

## **BAB III**

### **METODE PENELITIAN**

#### **A. Jenis/Pendekatan Penelitian**

Jenis penelitian ini adalah penelitian kuantitatif yaitu penelitian yang menekankan pada data-data numerikal (angka) yang diolah dengan metode statistika<sup>1</sup>. Menurut Subana dan Sudrajat<sup>2</sup> Cara terbaik dengan kata lain metode untuk mendapatkan pengetahuan kuantitatif adalah dengan melihatnya sebagai ujian hipotesis, dan metode terbaik kedua untuk menggunakan analisis ini adalah dengan meningkatkannya adalah dengan menunjukkan fakta yang menggunakan variabel.

Fokus penelitian ini adalah meningkatkan dan menjelaskan bukti saat ini, penyebabnya. Jika kita telah berfokus pada analisis semacam ini sejak awal, kita akan memiliki data ini sekarang. Dalam sampel ini, analisis korelasi, korelasi terbukti antara dua variabel serta interaksi timbal balik antara dua variabel. dengan cara korelasi akan didefinisikan Pengaruh Persepsi manfaat *Go-Pay* terhadap keputusan menggunakan layanan Go-Ride pada aplikasi Go-jek (Studi Kasus Murid kelas VII SMPN 3 Kediri).

---

<sup>1</sup> Saifuddin , Azwar. 2007. *Metode Penelitian*. Pustaka Pelajar: Yogyakarta. Hlm 5

<sup>2</sup> Subana, M dan Sudrajat. 200. *Dasar-Dasar Penelitian Ilmiah*. Bandung: Pustaka Setia. Hlm. 5

## B. Variabel Penelitian dan Definisi Operasional

### 1. Variabel Penelitian

Parameter pengujian dengan kata lain penelitian adalah fungsi atau objek yang dapat dievaluasi dan temuan analisis dapat memberikan informasi tentang pentingnya fitur atau objek tersebut<sup>3</sup>. Dalam penelitian ini, penulis melihat variabel sikap penggunaan, dan manfaat, masing-masing, serta kepercayaan diri. Variabel yang dipakai yaitu sikap nilai guna atau sikap kegunaan sebagai variable dependen, persepsi manfaat, persepsi kemudahan dan percayaan ditepatkan sebagai variable independen. Dengan ini akan diperjelas sebagai berikut :

#### a. Variabel bebas (independent)

Variabel bebas adalah variabel yang menjelaskan apakah variabel terikat benar. Untuk memeriksa apakah ada hubungan antara dua variabel, metodologi ini menghitung keterkaitan antara kedua variabel berikut. Dalam penelitian ini, independen (X) adalah persepsi manfaat.

#### b. Variabel terikat (dependent)

Variabel tetap adalah variabel yang tidak dapat diubah setelah ditentukan. Untuk mencari tahu apakah variabel bebas mempengaruhi variabel terikat. Dalam penelitian ini yang menjadi variabel terikat atau dependen (Y) adalah Keputusan Menggunakan.

---

<sup>3</sup> Sugiyono. 2004. *Metode Penelitian*. Bandung: Alfabeta. Hlm. 72

## 2. Definisi Operasional

### a. Persepsi Manfaat (X)

Persepsi manfaat merupakan tingkatan dimana pengguna dapat percaya, bahwa dengan menggunakan teknologi atau sistem mampu meningkatkan kinerja mereka dalam bekerja. Tingkat persepsi penggunaan terhadap manfaat teknologi. Dengan kata lain pelanggan/konsumen merasa dimudahkan karena adanya jasa/produk tersebut dan merasa terbantu disaat kondisi tertentu.

**TABEL 3.1**

#### **Indikator Penelitian Variable X**

<b>Variabel</b>	<b>Variabel Indikator</b>	<b>Deskripsi Indikator</b>
Persepsi Manfaat (X)	<i>improves job performance</i>	Penggunaan sistem mampu meningkatkan kinerja individu.
	<i>increases productivity</i>	Penggunaan sistem mampu menambah tingkat produktifitas individu.
	<i>enhances effectiveness</i>	Penggunaan sistem mampu meningkatkan efektifitas kinerja individu.

Variabel	Variabel Indikator	Deskripsi Indikator
	<i>the system is useful</i>	Penggunaan sistem bermanfaat bagi individu.

Sumber : Venkatesh dan Davis (2000) dalam Devi Ida Khomalasari (2015)

#### b. Keputusan Menggunakan (Y)

**TABEL 3.2**

#### **Indikator Penelitian Variable Y**

Variabel	Variabel Indikator	Deskripsi Indikator
Keputusan Pembelian (Y)	Pengenalan Masalah	Pada langkah pertama proses pengambilan keputusan konsumen, pelanggan melihat kesenjangan dalam sistem manajemen persediaan mereka saat ini. Pengalaman yang benar dan dirasakan dapat terlihat oleh konsumen.
	Pencarian Informasi	Pelanggan yang telah menunjukkan rasa ingin tahu akan ingin mendengar lebih banyak tentang komoditas akan mencari lebih detail. Ketika ekspektasi terpenuhi, pelanggan semakin penasaran untuk memuaskan mereka.
	Penilaian Alternatif	Mereka kemudian dapat mengumpulkan semua fakta yang tersisa, yang akan menghasilkan kemungkinan terakhir yang dipertimbangkan.
	Keputusan Pembelian	langkah terakhir dari proses pembelian.
	Perilaku Pasca Pembelian	Ketika pembeli membuat keputusan, mereka akan, rata-rata, memiliki tingkat kepuasan atau

Variabel	Variabel Indikator	Deskripsi Indikator
		ketidaksenangan tertentu. jika konsumen menyukai merek, akan tumbuh; jika konsumen tidak menyukai merek, maka konsumen tidak menyukainya, sebaliknya akan terjadi.

Sumber : Kotler dan Amstrong (2009) dalam skripsi Fajar Idris (2014)

### C. Populasi dan Sampel

#### a. Populasi

Menurut Sugiyono<sup>4</sup>, Peneliti empiris ingin mempelajari populasi yang memiliki sifat dan karakteristik serupa yang diberikan kepada mereka oleh para peneliti daripada subjek dengan karakteristik tersebut atau khusus untuk individu. Siswa kelas VII SMPN 3 Kediri sejumlah 55 siswa dimasukkan dalam penelitian ini.

#### b. Sampel

Untuk memilih sampel yang valid, itu harus mewakili populasi dari mana ia diambil (bagian atau perwakilan dari populasi yang dipelajari). Sampel penelitian mungkin merupakan sebagian kecil dari populasi atau seluruh populasi, tergantung pada jumlahnya. Keputusan penulis yang termasuk dalam analisis ini berasal dari perhitungan sensus<sup>5</sup>, “Sampling jenuh adalah teknik penentuan sampel bila semua anggota populasi digunakan sebagai sampel. Istilah lain dari sampel jenuh adalah sensus.”

<sup>4</sup> Sugiyono, 2009, *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*, Bandung : Alfabeta. Hlm. 75

<sup>5</sup> Ibid. Hlm 61-63

Analisis menggunakan sistem jenuh. Metodologi jenuh adalah strategi pengambilan sampel di mana setiap individu dari populasi digunakan dalam upaya pengambilan sampel untuk mendapatkan hasil.

c. Teknik Pengambilan Sampel

Analisis menggunakan bentuk jenuh Dalam populasi jenuh, seluruh populasi digunakan dalam sampel. Dalam penelitian ini, teknik sampling yang digunakan oleh penulis adalah teknik non probability sampling. Menurut Sugiyono<sup>6</sup> definisi *non probability sampling* adalah Teknik pengambilan sampel yang tidak memberi peluang/kesempatan sama bagi setiap unsur atau anggota populasi untuk dipilih menjadi sampel. Teknik *non probability sampling* yang digunakan dalam pengambilan sampel pada penelitian ini yaitu dengan *Sampling Jenuh* (sensus) yaitu metode penarikan sampel bila semua anggota populasi dijadikan sebagai sampel. Hal ini sering dilakukan apabila jumlah populasi kecil.<sup>7</sup>

Ini semua adalah siswa kelas VII di SMPN 3 Kota Kediri dalam laporan penelitian ini yang menggunakan layanan goride dengan metode pembayaran gopay sebanyak 55. Konsep saturasi sampling. Metodologi jenuh adalah strategi pengambilan sampel di mana setiap individu dari populasi digunakan dalam upaya pengambilan sampel untuk mendapatkan hasil.

---

<sup>6</sup> Ibid. Hlm. 85

<sup>7</sup> Supriyanto, Acmad Sani dan Masyhuri Machfudz. 2010. *Metodelogi Riset Manajemen Sumber Daya Manusia*. Malang: UIN Maliki Press. Hlm. 188

#### **D. Jenis dan Sumber Data**

Jenis data yang diperoleh :

Data primer

Data yang dihasilkan dalam proses utama biasanya berasal dari wawancara atau kuesioner. Data untuk analisis ini didasarkan pada tanggapan dari individu yang menyelesaikan interpretasi manfaat pembayaran Go-Ride dan survei keputusan dan peserta survei Go-Pay.

Data sekunder

Data sekunder adalah data nonessential Data ini akan ditemukan selama rentang waktu yang terbatas. Titik data sekunder, seperti buku, majalah, jurnal, dan portal internet, digunakan dalam analisis ini <sup>8</sup>

#### **E. Metode Pengumpulan Data**

Metode yang digunakan dalam penelitian ini meliputi:

a. Kuesioner

berbagai survei memungkinkan pengumpulan data dengan menyediakan daftar kuesioner kepada responden pengguna siswa kelas VII SMPN 3 Kediri yang menggunakan Layanan Go-Ride dengan menanggapi kuesioner Hasil tes analisis ini disusun ke dalam skala Likert. Hasil dari peserta go-ride dikuantifikasi menggunakan proses setuju-tidak setuju. Urutan skala terdiri dari angka 1 (Sangat Tidak Setuju) sampai dengan 4

---

<sup>8</sup> Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D*, Bandung: Alfabeta, 2009, Cet. Ke 8, hlm. 137.

(Sangat Setuju) untuk semua variabel. Kriteria jawaban yang digunakan yakni :

Skala Pengukuran Persepsi Responden (Skala Likert 1 s.d 4)

4. Sangat Setuju

3. Setuju

2. Tidak Setuju

1. Sangat Tidak Setuju

Skala 1 sampai dengan 4 dipilih untuk memudahkan responden dalam memberikan penilaian atas pertanyaan yang diajukan.

b. Observasi

Dengan menggunakan proses observasi, seorang peneliti berusaha mengidentifikasi tanda dan gejala yang relevan yang muncul dalam subjek penelitian. Dalam mengamati, ada mekanisme biokimia dan psikologis.<sup>9</sup>

c. Dokumentasi

Dokumentasi harus menjadi metode penelitian. Sebuah puisi tentang barang yang dinyanyikan muncul sebagai bukti sumber teks Analisis data melakukan analisis dengan menganalisis barang-barang yang diterbitkan seperti akun keuangan bisnis serta informasi yang berkaitan dengan industri.<sup>10</sup>

---

<sup>9</sup> Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, Dan R&D*, 145

<sup>10</sup> Sukardi, *Metodologi Penelitian Pendidikan*, Yogyakarta: Bumi Aksara, 2003, hlm 66

## F. Analisis Data

Dalam analisis kuantitatif, analisis data merupakan kegiatan setelah data dari responden atau sumber dari data lain terkumpul.<sup>11</sup> Metode ini bermaksud untuk mengolah data yang terkumpul dan tersusun secara berurutan agar memperoleh data yang obyektif, melalui analisa statistik untuk menguji hipotesis. Adapun langkah-langkahnya sebagai berikut :

a. *Editing* (membersihkan data)

Langkah pertama yang dilakukan adalah pengecekan. *Editing* merupakan kekhawatiran yang telah dikirim ke pemungut data sedang diperiksa validitasnya<sup>12</sup> Hal yang perlu diperhatikan dalam *editing* adalah kelengkapan pengisian kuesioner, keterbacaan tulisan, kesesuaian jawaban, dan relevansi jawaban. Tujuan *editing* adalah jawaban yang didapatkan dari responden perlu diadakan pembersihan atau pemeriksaan kembali.

b. *Coding* dan *categorizing*

*Coding* adalah menetapkan atau mengatur kode grup untuk setiap bagian data yang termasuk dalam kelas yang sama.<sup>13</sup> Kode merupakan angka atau huruf dapat digunakan untuk menawarkan petunjuk atau identifikasi terhadap detail atau informasi yang dapat dianalisis. Sedangkan untuk *Categorizing* mengklasifikasikan pertanyaan ke dalam variable yang masing-masing.

---

<sup>11</sup> Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, Dan R&D*, 145.

<sup>12</sup> Cholid Narbuko, Abu Achmadi, *Metodologi Penelitian :Memberi Bekal Teoritis pada Mahasiswa tentang Metodologi Penelitian serta Diharapkan Dapat Melaksanakan Penelitian dengan Langkah-Langkah yang Benar*, (Jakarta:Bumi Aksara, 2008), 153.

<sup>13</sup> Iqbal Hasan, *Analisis Data Penelitian dengan Statistik*, (Jakarta: PT Bumi Aksara, 2006), 24.

c. *Scoring*

Pemberian score/nilai terhadap item-item yang harus dinilai. Penggunaan peringkat ini dalam penelitian ini adalah skala likert (*rating scale*). Skala likert (*rating scale*) menunjukkan pada suatu pertanyaan mengenai tingkat kesetujuan atau ketidak setujuan yaitu dengan memberikan skala pada masing-masing poin jawaban.<sup>14</sup> Dalam penelitian ini pemberian skor sebagai berikut:

Tabel 3.3  
Skala Likert

Jawaban	Skor
Sangat setuju	4
Setuju	3
Tidak setuju	2
Sangat tidak setuju	1

d. Tabulasi data (penyusunan tabel)

Tabulasi melibatkan memasukkan data ke dalam tabel tersebut dan melakukan perhitungan matematika.<sup>15</sup> Data diurutkan dan ditabulasi dan didaftarkan serta jumlah objek yang masuk dalam satu grup kemudian dijumlahkan. Tabulasi digunakan dalam analisis ini untuk memfasilitasi entri jumlah data atau temuan yang mudah dan menyuntikkan hal yang sama ke dalam rumus.

e. *Processing*

*Processing* digunakan untuk mengukur dan memproses dan memproses atau memproses dan mengevaluasi data menggunakan statistik

<sup>14</sup> Florensus Pureklolong, *Pengaruh Keputusan Terhadap Loyalitas Konsumen (Studi Kasus Pada Sipink Tatto Studio Yogyakarta)*, 36

<sup>15</sup> M. Burhan Bungin, *Metodologi Penelitian Kuantitatif*, (Jakarta: Pustaka Media, 2005), 168.

Pada titik ini dalam analisis, bantuan sesama diperlukan SPSS (*Statistical Product and Service Solution*) 16 for windows) menggunakan metode matematika mutakhir analisis data adalah mekanisme untuk memperoleh dan memproses informasi untuk menarik hasil yang dibuat oleh peneliti (penarikan kesimpulan).

## G. Deskripsi Data

Tahap yang digunakan dalam deskripsi data pada penelitian ini sebagai berikut:

### a. Uji Instrumen

#### 1. Uji Validitas

Suatu Instrumen yang baru dapat dipergunakan dalam penelitian apabila telah dinyatakan benar. Validitas merupakan ukuran yang menunjukkan sejauh mana instrument mampu mengukur apa yang ingin diukur dengan cara mengukur korelasi dengan butir pernyataan keseluruhan.<sup>16</sup>

Uji validitas dilakukan dengan membandingkan  $r$  tabel untuk tingkat signifikan 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.

---

<sup>16</sup> Prabu Budi Santoso dan Ashari, *Analisi dengan Microsoft Excel dan SPSS*, (Yogyakarta: Andi, 2005), 247-248.

Untuk mengetahui valid atau tidak di setiap butir item, maka teknik yang digunakan untuk menganalisis pengaruh produk (X) terhadap keputusan pembelian (Y) adalah dengan teknik analisa korelasi *pearson product moment*:<sup>17</sup>

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

Keterangan:

r = Koefisien korelasi *pearson product moment*

x = Skor setiap pertanyaan atau item

y = Jumlah dari skor item

n = Jumlah responden

## 2. Uji Reliabilitas

Saat menghitung keandalan pengukur, keandalan ditunjukkan oleh indeks ini. Pengujian menggunakan SPSS yang sistematis 16. Ukuran stabilitas alfa dapat dipahami sebagai proporsional dengan skala masalah, dalam hal ini proporsional dengan jumlah bug dalam system<sup>18</sup>:

- a) Nilai alpha 0,00-0,2 berarti kurang reliabel.
- b) Nilai alpha 0,21-0,4 berarti agak reliabel.
- c) Nilai alpha 0,41-0,6 berarti cukup reliabel.
- d) Nilai alpha 0,61-0,8 berarti reliabel.
- e) Nilai alpha 0,81-1,00 berarti sangat reliabel.

<sup>17</sup>Agus Irianto, *Statistik Konsep Dasar dan Aplikasinya*, (Jakarta: Kencana Prenadana Media Group, 2007), 136.

<sup>18</sup> Agus Eko Sujianto, *Aplikasi Statistik dengan SPSS*, (Jakarta: Prestasi Pustaka Karya, 2009), 97.

b. Analisis Deskriptif

Analisis deskriptif mengacu pada analisis statistik yang melibatkan deskripsi data.<sup>19</sup> Data ini berguna untuk mengetahui tingkatan produk dan keputusan menggunakan Layanan Go Ride pada aplikasi Go-Jek.

c. Uji Asumsi Klasik

Menggunakan model regresi ganda, analisis regresi ganda digunakan. model ini dibangun untuk menangani hasil yang didistribusikan secara alami, tidak perlu polichoric, dan heteroseksualitas bukan prasyarat Haruskah regresi dicoba, meskipun masalah yang ada tidak ditemukan.<sup>20</sup>

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

1. Uji Normalitas

Ketika eksperimen normalisasi dilakukan, variabel independen dan dependen diuji apakah mereka memiliki distribusi normal atau tidak. Untuk hasil yang lebih baik, gunakan data sejalan dengan atau hanya sedikit di atas rentang standar. Bentuk geometris titik data dan perkembangan simpangan horizontal dan vertikal titik

---

<sup>19</sup> Sugiyono, *Metodologi Penelitian Bisnis*, Cetakan ke-6, 147.

<sup>20</sup> Imam Ghazali, *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program SPSS, cetakan IV* (Semarang: Badan Penerbit Uniersitas Diponegoro, 2006), 83.

garis dalam kaitannya dengan gambar Normal P-Plot merupakan perwakilan dari normalitas data.<sup>21</sup>

## 2. Uji Multikolinieritas

Uji Multikolinieritas memutuskan apakah ada kemandirian variabel dalam model regresi atau tidak. Dalam model regresi, tidak perlu ada kemandirian dari model lain. Beberapa teknik penelitian dapat digunakan:

- a. Dengan menggunakan *nilai inflation* (VIF) pada model regresi.
- b. Dengan membandingkan nilai koefisien determinasi individual ( $r^2$ ) dengan nilai determinasi (R).
- c. Dengan melihat *eigenvalue* dan *condition index*. Pada penambahan ini akan dilakukan uji multikolinieritas dengan melihat *nilai inflation* (VIF) pada model regresi. Menurut Santoso, pada umumnya VIF lebih besar dari 5, maka berarti hal tersebut mempunyai persoalan multikolinieritas dengan variabel bebas lainnya.<sup>22</sup>

## 3. Uji Autokorelasi

Uji Autokorelasi adalah untuk melihat apakah pernyataan autocorrelation benar Tes standar yang digunakan oleh pengembang dan uji Durbin-Watson (uji DW) adalah yang paling banyak digunakan dengan ketentuan sebagai berikut:

- a. Jika  $d$  lebih kecil dari  $dL$  atau lebih besar dari  $(4-dL)$  maka hipotesis nol ditolak, yang berarti terdapat autokorelasi.

<sup>21</sup> Imam Ghozali, *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program IBM SPSS 21 Up Date PLS Regresi*, (Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro, 2013), 109.

<sup>22</sup> Duwi priyatno, *Mandiri Belajar SPSS*, (Yogyakarta: Mediakom, 2008), 68.

- b. Jika  $d$  terletak antara  $dU$  dan  $(4-dU)$ , maka hipotesis nol diterima yang berarti tidak autokorelasi.
- c. Jika  $d$  terletak antara  $dL$  dan  $dU$  atau diantara  $(4-dU)$  atau  $(4-dL)$ , maka tidak menghasilkan kesimpulan yang pasti. Nilai  $dU$  dan  $dL$  dapat diperoleh dari tabel statistik Durbin Watson yang bergantung banyaknya observasi dan banyaknya variabel yang menjelaskan

#### 4. Uji Heterokedastisitas

Uji heteroskedastisitas bertujuan untuk menguji apakah variabilitas lebih besar dari satu pengamatan ke yang berikutnya dalam model regresi. jika variasi selalu ada, sehingga dikatakan Homoskedastis Ketika dua orang memiliki pandangan yang berlawanan, itu dikenal sebagai dua pendapat atau Heteroskedastisitas.<sup>23</sup> Dasar pengambilan keputusan dalam uji heteroskedastisitas dengan grafik *scatter plot* sebagai berikut:

- a. Jika terdapat pola tertentu pada grafik *scatter plot*, seperti titik-titik yang membentuk pola yang teratur (bergelombang, menyebar kemudian menyempit), maka terjadi heteroskedastisitas.
- b. Jika tidak ada pola yang jelas serta titik-titiknya menyebar, maka indikasinya tidak terjadi heteroskedastisitas.<sup>24</sup>

---

<sup>23</sup> Imam Ghozali, *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program IBM SPSS 19*, (Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro, 2005), 139.

<sup>24</sup> Wiratman Sujarweni, *Belajar Mudah SPSS Untuk Penelitian Mahasiswa dan Umum*, (Yogyakarta: Ardana Media, 2008), 180.

## d. Uji korelasi

Analisis korelasi menggunakan teknik *Pearson Product Moment* untuk mengetahui arah dan kekuatan hubungan antara variabel bebas (X) dengan variabel terikat (Y) dan data terbentuk dari interval dan rasio.<sup>25</sup> Adapun rumusannya adalah sebagai berikut:

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

Keterangan:

r : Korelasi *Person Product Moment*

n : Jumlah Sampel

x : Skor Setiap Pertanyaan/Item

y : Skor Total<sup>26</sup>

Korelasi PPM dilambangkan dengan (r) dengan ketentuan nilai r tidak lebih dari harga  $(-1 \leq r \leq +1)$ . Apabila nilai  $r = -1$  artinya korelasi 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:

**Tabel 3.4**  
**Kriteria Koefisien Korelasi<sup>27</sup>**

Besarnya "r" <i>Product Moment</i>	Tingkat Hubungan
0,00-0,199	Sangat Rendah
0,20-0,399	Rendah

<sup>25</sup> Husaini Usman dan R. Purnomo Setiadi, *Pengantar Statistik Edisi Kedua*, (Jakarta: PT.Bumi Aksara, 2006), 197.

<sup>26</sup> Misbahudin dan Iqbal Hasan, *Analisis Data Penelitian Dengan Statistik*, (Jakarta: PT.Bumi Aksara, 2013), 304.

<sup>27</sup> Irham Fahmi, *Teori dan Teknik Pengambilan Keputusan* (Jakarta: RajaGrafindo Persada, 2016), 68.

Besarnya “r” <i>Product Moment</i>	Tingkat Hubungan
0,40-0,599	Sedang
0,60-0,799	Kuat
0,80-1,000	Sangat Kuat

Sumber: Interpretasi Koefisien Nilai r menurut Irham Fahmi, 2016

e. Analisis Regresi Sederhana

Penelitian ini menggunakan analisis regresi linier sederhana. Analisis regresi sederhana adalah hubungan secara linier antara satu variabel independen (X) dengan variabel dependen (Y). Jika nilai variabel independen meningkat atau menurun, jawaban atas pertanyaan ini akan positif atau negatif.<sup>28</sup> Dalam penelitian ini analisis yang digunakan untuk mengetahui pengaruh variabel independen yaitu Persepsi Manfaat terhadap variabel dependen yaitu Keputusan Menggunakan dengan rumus :

$$Y = a + bX$$

Keterangan:

Y = Keputusan Menggunakan

a = konstanta dari persamaan regresi

X = Persepsi Manfaat

b = koefisien regresi

f. Uji hipotesis

Uji t adalah pengujian secara statistik untuk mengetahui apakah variabel independen mempunyai pengaruh terhadap variabel dependen secara parsial.<sup>29</sup>

<sup>28</sup> Florensus Pureklolong, *Pengaruh Kepuasan Terhadap Loyalitas Konsumen (Studi Kasus Pada Sipink Tatto Studio Yogyakarta)*, 47.

<sup>29</sup> Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D*, 192.

Adapun prosedur pengujiannya adalah setelah melakukan perhitungan terhadap  $t$  hitung kemudian membandingkan dengan nilai  $t$  tabel dengan kriteria sebagai berikut:

- a) Apabila  $t$  hitung  $<$   $t$  tabel dan tingkat signifikansi ( $\alpha$ )  $>$  0,05 maka  $H_0$  diterima artinya, variabel independen tidak berpengaruh signifikan terhadap variabel dependen secara parsial.
  - b) Apabila  $t$  hitung  $>$   $t$  tabel dan tingkat signifikansi ( $\alpha$ )  $<$  0,05 maka  $H_0$  ditolak artinya, variabel independen berpengaruh signifikan terhadap variabel dependen secara parsial.
- g. Uji Determinasi ( $R^2$ )

Koefisien determinasi ( $R^2$ ) pada intinya mengukur seberapa jauh kemampuan model dalam menerangkan variasi variabel dependen. Nilai koefisien determinasi adalah antara nol dan satu. Nilai  $R^2$  yang kecil berarti kemampuan variabel-variabel independen dalam menjelaskan variasi variabel dependen sangat terbatas. Nilai yang mendekati satu variabel-variabel independen memberikan hampir semua informasi yang dibutuhkan untuk memprediksi variasi variabel independen.<sup>30</sup>

---

<sup>30</sup> Imam Ghazali, *Aplikasi Analisis Multivairate dengan Program IBM SPSS 21 Up Date PLS Regresi*, 97.