menganalisis konsumen UD Mebel Sumber Rizky Wates secara langsung guna untuk memperoleh informasi mengenai objek yang sesuai dengan judul yang diteliti.

2. Data Sekunder

Menurut Sugiyono, sumber data sekunder adalah data yang secara tidak langsung menyediakan data untuk pengumpulan data.⁴⁵ Sedangkan menurut Danang Sunyoto, data sekunder adalah data yang diperoleh dari catatan perusahaan yang ada dan sumber lain.⁴⁶ Data sekunder dalam penelitian ini diperoleh dari literature ilmiah, jejaring sosial media dan lembaga survei terhadap subjek peneliti yang diteliti.

⁴³ Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*, (Bandung: Alfabeta, 2009), 137.

⁴⁴ Danang Sunyoto, *Metodologi Penelitian Akuntansi*, (Bandung: PT. Refika Aditama Ikapi, 2013), 21.

⁴⁵ Sugiyono, *metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*, 137.

⁴⁶ Danang Sunyoto, *Metodologi Penelitian Kuantitatif*, 28.

F. Instrumen Penelitian

Adalah metode yang digunakan untuk mengumpulkan data yang diperlukan selama penyelidikan. Teknik yang digunakan peneliti untuk mengumpulkan data antara lain:

1. Kuersioner, peneliti menggunakan metode ini dengan mengajukan beberapa pertanyaan yang dijawab oleh responden. Teknik ini juga merupakan teknik pengumpulan data yang efisien yang berfungsi untuk menentukan variabel yang akan diukur secara pasti dan sesuai dengan harapan responden.⁴⁷
2. Skala Likert, digunakan untuk mengukur sikap, pendapat, dan persepsi seseorang tentang fenomena sosial. Dalam penelitian ini fenomena sosial telah ditetapkan secara spesifik oleh peneliti. Dengan adanya skala likert variabel yang akan dijabarkan menjadi variabel indikator kemudian dijadikan titik tolak untuk menyusun item instrument yang berupa pertanyaan atau pernyataan. Instrument penelitian yang menggunakan skala likert dibuat dalam bentuk *checklist* atau pilihan ganda.⁴⁸
3. Dokumentasi, merupakan teknik untuk mencari data berupa buku catatan, koran, majalah, internet dan lain-lain sesuai dengan objek yang diteliti.⁴⁹
4. Teknik pengumpulan data dengan menganalisis isi, teknik ini dilakukan dengan cara menyimak, merekam, membuat catatan secara langsung sesuai dengan objek yang diteliti.⁵⁰

⁴⁷ Sugiyono, *Metode penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*, 142-145.

⁴⁸ *Ibid*, 93-94.

⁴⁹ Irwan Soehartono, *Metodologi Penelitian Sosial*, (Bandung: PT. Remaja Rosdakarya, 1995), 69.

G. Analisis Data

Ialah proses pelacakan dan pengorganisasian data yang diperoleh secara sistematis dan menyajikannya kepada orang lain secara keseluruhan.⁵¹ Teknik analisis data merupakan langkah penting untuk menentukan sebuah penelitian dan teknik ini memiliki fungsi untuk memfinalisasi hasil penelitian. Tahapan pemrosesan data berikut ini dapat dilakukan:

1. Pengolahan data

Pengolahan data merupakan kegiatan lanjutan setelah pengumpulan data. Dalam penelitian kuantitatif, pengolahan data umumnya terjadi melalui tahapan pemeriksaan (*editing*), proses pengidentifikasian (*coding*), dan proses pengungkapan (*tabulating*).

a) *Editing*

Data yang masuk harus diperiksa kesalahan saat pengisian. Pekerjaan memeriksa disebut dengan *editing*.⁵² Jawaban yang diterima dari responden harus diperiksa ulang dikarenakan seluruh jawaban yang diberikan oleh responden tidak benar dan sesuai dengan keadaan dan apakah jawaban sudah dijawab.

⁵⁰ Deni Darmawan, *Metode Penelitian Kuantitatif*, (Bandung: PT. Remaja Rosdakarya, 2014), 164.

⁵¹ Ahmad Tanzeh, *Pengantar Metode Penelitian*, (Yogyakarta: Teras, 2009), 03.

⁵² Marzuki, *Metodologi Riset*, (Yogyakarta: Bagian Penerbit Fakultas Ekonomi UII, 1986), 1.

b) *Categorizing dan coding*

Proses selanjutnya adalah *coding* yaitu menandai setiap bagian data yang memiliki kategori yang sama.⁵³ Sedangkan kategorisasi adalah pengklasifikasian data kuersioner kedalam kategori variabel, masing-masing pertanyaan dalam kategori variabel masing-masing. penggolongan data yang ada pada daftar pertanyaan kedalam kategori variabel masing-masing pertanyaan ke dalam kategori variabelnya masing-masing. Coding dan kategorisasi dalam penelitian ini adalah:

- 1) Variabel bebas yaitu persepsi konsumen (X)
- 2) Variabel terikat yaitu keputusan pembelian (Y)

c) *Scoring*

ialah skor item yang harus diberi skor atau nilai.⁵⁴ Proses ini merupakan langkah pemberian skor atau nilai berupa angka pada lembar jawaban kuersioner berdasarkan perangkat pilihan.

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

d) *Tabulating*

Adalah masukan nilai rata-rata kuersioner berdasarkan kategori dan analisis data. Semua tanggapan dikelompokkan

⁵³ Ibid., 82.

⁵⁴ Suharsini Arikunto, *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktek*, (Jakarta: Rineka Cipta, 1998), 251.

secara hati-hati dan teratur setelah menambahkan jumlah kejadian, gejala dan item yang termasuk dalam kategori.⁵⁵

e) *Processing*

Adalah proses menghitung dan menganalisis data dengan statistik.⁵⁶ Proses ini didukung oleh program aplikasi SPSS melalui analisis statistik. Berikut adalah teknik analisisnya:

1) Uji Instrumen

a) Uji Validitas

Untuk mengukur valid atau tidaknya suatu kuersioner. Dapat dikatakan bahwa kuersioner dapat mengungkapkan sesuatu yang diukur oleh kuersioner tersebut. Pengujian dengan menggunakan dua sisi dengan tarif signifikan 0,05, berikut kriteria pengujian validitas jika $r_{hitung} > r_{tabel}$ maka instrument penelitian dikatakan valid, sedangkan $r_{hitung} < r_{tabel}$ maka instrument penelitian dikatan invalid.⁵⁷

Menurut Wiyono uji instrumen validitas dapat dilakukan dengan cara *Bivariate Correlation Pearson*, yaitu dengan cara mengkorelasikan antara skor butir pertanyaan dengan skor total butir pertanyaan tersebut. Koefisien korelasi butir total dengan cara *Bivariate*

⁵⁵ Marzuki, *Metodologi Riset*, 83.

⁵⁶ Bambang Prasetyo dan Miftahul Jannah, *Metode Penelitian Kuantitatif*, (Jakarta: Raja Grafindo Persada, 2008), 184.

⁵⁷ Imam Ghozali, *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program SPSS Cetakan IV*, (Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro, 2006), 4.

Pearson dicari dengan menggunakan formula berikut ini⁵⁸:

$$r_{ix} = \frac{n \sum ix - (\sum i)(\sum x)}{\sqrt{[n \sum i^2 - \sum x^2][n \sum x^2 - \sum x^2]}}$$

Keterangan :

r_{ix} : Koefisien korelasi butir-total (*Bivariate Pearson*)

i : Skor butir

x : Skor total

n : Banyaknya subyek

Uji validitas sebaiknya dilakukan pada setiap butir pertanyaan di uji validitasnya. Hasil r hitung kita bandingkan dengan r tabel dimana $df = n - 2$ dengan sig 5%. Jika r tabel < r hitung maka valid.⁵⁹

b) Uji Reliabilitas

Ialah indeks yang menunjukkan sejauh mana alat pengukur dapat dipercaya.⁶⁰ Untuk mencapai tujuan tersebut perlu dilakukan pengujian menggunakan metode Alpha Cronbach's yang diukur dengan skala 0 sampai 1. Jadi stabilitas alpha dapat diinterpretasikan sebagai berikut:⁶¹

1. Nilai alpha 0,00–0,20 berarti kurang *reliable*
2. Nilai alpha 0,21–0,40 berarti agak *reliable*

⁵⁸ Purwanto, *Teknik Penyusun Instrumen Uji Validitas dan Reliabilitas Untuk Penelitian Ekonomi Syariah Cetakan Pertama*, (Magelang: Staia Press, 2018), 63.

⁵⁹ Wiratna, *Belajar Mudah SPSS Untuk Penelitian*, (Yogyakarta: Ardana Media, 2007), 186.

⁶⁰ Husein Umar, *Metode Penelitian Untuk Skripsi dan Tesis Bisnis*, (Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada, 1999), 135.

⁶¹ Agus Eko Sujianto, *Aplikasi Statistik Belajar SPSS*, (Jakarta: Prestasi Pustaka Karya, 2009), 97.

3. Nilai alpha 0,41–0,60 berarti cukup *reliable*
4. Nilai alpha 0,61–0,80 berarti *reliable*
5. Nilai alpha 0,81–1,00 berarti sangat *reliabel*

2) Analisis Deskriptif

Merupakan bentuk analisis data yang digunakan untuk menguji generalisasi hasil penelitian pada suatu sampel. Analisis deskriptif dilakukan dengan menguji hipotesis deskriptif.⁶² Berdasarkan hasil analisis deskriptif digunakan data untuk mengetahui hubungan antara persepsi konsumen dengan keputusan pembelian furnitur pada UD Mebel Sumber Rizky Wates.

3) Uji Asumsi Klasik

a) Uji Normalitas

Pengujian ini digunakan untuk menentukan apakah variabel yang digunakan mengikuti distribusi normal atau tidak. Uji normalitas dilakukan dengan membandingkan nilai Kolmogorov-Smirnov yang terdapat pada aplikasi statistik IBM SPSS. Jika nilai $\text{sig} \geq 0,05$ maka berdistribusi normal, jika nilai $\leq 0,05$ maka berdistribusi tidak normal.⁶³

b) Uji Heterokedastisitas

Tujuannya adalah untuk menguji model regresi ketika terdapat variasi yang sama dalam residual dari

⁶² Misbahuddin dan Iqbal Hasan, *Analisis Data Penelitian Dengan Statistik*, (Jakarta: Bumi Aksara, 2013), 258.

⁶³ Imam Gunawan, *Pengantar Statistika Interferensial*, (Jakarta: Raja Grafindo Persada, 2016), 93.

satu observasi ke observasi lainnya. Analisis untuk menguji heterokedastisitas menggunakan uji glejser dengan didasarkan pada hal-hal berikut:

1. Jika nilai signifikansi (Sig) > 0,05 maka tidak terjadi gejala heterokedastisitas dalam model regresi.
2. Jika nilai signifikansi (Sig) < 0,05 maka terjadi gejala heterokedastisitas dalam model regresi.⁶⁴

c) Uji Autokorelasi

Pengujian ini digunakan untuk melihat korelasi antara periode t dengan periode sebelumnya (t-1). Secara sederhana, analisis regresi digunakan untuk melihat pengaruh variabel bebas dan terikat sehingga tidak ada korelasi antara pengamatan yang akan dilakukan dengan data hasil pengamatan sebelumnya. Cara menemukan autokorelasi adalah dengan mengambil nilai Durbin-Watson dan membandingkannya dengan tabel Durbin-Watson (dl dan du), ketika $du < 4 - du$ maka tidak ada autokorelasi.⁶⁵

4) Menguji Model Struktural

a) Analisis korelasi person

Korelasi person atau dikenal juga dengan *Korelasi Product Moment* (KPM) adalah alat untuk menentukan

⁶⁴ Dyah Nirmala Arum Janie, *Statistik Deskriptif dan Regresi Linier Berganda Dengan SPSS*, (Semarang: University Press, 2012), 30.

⁶⁵ Wiratna, *Belajar Mudah SPSS Untuk Penelitian*, (Yogyakarta: Ardana Media, 2007), 180.

arah dan kekuatan hubungan antara variabel bebas (X) dengan variabel terikat (Y) dan data dalam bentuk interval atau rasio. Berikut ini langkah-langkah untuk menentukan nilai korelasi (r):

$$r_{xy} = \frac{\sum xy}{\sqrt{\sum x^2 \sum y^2}}$$

Keterangan :

r_{xy} = korelasi antara variabel x dan y

x = variabel bebas (persepsi konsumen)

y = variabel terikat (keputusan pembelian)⁶⁶

Rumus dibawah ini dipergunakan jika akan bersamaan menghitung persamaan regresi :

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

Berikut ini interpretasi nilai korelasi (r) pada Product Moment (KPM)⁶⁷:

1. 0,00-0,19 : Sangat Rendah
2. 0,20-0,399 : Rendah
3. 0,40-0,599 : Sedang
4. 0,60-0,799 : Kuat
5. 0,80-1,000 : Sangat Kuat

⁶⁶ Husein Usman dan R, Purnomo Setiady Akbar, *Pengantar Statistik Edisi Kedua*, (Jakarta: Bumi Aksara, 2006), 197.

⁶⁷ Ridwan, *Metode dan Teknik Menyusun Tesis*, (Bandung: Alfabeta, 2013), 136.

b) Analisis regresi linier sederhana

Setelah melakukan serangkaian pengujian instrumen sebelumnya, data yang terkumpul dianalisis dengan menggunakan prosedur regresi sederhana. Berikut adalah persamaan regresi sederhana dalam penelitian ini:

$$Y = \alpha + \beta X + e$$

Keterangan:

Y = variabel kriterium (keputusan pembelian)

α = bilangan konstanta

X = variabel prediktor (persepsi konsumen)

e = error

Asumsi-asumsi berikut dibuat agar regresi bekerja:

1. Variabel yang akan dicari hubungannya harus berdistribusi normal.
2. Variabel X tidak acak, sedangkan variabel Y harus acak.
3. Variabel yang akan ditautkan memiliki pasangan yang sama dari subyek yang sama juga.
4. Variabel yang akan diikat harus berisi data interval atau rasio.⁶⁸

⁶⁸ Husein Usman dan R. Purnomo Setiady Akbar, *Pengantar Statistik*, (Madiun: Bumi Aksara, 2004), 215.

c) Uji t

Uji t digunakan untuk menguji secara parsial pengaruh variabel independen terhadap variabel dependen.⁶⁹ Langkah-langkah untuk mencari uji t, sebagai berikut:

1. $t_{hitung} \leq t_{tabel}$ atau $-t_{hitung} \geq t_{tabel}$ H_0 diterima
2. $t_{hitung} \geq t_{tabel}$ atau $-t_{hitung} \leq t_{tabel}$ H_0 ditolak.⁷⁰

d) Koefisien determinasi (r^2)

Koefisien determinasi (r^2) adalah suatu ukuran yang digunakan untuk menentukan kecukupan atau ketepatan hubungan antara variabel bebas dan variabel terikat dalam suatu persamaan regresi.⁷¹ Untuk menyatakan besarnya variabel X terhadap variabel Y dapat digunakan rumus berikut ini :

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

Keterangan : KP = nilai koefisien determinan

r = nilai koefisien korelasi

Pengujian berikut merupakan uji signifikansi yang berfungsi bagi peneliti yang ingin mencari hubungan antara variabel X dan variabel Y, maka

⁶⁹ Damondar Gujarati, *Dasar-Dasar Ekonometrika*, (Jakarta: Erlangga, 2006), 62.

⁷⁰ V. Wiratna Sujarweni, *Panduan Mudah Menggunakan SPSS dan Contoh Penelitian Bidang Ekonomi*, (Yogyakarta: Ardana Media, 2007), 68.

⁷¹ Ibid., 68.

hasil korelasi PM (*Product Moment*) dengan menggunakan rumus dibawah ini :⁷²

$$t_{\text{hitung}} = \frac{r\sqrt{n-2}}{\sqrt{1-r^2}}$$

Keterangan : t_{hitung} = nilai t

r = nilai koefisien korelasi

n = jumlah sampel

⁷² Purwanto dan SK Suharyanto, *Statistik Untuk Ekonomi dan Keuangan Modern*, (Jakarta: Selemba Empat, 2004), 514.