

BAB III

METODE PENELITIAN

A. Rancangan Penelitian

Penelitian kuantitatif adalah teknik untuk mendapatkan informasi dari pengumpulan data dalam bentuk angka sebagai cara untuk meneliti apa yang ingin diteliti. Penelitian ini dilakukan menggunakan metode Kuantitatif yang merupakan penelitian yang berusaha menggambarkan atau menjelaskan hasil yang telah diperoleh dari suatu penelitian secara menyeluruh dan terperinci. Penelitian ini menekankan pada penyajian data sesuai fakta yang ada, sehingga hasilnya dapat memberikan gambaran yang akurat tentang variabel yang diteliti.⁴³

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui apakah terdapat pengaruh antara produk dan promosi dengan keputusan pembelian bibit alpukat pada CV. Ragil Karya. Oleh karena itu, penelitian ini mengukur signifikansi pengaruh variabel prediktor atau variabel bebas terhadap satu atau lebih variabel terikat agar dapat menunjukkan hubungan antara variabel (produk dan (promosi) dengan variabel (keputusan pembelian) pada CV. Ragil Karya.

B. Lokasi Penelitian

Penelitian ini akan sudah dilaksanakan di desa Dadapan, Kecamatan Ngronggot, Kabupaten Nganjuk, Jawa Timur 64395.

⁴³Alfatih, A. (2021). Buku panduan praktis penelitian deskriptif kuantitatif.

C. Populasi dan Sampel

1. Populasi

Populasi dapat didefinisikan sebagai seluruh anggota maupun subjek pada penelitian. Penelitian saat ini dilakukan pada populasi terbatas dan menggunakan sebagian kecil individu. Objek populasi dengan analisis data, yang mengarah pada temuan populasi. Dalam penelitian, populasi yang digunakan yakni seluruh konsumen yang pernah membeli bibit alpukat cipedak di CV. Ragil Karya, yang berjumlah tak terhingga.

2. Sampel

Persentase karakteristik dan ukuran populasi tergambar dalam sampel. Sampel dari populasi dapat digunakan jika populasi sangat besar dan peneliti tidak dapat memeriksa setiap orang karena kurangnya dana, waktu, atau tenaga.

Sampel merupakan bagian dari jumlah dan karakteristik yang termasuk dalam populasi yang dipilih menggunakan prosedur tertentu untuk mewakili keseluruhan populasi. Menurut Arikunto, sampel merupakan bagian kecil dari populasi yang mewakili keseluruhan populasi dalam suatu penelitian.⁴⁴ Penelitian ini menerapkan teknik *probability sampling*, yaitu metode pengambilan sampel yang memberi peluang pada setiap anggota untuk terpilih sebagai sampel, dan pengambilan sampel dipilih secara *simple random sampling* dimana sampel dipilih secara acak tanpa melihat karakteristik tertentu. Untuk perhitungan jumlah sampel

⁴⁴Sandu Siyoto, *Dasar Metodologi Penelitian*, Edisi 1. (Yogyakarta: Literasi Media Publishing, 2015), 63

memakai rumus Isaac dan Michael, dengan populasi tak terhingga. Dengan tingkat kesalahan sebesar 5%, sehingga memperoleh sampel yang berjumlah 349 responden.⁴⁵

A. Variabel Penelitian

a. Variabel *Independent*

Variabel *independent* sering disebut variabel prediktor, anteseden, atau stimulus. Dalam bahasa Indonesia, variabel independen disebut sebagai variabel bebas. Variabel bebas merupakan variabel yang mempengaruhi atau yang menjadi sebab perubahannya atau timbulnya variabel dependen atau terikat. Dalam penelitian ini terdapat 2 variabel bebas yaitu :

X1 = Variabel produk

X2 = Variabel promosi

b. Variabel *Dependent*

Variabel *dependent* sering dikenal sebagai variabel output, kriteria, konsekuen. Dalam bahasa Indonesia biasa disebut sebagai variabel terikat. Variabel terikat merupakan variabel yang dipengaruhi atau yang menjadi akibat, karena adanya variabel bebas. Dalam penelitian ini variabel terikat adalah:

Y = Variabel keputusan pembelian

⁴⁵Setyo Tri Wahyudi, *Statistika ekonomi: Konsep, teori, dan penerapan* (Universitas Brawijaya Press, 2017).

e. Definisi Operasional Variabel

Sebelum melakukan analisis, sumber, dan alat ukur yang digunakan, perlu dipahami terlebih dahulu definisi dari variabel-variabel penelitian yang tertuang dalam definisi operasional. Di antara faktor-faktor yang ada pada penelitian ini yaitu:

1. Variabel Bebas (Independent)

Varibel bebas yaitu variabel yang memiliki kemampuan untuk mempengaruhi atau menjadi penyebab perubahan dalam variabel terikat dikenal sebagai variabel bebas atau independen. Variabel bebas pada penelitian ini terdapat 2 variabel yaitu produk dan promosi

a. Produk (X_1)

Penelitian ini menggunakan variable bebas produk (X_1). Menurut Kotler berpendapat bahwa produk adalah segala sesuatu yang bisa dipasarkan ke pasar untuk dibeli, diperhatikan, dikonsumsi ataupun dipergunakan.⁴⁶

Tabel 3.1
Indikator Variabel Produk

Variabel	Indikator
Produk (X_1)	1. Keanekagaman
	2. Kualitas
	3. Keunggulan
	4. Merk

Sumber : Kotler dan Keller 2009

Dalam penelitian ini menggunakan beberapa indikator produk dari CV.Ragil Karya meliputi: **Kualitas** bibit alpukat pada CV.Ragil Karya

⁴⁶Fandi Tjiptono, Strategi Pemasaran Edisi 4, (Yogyakarta: Andi, 2015), 100

diunggalkan dikarenakan menggunakan induk benih dari pohon sendiri sehingga dapat terlihat masa depan dari bibit tersebut. **Keanekaragaman** konsumen dapat memilih keanekaragaman jenis jenis bibit pada CV.Ragil Karya.

Keunggulan pada bibit alpukat pada CV.Ragil Karya memiliki sertifikat produsen dan sertifikat pengedar benih. **Merk** merupakan suatu nama, desain, tanda istilah, atau kombinasi dari semuanya dengan tujuan untuk mengidentifikasi sebuah produk atau jasa dari penjual untuk membedakan produk/ jasa dari kompetitor lainnya.

b. Promosi

Penelitian ini menggunakan variabel bebas promosi (X2) sebagai variabel tidak terikat. Menurut Kotler & Keller, promosi merupakan aktivitas mengkomunikasikan keunggulan produk dan membujuk pelanggan sasaran untuk membelinya. Berikut indikator variabel promosi yang akan digunakan dalam penelitian ini :

Tabel 3.2
Indikator Variabel Promosi

Variabel	Indikator
Promosi (X2)	1. Periklanan
	2. Promosi Penjualan
	3. Penjualan Pribadi
	4. Hubungan Masyarakat

Sumber : Kotler dan Keller (2009)

Periklanan merupakan salah satu bentuk dari komunikasi impersonal yang digunakan oleh CV.Ragil Karya untuk memperkenalkan produknya melalui mulut ke mulut dan media social (Google, Facebook, Whatssapp). **Promosi penjualan** melalui papan nama CV.Ragil Karya dan social media. **Penjualan pribadi**

melayani pembeli sendiri. **Hubungan Masyarakat** yaitu seperti halnya bekerja sama dengan pihak ketiga atau disebut makelar. **Perilaku Pasca Pembelian** seperti menawarkan kepada pelanggan tetap.

2. Variabel Terikat (Dependent)

Variabel terikat maupun dependen sebagai variabel yang memberi pengaruh ataupun sebab akibatnya dikarenakan keberadaan variabel bebas.⁴⁷ Variabel terikat yang dipergunakan (Y) yakni keputusan pembelian pembelian.

Tabel 3.3
Indikator Variabel Keputusan Pembelian

Variabel	Indikator
Keputusan Pembelian (Y)	Pengenalan masalah atau kebutuhan
	Pencarian informasi
	Evaluasi alternatif
	Keputusan pembelian
	Perilaku Pasca Pembelian

Sumber: Kotler dan Armstrong.⁴⁸

Pembeli harus terlebih dahulu mengidentifikasi kebutuhan atau masalah sebelum proses pembelian dapat dimulai. Pelanggan menjadi sadar akan kebutuhan atau masalah yang disebabkan oleh faktor internal dan eksternal.

Konsumen akan aktif mencari lebih banyak informasi terkait kebutuhan tersebut jika ia memiliki keinginan yang kuat terhadap suatu produk yang dapat memuaskannya.

⁴⁷Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, Dan R&D*.

⁴⁸Kotler dan Armstrong, *Prinsip-prinsip pemasaran*.

Konsumen akan mengevaluasi produk yang diinginkan dalam sekelompok pilihan ataupun alternatif yang tersedia dengan menggunakan informasi yang diperoleh. Bagaimana konsumen mengevaluasi pilihan pembelian tergantung pada kepribadian dan situasi ataupun kondisi tertentu.

Pada umumnya, keputusan membeli adalah membeli jenis yang paling disukai, tetapi dua aspek yang dapat muncul dalam melakukan keputusan untuk membeli. Pertama yaitu sikap orang lain, yaitu pendapat dari orang lain mengenai harga dan jenis pada produk yang akan dipilih. Kedua yaitu faktor situasi yang tidak diharapkan, harga yang diharapkan dan manfaat produk yang diharapkan.

D. Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data merupakan suatu metode yang dipilih peneliti untuk memperoleh informasi atau data yang dibutuhkan. Menurut Sugiyono, teknik pengumpulan data yaitu langkah penting dalam penelitian, untuk memperoleh data yang valid, akurat, dan diyakini kebenarannya.⁴⁹ Dalam penelitian ini, dengan cara memberikan kuesioner secara langsung kepada responden yang sudah di siapkan sebagai sampel penelitian menggunakan media cetak sehingga responden dapat menjawab kuesioner tersebut dengan hasil berupa tulisan atau penilaian.

⁴⁹Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, Dan R&D*.

E. Instrumen Penelitian

Alat untuk pengumpulan data dikenal sebagai instrumen penelitian. Instrumen yang digunakan dalam penelitian, ini adalah kuesioner tertulis yang dikenal sebagai pedoman kuesioner digunakan untuk mengumpulkan informasi dari pembeli pada CV. Ragil Karya mengenai pengaruh produk dan promosi terhadap keputusan pembelian yang mereka lakukan.

F. Analisis Data

Analisis data adalah suatu prosedur atau tindakan yang mengubah data menjadi pengetahuan baru, meningkatkan daya penafsiran dan kegunaan karakteristik data untuk pemecahan masalah, khususnya dalam penelitian. Analisis data adalah kegiatan mengklasifikasikan dan mengorganisasikan data ke dalam suatu pola, kategori, dan satuan uraian dasar.⁵⁰ Setelah mendapatkan semua data yang terkait, analisis data dapat dilakukan untuk menghasilkan kesimpulan yang logis dan tidak memihak berdasarkan informasi yang telah terkumpul. Penelitian ini menggunakan pengolahan data dari aplikasi SPSS 23 (*Statistical Package For Service Solution*) untuk menghasilkan analisis terhadap data yang telah dikumpulkan.

Tahapan-tahapan yang perlu dilakukan untuk mengolah data yang sudah berhasil dikumpulkan diantaranya yaitu :

⁵⁰Ismail Nurdin dan Sri Hartati, *Metodologi penelitian sosial* (Media Sahabat Cendekia, 2019).

a. Pemeriksaan data (*Editing Data*)

Adanya potensi perolehan data yang tidak akurat ataupun tidak rasional, maka sangat penting untuk mengubah dan memvalidasi data yang telah diperoleh sebelumnya. Setiap perbedaan antara jawaban yang diperoleh dari responden dan situasi nyata yang mungkin timbul akibat kesalahan yang dibuat saat mengumpulkan informasi di lapangan lalu diperiksa. Informasi yang telah diisi diverifikasi untuk memastikan bahwa informasi tersebut akurat, komprehensif, dan benar.⁵¹

b. *Categorizing dan Coding* (Pembuatan kode)

Proses mengubah data yang belum diolah dari survei ke dalam format yang dapat dibaca disebut pengkodean.⁵² Semua data di bagian ini memiliki kode untuk kategori yang sama. Data yang termasuk dalam kategori yang sama diberi kode, tanda, atau simbol dengan cara pengkodean.⁵³ Digunakan dengan cara sebagai berikut:

- 1) Variabel bebas (*independent*), yakni produk *X1*, promosi *X2*
- 2) Variabel terikat (*dependent*), yakni keputusan pembelian *Y*.
- 3) Pemberian Skor (*Scoring*)

Proses pemberian nilai, yang dinyatakan dalam bentuk angka, pada setiap jawaban kuesioner yang disebarkan dikenal sebagai tahap skoring. Skala Likert yang digunakan untuk penilaian dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

⁵¹Marzuki, Metodologi Riset (Yogyakarta: Bagian Penerbit Fakultas Ekonomi UII, 1981), 81

⁵² Priyono, Metode Penelitian Kuantitatif (Sidoarjo: Zifatama Publishing, 2008), 124.

⁵³ Ibid., 81.

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

a) Penyusunan tabel (*Tabulating Data*)

Menyusun tabel dengan menggunakan data yang sudah diberi indeks ataupun kode sesuai dengan analisis yang diperlukan. Untuk memastikan jumlah suatu kejadian, atau item yang membentuk suatu peristiwa, jawaban yang serupa disusun dan dihitung dengan cermat. Seperti, menambahkan informasi ke dalam tabel, mengurutkannya, dan menghitung angkanya.⁵⁴

b) *Processing*

Processing ialah perhitungan, pengelolaan ataupun melakukan analisa data dengan statistika.⁵⁵ Pada tahap penelitian ini dipakai aplikasi SPSS versi 25 untuk analisis statistik berikut:

1. Uji Instrumen

a) Uji Validitas

Uji validitas dapat didefinisikan sebagai suatu metode untuk menentukan seberapa baik suatu alat ukur dapat mengukur atau menggambarkan suatu variabel. Untuk memastikan data yang dikumpulkan dari penelitian merupakan data yang valid, uji

⁵⁴M. Burhan Bungin, *Metodologi Penelitian Kuantitatif* (Jakarta: Prenada Media, 2005), 168. 59

⁵⁵ Martono, *Metode penelitian kuantitatif*.

validitas dilakukan dengan bantu aplikasi SPSS versi 22. Suatu instrumen dikatakan valid jika $r_{tabel} < r_{hitung}$

Rumus :

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

$rx y$ = koefisien korelasi antara variabel x dan y

$\sum xy$ = total dari hasil perkalian antara variabel x dan y

$\sum x^2$ = nilai dari x yang dikuadratkan

$\sum y^2$ = nilai dari y yang dikuadratkan

$(\sum x)^2$ = total nilai x yang dikuadratkan

$(\sum y)^2$ = total nilai y yang dikuadratkan

b) Uji Realiabilitas

Kekonsistensian dan kestabilan pada jawaban yang diberikan oleh responden terhadap pertanyaan-pertanyaan yang menggabungkan dimensi-dimensi dari suatu variabel dan diberikan dalam bentuk kuesioner diukur dengan konsep reliabilitas.⁵⁶ Cronbach's alpha menunjukkan uji reliabilitas dan merupakan angka antara 0 hingga 1. Alat ini melakukan pengukuran dengan menggunakan program SPSS 23. Ukuran suatu Instrumen dalam penelitian dapat dikatakan reliabel apabila memiliki nilai Cronbach Alpha lebih dari 0,7.⁵⁷

⁵⁶Budi Darma, *Statistika Penelitian Menggunakan SPSS (Uji Validitas, Uji Reliabilitas, Regresi Linier Sederhana, Regresi Linier Berganda, Uji t, Uji F, R2)* (GUEPEDIA, t.t.).

⁵⁷Agus Eko Sujianto, *Aplikasi Statistik dengan SPSS 16,0* (Jakarta: Prestasi Pustaka Karya, 2009).

2. Uji asumsi klasik

a) Uji Normalitas

Uji normalitas merupakan uji yang digunakan untuk melakukan analisis distribusi data yang diperoleh apakah data tersebut distribusi normal ataupun tidak. Data dengan distribusi normal merupakan salah satu syarat yang harus dipenuhi saat hendak melakukan penghitungan analisis statistika. Cara untuk mendeteksinya adalah dengan melihat penyebaran data pada sumber diagonal pada grafik Normal P-P Plot of regression standardized sebagai dasar pengambilan keputusannya. Jika menyebar sekitar garis dan mengikuti garis diagonal maka model regresi tersebut telah normal dan layak dipakai untuk memprediksi variabel bebas dan sebaliknya. Cara lain uji normalitas adalah dengan metode uji One Sample Kolmogorov Smirnov. Kriteria pengujiannya adalah Jika nilai $\text{sig} > 0,05$, akibatnya data berdistribusi normal, namun jika $< 0,05$, akibatnya data tidak berdistribusi normal.⁵⁸

b) Uji Multikolinieritas

Multikolinearitas merupakan keadaan dimana terjadi hubungan linear yang sempurna atau mendekati antar variabel independen dalam model regresi. Model regresi yang baik adalah yang terbebas dari multikolinearitas. Suatu model

⁵⁸Dorothy Rouly H.Pandjaitan Aripin Ahmad, *Metode penelitian untuk bisnis* (Bandar Lampung, 2017).

regresi dikatakan mengalami multikolinearitas jika ada fungsi linear yang sempurna pada beberapa atau semua independen variabel dalam fungsi linear. Gejala adanya multikoliniearitas antara lain dengan melihat nilai Variance Inflation Factor (VIF) dan Tolerance nya. Jika nilai $VIF < 10$ dan $Tolerance > 0,1$ maka dinyatakan tidak terjadi multikolinearitas.⁵⁹

c) Uji Heteroskedastisitas

Uji heteroskedastisitas adalah uji yang dilakukan untuk memastikan apakah residual dari satu pengamatan dalam model regresi berbeda secara tidak merata dengan residual data lainnya. Model regresi yang tidak terjadi heteroskedastisitas atau homoskedastisitas menunjukkan model regresi yang kuat.⁶⁰ Grafik scatter plot dapat digunakan untuk menentukan ada tidak nya heteroskedastisitas pada penelitian ini.

3. Analisis Korelasi

Analisis korelasi merupakan salah satu uji dalam statistik inferensial yang digunakan untuk menguji apakah antara dua variabel atau lebih memiliki suatu hubungan atau tidak.⁶¹ Berikut ini merupakan tahapan yang dapat dilakukan dalam memutuskan nilai korelasi (r), yaitu:

⁵⁹Mardiatmoko, G. (2020). Pentingnya uji asumsi klasik pada analisis regresi linier berganda (studi kasus penyusunan persamaan allometrik kenari muda [*canarium indicum* l.]). *BAREKENG: Jurnal Ilmu Matematika Dan Terapan*, 14(3), 333-342.

⁶⁰Imam Ghazali, "Aplikasi Analisis Multivariete Dengan Program IBM SPSS 23," 2016.

⁶¹Sutopo, E. Y., & Slamet, A. (2017). *Statistik Inferensial*. Penerbit Andi.

- a) Membuat table penolong.
- b) Menghitung nilai r

Rumus :

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

r = korelasi *person product moment*

n = Jumlah sampel

x = variabel bebas (produk dan promosi)

y = variabel terikat (keputusan pembelian)

Analisis korelasi pearson menggunakan metode *Pearson Product Moment* yang bertujuan untuk menguji kekuatan hubungan variabel produk (X_1) dan promosi (X_2) terhadap keputusan pembelian (Y).⁶²

Berikut kriteria interpretasi koefisien nilai r yang digunakan untuk menilai tinggi rendahnya korelasi antar variabel:

1. Nilai r 0,80 – 0,999 (sangat kuat)
 2. Nilai r 0,60 – 0,799 (kuat)
 3. Nilai r 0,40 – 0,599 (cukup)
 4. Nilai r 0,20 – 0,399 (rendah)
 5. Nilai r 0,00 – 0,199 (sangat rendah)
4. Analisis Regresi Linear Berganda

Dikatakan regresi linier berganda jika jumlah variabel bebas lebih dari satu, sedangkan variabel bebas hanya ada satu maka disebut regresi linier sederhana. Uji ini mengestimasi nilai dari

⁶²Sudaryana, B., & Agusiady, H. R. (2022). Metodologi Penelitian Kuantitatif. Deepublish.

variabel terikat (Y) dari nilai beberapa variabel bebas (X1, X2, X...).

Cara menghitungnya dengan persamaan berikut:

$$Y = a + b_1X_1 + b_2X_2 + e$$

Keterangan :

Y = Variabel terikat (Keputusan memilih)

a = Konstanta

b = Koefisien regresi

X1 = Variabel bebas (Produk)

X2 = Variabel bebas (Promosi).

e = Residual.⁶³

5. Uji Hipotesis

Uji hipotesis adalah metode statistik yang digunakan untuk menguji kebenaran hipotesis ataupun dugaan sementara dengan menganalisis data sampel. Tujuannya adalah untuk menentukan apakah hipotesis tersebut diterima atau ditolak.⁶⁴ Adapun hipotesis dalam studi ini ialah:

a) Uji signifikansi persamaan regresi (Uji F)

Uji signifikansi persamaan regresi berfungsi untuk menguji apakah pengaruh kedua variabel bebas, yakni produk dan promosi secara bersamaan atau serentak terhadap variabel tak bebas, yaitu keputusan memilih wisata signifikan atau tidak. Uji statistik yang digunakan adalah uji statistik F. Uji F merupakan

⁶³Hironymus Ghodang, Hantono, Metodologi Penelitian Kuantitatif (Konsep Dasar Dan Aplikasi Analisis Regresi Dan Jalur Dengan SPSS), 2 Ed. (Medan: PT Penerbit Mitra Grup, 2020), Hal 90.

⁶⁴Pendidikan Pendekatan Kuantitatif, "Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif Dan R&D," *Alfabeta*, Bandung, 2016.

salah satu uji yang digunakan untuk mengetahui pengaruh variabel bebas secara bersama-sama terhadap keputusan pembelian.⁶⁵ Maka dapat ditentukan apakah (H_0) diterima atau ditolak dengan kriteria sebagai berikut:

1. Jika nilai signifikansi uji $F < 0,05$ maka H_0 di tolak dan H_a diterima maka dapat diartikan semua variabel *independent* berpengaruh secara signifikan terhadap variabel *dependent*.
2. apabila F hitung $> 0,05$ maka H_0 diterima dan H_a ditolak, maka dapat diartikan semua variabel *independent* tidak berpengaruh secara signifikan terhadap variabel *dependent*.

b) Uji Signifikansi Koefisien Regresi secara Parsial (Uji t)

Uji signifikansi terhadap masing-masing koefisien regresi diperlukan untuk mengetahui signifikan tidaknya pengaruh dari masing-masing variabel bebas (X) terhadap variabel terikat (Y).⁶⁶ Berkaitan dengan hal ini, uji signifikansi secara parsial digunakan untuk menguji hipotesis penelitian. Nilai yang digunakan untuk melakukan pengujian adalah nilai t hitung yang di peroleh dalam uji statistik adalah uji t. Uji ini menentukan apakah ada hubungan terdapat hubungan signifikan antara variabel independent dengan dependent. Hipotesis dalam penelitian ini adalah:

⁶⁵Siburian, A. N., & Anggrainie, N. (2022). Pengaruh Hedonic Shopping Motivation, Brand Image, Brand Ambassador, Diskon, Harga Dan Sales Promotion Terhadap Pembelian Implusif Pada E-Commerce Tiktok Shop Dimasa Pandemi Covid-19. Jurnal Mirai Management, 7(3), 176-191.

⁶⁶Darma, B. (2021). Statistika Penelitian Menggunakan SPSS (Uji Validitas, Uji Reliabilitas, Regresi Linier Sederhana, Regresi Linier Berganda, Uji T, Uji F, R2). Guepedia

1. Jika nilai uji $t < 0,05$ maka H_0 ditolak, artinya variabel *independent* berpengaruh signifikan terhadap variabel *dependent*.
2. jika nilai uji $t > 0,05$ maka H_0 diterima, artinya variabel *independent* tidak berpengaruh terhadap variabel *dependent*.⁶⁷

c) Koefisien determinasi

Kemampuan suatu model dalam menjelaskan variabel terikat diukur dari koefisien determinasinya (R^2). Sejauh mana variabel bebas (X) dapat menjelaskan variabel terikat (Y) dipastikan dalam penelitian ini dengan perhitungan korelasi determinasi. Standar penilaian yang diterapkan pada koefisien determinasi: (R^2) sama dengan 0, menunjukkan bahwa variabel independen tidak berpengaruh terhadap variabel dependen. Variabel independen berpengaruh signifikan terhadap variabel dependen jika nilai (R^2) berkisar 1 atau hampir 100%.

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

Keterangan :

R = nilai koefisien determinasi.

r^2 = nilai koefisien relasi.

⁶⁷Darma, *Statistika Penelitian Menggunakan Spss (Uji Validitas, Uji Reliabilitas, Regresi Linier Sederhana, Regresi Linier Berganda, Uji t, Uji F, R2)*.