

## **BAB III**

### **METODE PENELITIAN**

Metode penelitian merupakan sebuah pendekatan objektif yang digunakan untuk mendapatkan informasi, tujuan, dan juga hasil yang bagus. Adapun Penerapan teori yang tepat untuk memecahkan masalah itu sangat penting. Selain itu, untuk membantu menyelesaikan masalah saat ini dalam penelitian harus menggunakan metode yang sesuai.

#### **A. Pendekatan dan Jenis Penelitian**

Berdasarkan tujuan dalam penelitian ini, metode yang digunakan adalah metode kuantitatif, merupakan sebuah pendekatan yang berfokus pada pengumpulan data yang diperoleh dari fakta-fakta permasalahan yang memiliki unsur pembuktian, serta didasarkan pada teori yang relevan.<sup>50</sup>

Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui bagaimana Promosi dan harga itu berpengaruh pada keputusan pembelian. Oleh karena itu, penelitian ini digunakan untuk mengetahui pengaruh antara variabel  $X_1$  (Promosi dan Variabel  $X_2$  Harga) dan variabel Y (Keputusan Pembelian) yang dimiliki santri Pondok Pesantren Qur'an-an Arobiyya saat berbelanja pada *marketplace* Shopee. Penelitian dalam skripsi ini menggunakan satu waktu atau menggunakan metode *forecasting* (peramalan) dengan cara menyebarkan angket kepada responden yang bertujuan untuk mengetahui pengaruh promosi dan harga terhadap Keputusan pembelian pada *marketplace* Shopee pada santri Pondok Pesantren Qur'an-an Arobiyya.<sup>51</sup>

---

<sup>50</sup> Agung widi Kurniawan, Metode Penelitian Kuantitatif , pertama. (Yogyakarta: Pandiya Buku, 2016).

<sup>51</sup> Mahfudhotin, "Forecasting Plafond Dengan Time Series Pada Kredit," *Jurnal Fraction*, Vol. 3

## B. Lokasi Penelitian

Lokasi yang dilakukan dalam penelitian ini yaitu pada Pondok Pesantren Qur'an Arobiyya Rejomulyo Kediri. Yang berlokasi di Jl. Masjid Ar Ridho Rt. 03. Rw. 04 Ngasinan, Rejomulyo, Kota Kediri. Dengan ini alasan peneliti memilih lokasi ini dikarenakan peneliti ingin mengetahui lebih dalam dan juga menyelesaikan masalah terkait keputusan pembelian konsumen yang terjadi di Pondok Pesantren Qur'an Arobiyya dari segi berbelanja pada *marketplace* Shopee.

## C. Populasi dan Sampel

### 1. Populasi

Populasi merupakan sebuah elemen yang mempunyai karakteristik tertentu dan berfungsi sebagai objek penelitian. Menurut Gasperz, populasi merupakan keseluruhan unsur yang akan diteliti atau yang dijadikan fokus dalam penelitian, dari mana kesimpulan dapat ditarik mengenai objek tertentu.<sup>52</sup> Dalam penelitian ini Populasinya ialah pada santri aktif Pondok Pesantren Qur'an Arobiyya, Rejomulyo, Kota Kediri yang menggunakan *Marketplace* Shopee. Adapun dalam penelitian ini populasinya berjumlah 100 santri aktif pondok pesantren Qur'an Arobiyya yang menggunakan *marketplace* Shopee.

### 2. Sampel

Sampel ialah bagian dari populasi yang bisa dijadikan sebagai objek yang dilakukan dalam penelitian. Dan juga mencakup sejumlah karakteristik yang terdapat dalam populasi, yang pada dasarnya dapat memberikan

---

No 1, Juni 2023 3, no. 1 (2023).

<sup>52</sup> Dameria Siaga, *statistik dasar*, kedua. (Jakarta Timur: Uki Press, 2016).

sebuah informasi dan juga data yang diperlukan di dalam sebuah penelitian.<sup>53</sup>

Penelitian ini menggunakan metode nonprobability sampling dengan teknik yang diambil yaitu *sampling* jenuh (*sensus*). Menurut Sugiyono Teknik *sampling* jenuh adalah teknik penentuan sampel bila semua anggota populasi digunakan sebagai sampel.

Teknik pengambilan sampel pada penelitian ini adalah dengan *sampling* jenuh yang merupakan teknik *sampling* bila semua populasi digunakan sebagai sampel. Dalam penelitian ini adalah seluruh santri pondok pesantren Qur'an arobiyya yang menggunakan *marketplace* shopee berjumlah 100 santri.<sup>54</sup> Adapun populasi dalam penelitian ini adalah santri pondok pesantren Qur'an Arobiyya yang menggunakan *Marketplace* Shopee yaitu berjumlah 100 santri aktif pondok pesantren Qur'an Arobiyya.

Adapun beberapa kriteria yang bisa digunakan untuk mengambil sampel ialah sebagai berikut:

- a. Santri tetap pondok pesantren Qur'an Arobiyya
- b. Menggunakan *Marketplace* Shopee dalam berbelanja

#### **D. Definisi Operasional Variabel**

Definisi operasional variabel penelitian yang dipakai dalam penelitian ini disebut sebagai variabel operasional variabel yang merupakan deskripsi mengenai variabel penelitian atau indikator yang digunakan dalam

---

<sup>53</sup> Sugiyono, *Metodologi Penelitian Kuantitatif*, ed. Cv Alfabeta, Pertama. (Bandung, 2014, 84).

<sup>54</sup> R O Santina, F Hayati, and R Oktariana, "Analisis Peran Orangtua Dalam Mengatasi Perilaku Sibling Rivalry Anak Usia Dini," *Jurnal Ilmiah Mahasiswa ...* 2, no. 1 (2021): 1–13, file:///Users/ajc/Downloads/319-File Utama Naskah-423-1-10-20210810.pdf.

mengumpulkan sebuah data. Adapun variabel dalam penelitian ini ialah sebagai berikut:<sup>55</sup>

### 1. Variabel Bebas ( Variabel Independent)

Variabel independen dalam penelitian ini merupakan variabel yang bisa mempengaruhi variabel terikat. Adapun penelitian ini menggunakan variabel independen yang berupa Promosi ( $X^1$ ) dan juga Harga ( $X^2$ )<sup>56</sup>

**Tabel 3.1 Definisi Operasional Promosi**

Variabel Penelitian	Definisi Operasional	Indikator Variabel
Promosi ( $X_1$ )	Promosi adalah bentuk komunikasi yang bertujuan untuk menyebar luaskan informasi, memengaruhi, serta meningkatkan target pasar tentang perusahaan dan produknya, agar mereka mau menerima, membeli, dan tetap setia terhadap produk yang ditawarkan oleh perusahaan tersebut. Pada variabel ini Promosi adalah Promosi pada <i>marketplace</i> Shopee.	a. Jangkauan Promosi b. Kualitas Promosi c. Kuantitas Promosi d. Daya tarik promosi

Sumber: Indikator Promosi ( Kotler dan Keller)

**Tabel 3.2 Definisi Operasional Harga**

Variabel Penelitian	Definisi Operasional	Indikator Variabel
Harga ( $X_2$ )	Menurut Kotler dan Keller harga adalah jumlah uang yang harus dibayar pelanggan untuk produk itu dan juga berupa sejumlah uang yang dibebankan atas suatu produk atau jasa atau jumlah dari nilai yang ditukar konsumen atas manfaat-manfaat karena memiliki atau menggunakan produk atau jasa tersebut. Adapun pada variabel ini harga adalah <i>harga</i> pada <i>marketplace</i> shopee.	a. Keterjangkauan Harga b. Kesesuaian harga dengan manfaat c. Kesesuaian harga dengan kualitas produk d. Daya saing harga

Sumber: Indikator Harga ( Kotler dan Keller)

<sup>55</sup> dodit aditya Setiawan, *No Title*, ed. Tahta Media, pertama. (2021: tata media, 2021, 51).

<sup>56</sup> Chandra Christalisana, "Pengaruh Pengalaman Dan Karakter Sumber Daya Manusia Konsultan Manajemen Konstruksi Terhadap Kualitas Pekerjaan Pada Proyek Di Kabupaten Pandeglang," *Jurnal Fondasi* 7, no. 1 (2019): 87–98.

## 2. Variabel Terikat ( Variabel Dependen)

Variabel dependen merupakan variabel terikat yang dipengaruhi oleh variabel bebas atau variabel independen. Adapun pada penelitian ini variabel dependen adalah keputusan pembelian (Y).<sup>57</sup>

Keputusan pembelian merupakan keputusan dalam membeli suatu produk melalui proses yang dikenal sebagai keputusan pembelian. Selama proses ini, mereka mengidentifikasi masalah yang mereka hadapi, mencari informasi tentang produk tersebut, dan menilai pilihan lain untuk menemukan solusi terbaik. Pada akhirnya, proses ini mengarah pada keputusan mereka untuk membeli produk tersebut.<sup>58</sup>

**Tabel 3.3 Definisi Operasional Keputusan Pembelian**

Variabel Penelitian	Definisi Operasional	Indikator Variabel
Keputusan Pembelian(Y)	Keputusan pembelian merupakan keputusan untuk membeli barang yang paling disukai., tetapi terdapat dua faktor yang muncul antara niat membeli dan juga keputusan untuk membeli. Pada variabel ini keputusan pembelian adalah santri pondok pesantren Qur'an Arrobiyya pada <i>Marketplace</i> Shopee	a. Membeli setelah mengetahui informasi produk b. Membeli karena merk yang disukai c. Membeli karena sesuai dengan keinginan dan kebutuhan d. Kebiasaan dalam membeli produk e. Memberi rekomendasi kepada orang lain

Sumber: Indikator Keputusan Pembelian (Kotler dan Amstrong)

## E. Teknik Pengumpulan Data

Sumber data adalah elemen penting dalam penelitian suatu objek, karena berperan dalam mengumpulkan sebuah informasi yang sesuai dengan objek yang digunakan dalam penelitian. Jika data diperoleh melalui wawancara

<sup>57</sup> Vivid Dekanawati et al., "Analisis Pengaruh Kualitas Pelayanan Diklat Kepabeanan Terhadap Kepuasan Peserta Pelatihan," *Jurnal Sains Dan Teknologi Maritim* 23, no. 2 (2023): 159.

<sup>58</sup> Geo Vanny Maruli Tua, Andri, and Ira Meike Andariyani, "Pengaruh Kualitas Produk Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Mesin Pompa Air Submersible Dab Decker Di Cv. Citra Nauli Electricssindo Pekanbaru," *Jurnal Ilmiah Multidisiplin* 1, no. 04 (2022): 140–154.

atau kuesioner, maka pihak yang memberikan informasi tersebut disebut responden. Adapun dalam penelitian ini peneliti menggunakan dua metode yang digunakan untuk mengumpulkan data ialah:<sup>59</sup>

- a. Data Primer: merupakan sebuah informasi yang dikumpulkan secara langsung dari subjek penelitian. Adapun pengumpulan data ini yaitu melalui kuisisioner dan juga wawancara dengan santri pondok pesantren Qur'anan Arobiyya
- b. Data Sekunder: merupakan informasi yang berasal dari orang lain dan pengolahnya. Adapun peneliti juga menggunakan jurnal dan juga skripsi tentang penelitian terdahulu.

#### **F. Instrumen Penelitian**

Intrumen penelitian merupakan metode yang dipakai dalam pengumpulan data. Instrumen penelitian merupakan sebuah sarana untuk mengumpulkan, menganalisis dan juga menyajikan data secara objektif dan juga struktur yang dipakai untuk menyelesaikan masalah atau menilai sebuah hipotesis.<sup>60</sup> Penelitian ini menggunakan instrumen yaitu berupa angket, kemudian angket tersebut akan digunakan untuk mengetahui pengaruh dari Promosi dan Harga terhadap keputusan pembelian santri Pondok Pesantren Qur'anan Arobiyya saat berbelanja pada *marketplace* Shopee.

#### **G. Teknik Analisis Data**

Setelah data dikumpulkan, tahap berikutnya adalah dengan analisis data, di mana data yang dikumpulkan melalui observasi dan wawancara disusun secara sistematis. Proses ini melibatkan menyusun data dan

---

<sup>59</sup> Enny Radjah, *Metodologi Penelitian Bisnis*, Ed. Universitas Muhammadiyah Makassar (2017, 2017).

<sup>60</sup> Hamni Fadlillah, *Analisis Instrumen Penelitian Dan Urgensinya*, ed. Padangsimpuan, 201, 62.

memecahkannya menjadi komponen yang lebih mudah dipahami. Proses penyempurnaan data dalam bentuk yang lebih sederhana menggunakan metode kuantitatif dengan tujuan mendapatkan hasil yang lebih akurat dari jawaban responden yaitu merupakan analisis data. Analisis data juga bisa dilakukan dengan menggunakan metode statistik untuk mengolah data dalam bentuk angka, dan tujuan analisis data adalah untuk mengolah data yang diberikan oleh responden agar bisa digunakan untuk menarik kesimpulan. Ada berbagai metode untuk menganalisis data kuantitatif adalah sebagai berikut:<sup>61</sup>

### **1. Analisis Deskriptif**

Teknik analisis data kuantitatif deskriptif dipakai dalam menganalisis data pada masa lalu yang bertujuan untuk menarik kesimpulan. Jika mengolah data yang memiliki jumlah besar, maka bisa menggunakan teknik analisis deskriptif, seperti pada data sensus penduduk. Penelitian kuantitatif deskriptif bertujuan untuk menggambarkan fenomena yang ada secara nyata dan menyimpulkan hasil observasi menggunakan sebuah metode<sup>62</sup>

### **2. Analisis Inferensial**

Teknik analisis data inferensial yaitu bisa menggunakan rumus berupa statistik, yang nantinya hasil dalam perhitungannya akan digunakan untuk membuat kesimpulan yang dapat digeneralisasi dan juga diterapkan pada situasi yang lebih luas atau pada populasi secara keseluruhan.

---

<sup>61</sup> Jogiyanto Hartono, *Metode Pengumpulan Data Dan Analisis Data*, ed. Andi (Yogyakarta, 2018).

<sup>62</sup> Siska Wulandari, *Metode Penelitian Kuantitatif*, Ed. Cv Pradina Pustaka (Sukoharjo, 2022, 129).

Teknik pengolahan data terdiri dari beberapa tahapan atau langkah. Adapun langkah-langkah yang bisa digunakan untuk mengolah data adalah:<sup>63</sup>

a. Proses Penyuntingan (*editing*)

Analisis data *Editing* bisa digunakan untuk memeriksa kelengkapan dan juga kejelasan dalam mengisi instrumen pengumpulan data, seperti kuisisioner yang sudah diisi oleh responden. Data yang terkumpul dalam penelitian perlu diperiksa untuk mengetahui adanya kesalahan dalam pengisian. Proses ini, yang mencakup koreksi dan verifikasi data, disebut sebagai editing. Jawaban yang diberikan oleh responden harus ditinjau ulang, karena tidak semuanya mungkin benar.<sup>64</sup>

b. Pengkodean (*Coding*)

Dalam penelitian, *Coding* adalah proses penentuan dan pengelompokan data dengan memberikan kode angka pada setiap jawaban responden yang sesuai dengan variabel yang diteliti. Adapun pemberian kode bertujuan untuk menyusun dan juga mempermudah dalam proses pengolahan jawaban responden.<sup>65</sup>

*Coding dan categorizing* ialah antara lain:

1. Pada Variabel pertama, yaitu Promosi ( $X_1$ )
2. Pada Variabel kedua, yaitu Harga ( $X_2$ )
3. Pada Variabel ketiga, yaitu keputusan pembelian (Y)

---

<sup>63</sup> Denok Sunarsih, *metode penelitian kuantitatif*, ed. Paskal Books, pertama. (Jakarta, 2021, 102).

<sup>64</sup> Winarta Sujarweni, *No statistika untuk penelitian*, ed. Graha Ilmu (Graha Ilmu, 2018).

<sup>65</sup> anak agung putu dan anak Yuesti, *metode penelitian kualitatif dan kuantitatif*, ed. AB Publisher (Denpasar, 2018).

c. Proses memberi skor (*Scoring*)

*Scoring* merupakan proses dalam memberi nilai, angka, atau skor pada item-item yang membutuhkan penilaian berdasarkan jawaban yang diperoleh dari kuesioner yang disebarkan.

Penelitian ini menggunakan skor sebagai berikut: untuk jawaban setuju.

**Tabel. 3.4 Skala Likert**

Jawaban	Skor
Untuk jawaban sangat setuju	5
Untuk jawaban setuju	4
Untuk jawaban kurang setuju	3
Untuk jawaban tidak setuju	2
Untuk jawaban sangat tidak setuju	1

d. Tabulasi (*Tabulating*)

Pada tahap ini, data dimasukkan, disusun, dan dihitung ke dalam tabel. Tabulasi yaitu merupakan proses yang digunakan untuk menyusun tabel yang berisi data yang sudah dikodekan agar bisa sesuai dengan analisis yang dibutuhkan.

e. Proses (*Processing*)

Dalam penelitian ini ada berbagai proses yang digunakan untuk menganalisis dan juga menghitung data, termasuk menggunakan statistik. Untuk melakukan analisis data statistik, alat yang digunakan yaitu perangkat lunak berupa SPSS, adalah sebagai berikut:<sup>66</sup>

1) Uji Instrumen

a) Uji Validitas

Uji yang dipakai untuk menilai apakah data yang digunakan dalam proses pengambilan keputusan atau tindakan sudah tepat dan

<sup>66</sup> oyan dan andika Saputra, *Aplikasi Uji Validitas Dan Reabilitas Instrumen Penelitian* (Takalar: yayasan ahmad cendekia indonesia, 2020).

benar disebut sebagai uji validitas. Adapun berikut ini merupakan rumus yang digunakan untuk uji validitas:<sup>67</sup>

$$r_{xy} = \frac{n \sum xy - (\sum x)(\sum y)}{(n \sum x^2 - (\sum x)^2)(n \sum y^2 - (\sum y)^2)^{1/2}}$$

Keterangan:

r = koefisien korelasi product moment

x= skor setiap pertanyaan

y= jumlah skor

n= jumlah responden

#### b) Uji Reliabilitas

Uji yang dipakai untuk mengetahui sejauh mana konsistensi kuesioner dalam mengukur indikator sebuah variabel atau konstruk tertentu disebut sebagai uji reliabilitas. Adapun uji ini bertujuan untuk mengetahui tingkat keandalan dan konsistensi instrumen tersebut jika digunakan secara berulang untuk tujuan yang sama. Adapun dalam penelitian ini menggunakan rumus Alpha Croanbach ialah sebagai berikut:<sup>68</sup>

$$R = \frac{k}{k-1} \left[ 1 - \frac{\sum \sigma b^2}{at^2} \right]$$

Keterangan:

R: koefisien reliabilitas alpha croanbatch

K= jumlah pertanyaan

$\sum \sigma b^2$  = jumlah pertanyaan butir/item

<sup>67</sup> Imam Ghozali, *No Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS*, pertama. (Semarang, 2017).

<sup>68</sup> Rokhmad Slamet and Sri Wahyuningsih, "Validitas Dan Reliabilitas Terhadap Instrumen Kepuasan Ker," *Aliansi : Jurnal Manajemen dan Bisnis* 17, no. 2 (2022): 51–58.

$at^2 =$  jumlah varian total

## 2) Uji Asumsi Klasik ( Uji Data)

### a. Uji Normalitas

Uji normalitas merupakan sebuah prosedur yang dilakukan untuk menguji apakah distribusi data sudah sesuai atau belum. Adapun tujuan dari uji normalitas adalah untuk mengetahui apakah ada gangguan atau residual yang ada dalam model regresi yang mengikuti distribusi normal. Uji statistik yang dilakukan untuk mengetahui normalitas data adalah uji *Kolmogrov-Smirnov*. Data dianggap terdistribusi normal apabila nilai signifikansi (*sig*) lebih besar dari 0,05, dan juga sebaliknya jika nilai signifikansi lebih kecil dari 0,05. Maka belum berdistribusi normal.<sup>69</sup>

### b. Uji Autokorelasi

Uji autokorelasi bertujuan untuk memastikan apakah data tersebut memiliki korelasi. Jika ditemukan bahwa ada korelasi, ini menunjukkan bahwa ada masalah autokorelasi. Selain itu, tujuan pemeriksaan adalah untuk menentukan kedua variabel tersebut memiliki korelasi atau tidak.<sup>70</sup>

Untuk mengidentifikasi apakah terdapat autokorelasi dalam model regresi, dilakukan uji runtun dengan menggunakan uji

---

<sup>69</sup> Nilda Miftahul, konsep uji validitas dan realibilitas dengan SPSS; (Makassar: Stai Darul Dakwah, 2019).

<sup>70</sup> dyah nirmala Arum, *Statistik Deskriptif Dan Regresi Linier Berganda SPSS* (Semarang: University Press, 2019).

*Durbin-Watson* (DW). Adapun kriteria dalam pengujian metode *Durbin-Watson* (DW) ialah antara lain:<sup>71</sup>

1. Apabila nilai *durbin watson* lebih kecil dari pada  $dL$  atau lebih besar dari  $(4dL)$  maka terjadi autokorelasi.
2. Apabila nilai *durbin watson* terletak antara  $dU$  dan  $(4dU)$  maka tidak terjadi autokorelasi.
3. apabila nilai *durbin watson* terletak antara  $dL$  dan  $dU$  atau diantara  $(4dU)$  dan  $(4-dL)$  kesimpulan yang dihasilkan tidak pasti.

Bagian dari statistik non-parametrik yang digunakan dalam uji autokorelasi dan berfungsi untuk memahami apakah ada korelasi yang signifikan di antara residual dinamakan sebagai uji run test. Apabila korelasi antar residual tidak diketahui, maka residual tersebut bisa dikatakan sebagai acak atau random. Apabila nilai signifikansi uji lebih besar dari 0,05, maka residual tersebut bisa dikatakan acak (tanpa korelasi)<sup>72</sup>

### c. Uji Multikolinieritas

Uji multikolinieritas digunakan dengan tujuan untuk mengidentifikasi korelasi secara signifikan antara dua atau lebih variabel independen didalam suatu model regresi. Jika korelasi yang didapatkan kuat, maka hasil interpretasi regresi mungkin

<sup>71</sup> C T C Koilam, J B Kalangi, and ..., "Pengaruh Pengeluaran Pemerintah Dan Pengeluaran Konsumsi Terhadap Pertumbuhan Ekonomi Di Kota Manado," *Jurnal Berkala Ilmiah ...* 23, no. 5 (2023): 25–36, <https://ejournal.unsrat.ac.id/v3/index.php/jbie/article/view/47987%0Ahttps://ejournal.unsrat.ac.id/v3/index.php/jbie/article/download/47987/42589>.

<sup>72</sup> Edi Kurniawan, Nafisah Nurulrahmatia, and Puji Muniarty, "Pengaruh Risiko Kredit Dan Likuiditas Terhadap Kecukupan Modal Pada Bank Syariah Yang Tercatat Di BEL," *Akuntansi Pajak dan Kebijakan Ekonomi Digital* 1, no. 3 (2024): 251–271.

kurang tepat. Oleh karena itu, multikolinieritas penting digunakan untuk mengetahui adanya multikolinieritas dalam suatu regresi. Uji multikolinieritas dapat dilihat melalui nilai *tolerance* dan *Variance Inflation Factors* (VIF). Jika nilai VIF berada dibawah 10 maka dikatakan tidak terjadi bahaya atau lolos dari uji multikolinieritas.<sup>73</sup>

d. Uji Heteroskedastisitas

Uji yang dipakai untuk mengetahui varians residual antara dua pengamatan dalam model regresi ada perbedaan maupun tidak dinamakan sebagai uji heterokedastisitas. Apabila varians residual antar pengamatan sama, maka bisa dikatakan sebagai homoskedastisitas; sementara jika varians residualnya berbeda, maka dikatakan sebagai heteroskedastisitas. Dalam grafik scatterplot, heteroskedastisitas dianggap tidak terjadi apabila nilai  $r$  lebih besar dari 0,05, dan terjadi apabila nilai  $r$  kurang dari 0,05.<sup>74</sup>

Uji Heteroskedastisitas bertujuan untuk mengetahui apakah dalam sebuah model regresi terjadi ketidaksamaan atau perbedaan varian dan residual antara satu pengamatan dengan lainnya. Model regresi yang baik yaitu tidak terjadi heteroskedastisitas.<sup>75</sup>

---

<sup>73</sup> Ratna Wijaya Daniar Paramita, *Metode Penelitian Kuantitatif*, ed. Lumajang (2021, 2021). 85

<sup>74</sup> Erico, Sukanto Chandra, and Widhaeta Hasim, "Pengaruh Kompetensi Kerja, Pengawasan Kerja Dan Kepuasan Kerja Terhadap Kinerja Karyawan Pada Pt. Transpac Logistic Medan," *Jurnal Manajemen* 6 Nomor 2 (2020): 10, <http://ejournal.lmiimedan.net>.

<sup>75</sup> Reni Marbiyanti et al., "Gaya Hidup, Persepsi, Dan Pengaruhnya Terhadap Keputusan Penggunaan E-Wallet (Studi Pada Mahasiswa Prodi Ekonomi Syariah IAIN Kediri Angkatan 2019-2022)," *Al-Muraqabah: Journal of Management and Sharia Business* 4, no. 1 (2024): 85–103.

### 3) Analisis Korelasi Pearson

Uji yang dilakukan untuk mengukur seberapa berat hubungan antara dua variabel atau lebih dinamakan uji korelasi atau korelasi pearson. Adapun dalam penelitian ini yaitu menggunakan analisis korelasi *Pearson Product Moment*, adapun rumusnya ialah sebagai berikut:

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

keterangan:

X: Variabel Bebas

Y: Variabel Terikat

n: Jumlah Sampel

r: Koefisien Korelasi *Pearson Product Moment*

Adapun kategorisasi korelasinya dapat dilihat pada tabel berikut:

**Tabel. 3.5 Kategorisasi Analisis Korelasi**

No.	Koefisien	Tingkat Hubungan
1	0,00 – 0,199	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

Sumber: Irham Fahmi, Teori Dan Teknik Pengambilan Keputusan, 2016

### 4) Analisis Regresi Berganda

Analisis regresi berganda dipakai untuk mengetahui hubungan antara variabel independen dengan variabel dependen. Adapun tujuan dari analisis regresi berganda ialah agar bisa mengetahui hubungan dari variabel independent apakah bersifat negatif maupun positif.

Cara yang dilakukan untuk menganalisis persamaan regresi linier berganda yaitu  $Y = a + b_1 X_1 + b_2 X_2 + e$  dengan ketentuan dijelaskan sebagai berikut:<sup>76</sup>

$Y$  = variabel dependent

$X_1, X_2$  = variabel independent

$a$  = nilai konstanta

$b_1, b_2$  = koefisien regresi  $X_1$ , koefisien regresi  $X_2$

$e$  = variabel eror berdistribusi normal baku

## 5) Uji Hipotesis

### a. Uji t

Tujuan dari uji t adalah untuk mengetahui apakah ada pengaruh atau tidak pada variabel dependent maupun independent.

Adapun ketentuannya adalah sebagai berikut:

1. Keputusan diambil dengan membandingkan nilai yang signifikan dengan tingkat kesalahan yang ditentukan (5% atau 0,05), yang dipakai yaitu jika nilai sig. < 0,05).
2. Jika  $t_{hitung} > t_{tabel}$ , maka menolak  $H_0$  dan menerima  $H_a$  yang berarti bahwa terdapat pengaruh yang relevan antara variabel dependen dan independen.

### b. Uji F

Uji yang dipakai untuk mengetahui hipotesis yang terdapat dalam sebuah penelitian dinamakan sebagai uji F. Uji F bertujuan untuk mengetahui pengaruh antara variabel independen ( $X^1$  dan  $X^2$ ) terhadap variabel dependen ( $Y$ ).

---

<sup>76</sup> Dewi Susanti, Analisis Regresi Dan Korelasi, ed. CV IRHD (Malang, 2018).

1. Asumsinya adalah Pertama, jika nilai signifikansi  $< 0,05$  maka  $H_0$  ditolak dan menerima  $H_a$
2. Jika nilai signifikansi  $> 0,05$  maka menerima  $H_0$  dan menolak  $H_a$ .
3. Jika nilai  $F$  hitung  $> F$  tabel, maka menolak  $H_0$  dan juga menerima  $H_a$ .<sup>77</sup>

#### 6) Koefisien Determinasi ( $R^2$ )

Koefisien determinasi bertujuan untuk mengetahui presentase dari variabel dependen terhadap variabel independent.

- a. Jika nilainya mendekati 0, maka menunjukkan bahwa tidak ada pengaruh yang relevan antara variabel independent terhadap variabel dependen.
- b. Jika nilainya mendekati 1, menunjukkan bahwa ada pengaruh variabel independent terhadap variabel dependen.

Adapun untuk mengetahui berapa besar nilainya dapat menggunakan rumus sebagai berikut:<sup>78</sup>

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

Keterangan:

$D$  = Koefisien Determinasi

$R^2$  = Kuadrat koefisien korelasi sederhana  $r^{xy}$

100% = Persentase kontribusi.

<sup>77</sup> Punaji Setyosari, *Metode Penelitian Pendidikan Dan Pengembangan*, ed. Kencana Fajar Inpertama (Jakarta, 2018).

<sup>78</sup> Fatmawati Fatmawati and Anggia Sari Lubis, "Pengaruh Perilaku Kewirausahaan Terhadap Kemampuan Manajerial Pada Pedagang Pakaian Pusat Pasar Kota Medan," *Jurnal Muhammadiyah Manajemen Bisnis* 1, no. 1 (2020): 1.