

BAB III

METODE PENELITIAN

A. Rancangan Penelitian

Dari judul yang telah disebutkan pada bab I, diketahui jenis penelitian yang digunakan pada penelitian ini adalah penelitian kuantitatif. Yang dimaksud dengan penelitian kuantitatif adalah penelitian yang disampaikan berupa deskripsi yang menggunakan angka dan statistik.⁵⁵ Sedangkan rancangan penelitian adalah penelitian korelasi, yaitu sebuah penelitian yang memiliki tujuan untuk menemukan antar variabel yang diteliti apakah memiliki hubungan atau tidak, jika memiliki hubungan maka seberapa erat hubungan tersebut, serta memiliki arti atau tidak hubungan tersebut.⁵⁶

Pada penelitian ini memiliki tujuan yakni untuk mengetahui apakah antar variabel yang diteliti memiliki pengaruh atau tidak memiliki pengaruh. Variabel yang dimaksud yaitu kelompok referensi (variabel X) dan keputusan pembelian (variabel Y).

B. Operasional Variabel

Pengertian dari variabel penelitian adalah sebuah karakter atau sifat atau nilai yang dimiliki oleh orang, obyek, atau kegiatan yang mempunyai variasi tertentu yang diputuskan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian diambil kesimpulannya.⁵⁷

⁵⁵ Ridwan dan Tita Lestari, *Dasar-dasar Statistika*, (Bandung: Alfabeta, 1999), 2.

⁵⁶ Suharsimi Arikunto, *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktek*, (Jakarta: Rineka Cipta, 1998), 251.

⁵⁷ Sugiono, *Metodologi Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D*, (Bandung: Alfabeta, 2012), 38.

Penelitian ini menggunakan dua variabel, yaitu : ⁵⁸

1. Variabel Independen (X) / (Variabel Bebas)

Variabel Independen biasanya disebut juga dengan variabel *stimulus*, *prediktor*, *antecedent*. Sedangkan dalam bahasa Indonesia variabel ini sering disebut dengan variabel bebas. Pengertian dari variabel bebas adalah variabel yang dapat memberikan pengaruh atau dapat menjadi penyebab berubahnya atau munculnya variabel dependen (variabel terikat). Simbol (X) merupakan perlambangan dari variabel ini.

Yang merupakan variabel bebas pada penelitian ini adalah kelompok referensi dilambangkan dengan simbol (X). Kelompok Referensi adalah semua kelompok yang mempunyai pengaruh langsung (tatap muka) atau tidak langsung terhadap sikap atau perilaku orang tersebut.⁵⁹

2. Variabel Dependen (Y) / (Variabel Terikat)

Variabel dependen biasanya disebut juga dengan variabel *output*, *kriteria*, *konsekuen*. Sedangkan dalam bahasa Indonesia variabel ini sering disebut dengan variabel terikat. Pengertian dari variabel terikat adalah variabel yang mendapatkan pengaruh atau yang menjadi akibat dari adanya variabel bebas. Simbol (Y) merupakan perlambangan dari variabel ini.

Yang merupakan variabel terikat pada penelitian ini adalah keputusan pembelian yang dilambangkan dengan simbol (Y). Keputusan

⁵⁸ Ibid, 39.

⁵⁹ Philip Kotler dan Kevin Lane Keller, *Manajemen Pemasaran*, (Jakarta:Erlangga, 2008),170.

pembelian yaitu keputusan pembelian konsumen akhir perorangan dan rumah tangga yang membeli barang dan jasa untuk konsumsi pribadi.⁶⁰

Berdasarkan satu variabel bebas dan satu variabel terikat yang telah disebutkan, dapat diidentifikasi berdasarkan indikator pada masing-masing variabel sebagai berikut:

Tabel 3.1
Operasional Variabel X

Variabel	Variabel Indikator	Deskripsi Indikator
Kelompok Referensi (X)	Informasional	<ul style="list-style-type: none"> a. Mencari informasi dari kelompok referensi b. Menghindari resiko c. Mendengar kelompok referensi berbicara mengenai produk d. Kelompok referensi dapat meyakinkan orang
	Utilitarian	<ul style="list-style-type: none"> a. Penerimaan sosial sebagai motivasi kuat b. Produk atau jasa yang dibeli sebagai simbol norma sosial
	Ekspresi Nilai	<ul style="list-style-type: none"> a. Sebagai simbol konsep diri b. Meningkatkan nilai c. Mencerminkan makna diri d. Membentuk gaya hidup

Sumber: Indikator kelompok referensi menurut Mia Almira Rahma (2016)

⁶⁰ Philip Kotler dan Kevin Lane Keller, *Manajemen Pemasaran*, (Jakarta: Erlangga, 2009), 184.

Tabel 3.2
Operasional Variabel Y

Variabel	Variabel Indikator	Deskripsi Indikator
Keputusan Pembelian (Y)	Pengenalan kebutuhan	Kesadaran kebutuhan akan produk
	Pencarian informasi	Pencarian informasi produk dari orang lain
	Evaluasi alternatif	Membandingkan produk dengan produk <i>competitor</i>
	Keputusan pembelian	Melakukan pembelian terhadap produk
	Perilaku <i>pasca</i> beli	Perilaku kepuasan atau ketidakpuasan terhadap produk

Sumber: Indikator keputusan pembelian menurut Felisianus Dwito (2017)

C. Lokasi Penelitian

Penelitian ini dilakukan pada konsumen kamera *mirrorless* Sony yang merupakan anggota dari Komunitas SHOTTER yang kantor sekretariatannya berada di Jalan Lawu nomor 47 Pare, Kabupaten Kediri.

D. Populasi dan Sampel

Populasi merupakan daerah generalisasi yang terdiri atas objek atau subyek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan untuk diambil kesimpulan.⁶¹ Populasi bisa dikatakan dengan keseluruhan objek penelitian. Dalam penelitian ini yang termasuk populasi adalah seluruh anggota komunitas SHOTTER yang merupakan konsumen dari kamera *mirrorless* merek Sony, yakni sejumlah 110 orang.

⁶¹ Sugiono, *Metodologi Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D*, 80.

Sampel merupakan bagian dari populasi.⁶² Sampel merupakan bagian dari populasi yang mempunyai persamaan sifat karakteristik sehingga dapat mewakili populasi.⁶³ Jika terdapat populasi yang besar, sehingga peneliti tidak memungkinkan untuk mempelajari semua yang ada pada populasi, misalnya karena adanya keterbatasan dana, tenaga, dan waktu, maka peneliti bisa menggunakan sampel dari populasi tersebut.⁶⁴ Pada penelitian ini, peneliti menggunakan teknik *Simple Random Sampling*, yaitu pemilihan sampel dari populasi yang dilakukan secara acak tanpa memperhatikan tingkatan yang ada dalam populasi tersebut.⁶⁵

Pada penelitian ini memiliki populasi sejumlah 110 orang, maka peneliti menentukan sampel dengan menggunakan tabel penentuan jumlah sampel dari populasi tertentu yang dikembangkan dari teori *Isaac* dan *Michael*.⁶⁶ Pengambilan sampel ini menghendaki kepercayaan sampel terhadap populasi 95% atau taraf kesalahan sebesar 5%. Berdasarkan tabel penentuan jumlah sampel dari *Isaac* dan *Michael*, dengan jumlah populasi (N) sebesar 110 orang, maka diperoleh jumlah sampel (s) sebesar 84 orang yang tergabung dalam komunitas SHOTTER Kediri.

E. Data dan Sumber Data

Data dapat berbentuk kualitatif atau kuantitatif. Pengertian dari data kualitatif adalah data yang tidak bisa dihitung dan diukur karena data ini tidak disajikan dalam bentuk angka. Sedangkan data kuantitatif adalah data yang

⁶² Syaifuddin Azwar, *Metode Penelitian*, (Yogyakarta: Pustaka Pelajar, 1998), 79.

⁶³ Nana Sudjana dan Ibrahim, *Penelitian dan Penilaian Pendidikan*, (Bandung: Sinar Baru, 1989), 84.

⁶⁴ Sugiono, *Metode Penelitian Manajemen*, (Bandung: Alfabeta, 2014), 158.

⁶⁵ *Ibid*, 152.

⁶⁶ Sugiyono, *Statistika Untuk Penelitian*, (Bandung: Alfabeta, 2014), 71.

disajikan dalam bentuk angka sebagai hasil dari pengamatan atau pengukuran sehingga dapat dihitung dan diukur, data kuantitatif bisa disebut dengan data kualitatif yang diangkakan (*scoring*).⁶⁷ Dari penjelasan mengenai data kualitatif dan kuantitatif tersebut, diketahui data kuantitatif dalam penelitian ini adalah data yang diperoleh dari sumber data melalui penyebaran kuesioner atau angket kepada responden.

Sumber data merupakan subjek di mana data tersebut diperoleh. Sumber data yang digunakan adalah data primer, yakni data yang dikumpulkan dan diolah sendiri oleh peneliti langsung dari objeknya.⁶⁸ Dan menggunakan data sekunder, yakni data yang diperoleh melalui hasil pengelolaan pihak kedua dari hasil penelitian lapangan. Data sekunder diperoleh dari berbagai sumber, seperti lembaga-lembaga penelitian swasta atau pemerintah. Data dapat diperoleh dari masing-masing lembaga tersebut, baik itu berupa laporan-laporan, buku-buku, profil atau literatur yang lainnya.⁶⁹

Pada penelitian ini menggunakan data primer sebagai sumber datanya. Data primer dalam penelitian ini adalah jawaban responden atas pertanyaan-pertanyaan dalam kuesioner atau angket yang dibagikan pada responden. Responden dalam penelitian ini adalah anggota komunitas Shotter. Di mana kuesioner atau angket tersebut membahas mengenai kelompok referensi terhadap keputusan pembelian produk kamera *mirrorless* merek Sony.

F. Metode Pengumpulan Data

⁶⁷ Zuraidah, *Statistika Deskriptif*, (Kediri: STAIN Kediri Press, 2011), 30.

⁶⁸ Supramono dan Sugiarto, *Statistika*, (Yogyakarta: Adi Offset, 1993), 58.

⁶⁹ Arikunto, *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktis*, (Jakarta: Rineka Cipta, 2002), 114.

Metode yang digunakan peneliti untuk pengumpulan data adalah sebagai berikut:

1. Angket

Angket atau biasa juga disebut dengan kuesioner adalah metode pengumpulan data yang dilakukan dengan cara memberikan berbagai pertanyaan atau dengan memberi pernyataan tertulis kepada responden untuk dijawab.⁷⁰

Pada penelitian ini, angket dibagikan pada responden yakni anggota komunitas SHOTTER dalam rangka untuk mencari data dan informasi mengenai pengaruh kelompok referensi terhadap keputusan pembelian konsumen.

2. Dokumentasi

Dokumentasi adalah metode yang digunakan untuk menemukan data yang berkaitan dengan hal-hal atau variabel berupa memo atau catatan, buku, koran, majalah, internet, dan lain-lain yang memiliki hubungan dengan informasi yang menyangkut suatu objek penelitian.⁷¹ Metode ini digunakan untuk memperoleh data mengenai:

- a. Segala hal yang berkaitan dengan produk kamera *mirrorless* Sony.
- b. Segala informasi terkait komunitas SHOTTER.

G. Instrumen Penelitian

Yang dimaksud dengan instrumen penelitian adalah alat bantu yang dipilih dan digunakan peneliti untuk membantu ketika mengumpulkan data agar

⁷⁰ Sugiyono, *Metode Penelitian Manajemen*, 230.

⁷¹ Irawan Soehartono, *Metodologi Penelitian Sosial*, (Bandung: Remaja Rosdakarya, 1995), 69.

kegiatan penelitian menjadi sistematis dan lebih mudah.⁷² Alat bantu yang digunakan untuk instrumen penelitian antara lain, sebagai berikut:

1. Pedoman Angket

Angket adalah pertanyaan atau pernyataan yang disampaikan kepada para responden untuk dijawab dan disajikan dalam suatu lembaran, para responden dapat menjawab dengan cara memberikan tanda silang pada jawaban yang dipilih. Alat ini dapat membantu dalam mengetahui pengaruh kelompok referensi terhadap keputusan pembelian. Penelitian ini menggunakan daftar pertanyaan (angket) yang berhubungan dengan kelompok referensi dan keputusan pembelian.

2. Pedoman Dokumentasi

Dokumentasi digunakan dalam mencari data mengenai hal-hal atau variabel berupa memo atau catatan, buku, koran, majalah, internet, dan lain-lain yang memiliki hubungan dengan informasi yang menyangkut suatu objek penelitian..

H. Analisis Data

Analisis data adalah proses penelusuran dan pengaturan secara terstruktur terhadap data yang didapatkan supaya bisa disampaikan kepada orang lain.⁷³ Analisis data dapat dilaksanakan setelah data dari seluruh responden atau sumber data lain telah terkumpul, selanjutnya data tersebut akan digunakan untuk menarik kesimpulan yang objektif dan masuk akal.

⁷² Suharsimi Arikunto, *Manajemen Penelitian*, (Jakarta: Rineka Cipta, 2000), 36.

⁷³ Ahmad Tanzeh, *Pengantar Metode Penelitian*, (Yogyakarta: Teras, 2009), 103.

Berdasarkan tujuan penelitian, maka peneliti menggunakan analisis korelasi ganda dan analisis regresi linier berganda dengan menggunakan bantuan program SPSS (*Statistical Product and Service Solutions*).

Berikut adalah langkah-langkah yang dilakukan dalam mengolah data setelah data terkumpul, yakni:⁷⁴

1. *Editing*

Pada saat data diterima (data mentah atau data primer) maka perlu ditelaah terlebih dahulu, apakah terjadi kesalahan dalam pengisian, tidak menutup kemungkinan terdapat pengisian data yang tidak lengkap, palsu, tidak sesuai, dan lain sebagainya. Kegiatan mengoreksi atau proses pengecekan ini disebut dengan *editing*.⁷⁵ Jawaban dari responden perlu diadakan pembersihan atau pemeriksaan kembali karena tidak semua jawaban yang diberikan adalah benar, apakah semua jawaban sudah dijawab, atau apakah sudah benar dan sesuai dengan keadaan, dan lain sebagainya.

2. *Coding dan Categorizing*

Coding adalah memberi tanda atau simbol atau kode pada setiap data yang termasuk dalam kategori yang sama.⁷⁶ Sedangkan *categorizing* adalah menggolongkan data yang terdapat pada daftar pernyataan ke kategori variabelnya masing-masing.

Dalam penelitian ini *coding* dan *categorizing* adalah sebagai berikut:

- a. Untuk variabel bebas (*independent*), yaitu kelompok referensi (X).

⁷⁴Suharsimi Arikunto, *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktis*, 238-239.

⁷⁵ Marzuki, *Metodologi Riset*, (Yogyakarta: Bagian Penerbit Fakultas Ekonomi UII, 1986), 81.

⁷⁶ *Ibid.*, 82.

b. Untuk variabel terikat (*dependent*), yaitu keputusan pembelian (Y).

3. *Scoring*

Scoring adalah memberi skor pada item-item yang perlu diberi skor.⁷⁷

Pada proses ini, 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) : 5
- b. Setuju (S) : 4
- c. Netral (N) : 3
- d. Tidak Setuju (TS) : 2
- e. Sangat Tidak Setuju (STS) : 1

Teknik *scoring* dibuat demikian supaya terlihat jelas skor masing-masing pada tiap *option* (pilihan).

4. *Tabulating Data*

Jawaban yang telah diterima dari responden akan dikelompokkan dan kemudian dihitung serta dijumlah berapa banyak peristiwa, gejala, atau *item* yang termasuk dalam kategori yang sama.⁷⁸ Proses memasukkan nilai rata-rata angket sesuai dengan kategori yang telah ditentukan sebelumnya ke dalam tabel sajian data maupun analisis data disebut dengan tabulasi data.

⁷⁷ Suharsimi Arikunto, *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktis*, 241-242.

⁷⁸ Marzuki, *Metodologi Riset*, 83.

5. *Processing* (Proses)

Processing adalah proses menghitung dan mengolah data atau menganalisis data dengan statistik.⁷⁹ Teknik dalam analisisnya adalah sebagai berikut:

a. Uji validitas data

Validitas merupakan suatu ukuran untuk menyatakan tingkat kevalidan atau keabsahan suatu instrumen. Cara yang digunakan untuk mengukur validitas konstruk adalah mencari korelasi antara masing-masing pertanyaan dengan skor total menggunakan analisis korelasi *product moment*, proses ini dapat dibantu dengan aplikasi SPSS 21.

b. Uji Reliabilitas

Reliabilitas adalah indikator yang memperlihatkan seberapa besar alat pengukur yang digunakan dapat dipercaya atau dapat diandalkan.⁸⁰ Uji reliabilitas dapat dilakukan dengan menggunakan bantuan aplikasi SPSS 21.

Ukuran kemandapan *alpha* dapat dirumuskan sebagai berikut:

- 1) Nilai *alpha* 0,00 - 0,2 berarti kurang reliabel
- 2) Nilai *alpha* 0,21- 0,4 berarti agak reliabel
- 3) Nilai *alpha* 0,41- 0,6 berarti cukup reliabel
- 4) Nilai *alpha* 0,61- 0,8 berarti reliabel

⁷⁹ Bambang Prasetyo dan Lina Miftahul Jannah, *Metodologi Penelitian Kuantitatif*, (Jakarta: Raja Grafindo Persada, 2008), 171.

⁸⁰ Sugiyono, *Statistika Untuk Penelitian*, (Bandung: Alfabeta, 2013), 14.

5) Nilai α 0,81- 1,00 berarti sangat reliabel⁸¹

c. Uji Deskriptif

Data yang telah diperoleh kemudian akan dideskripsikan untuk memudahkan pembaca dalam memahaminya. Hasil data ini untuk mengetahui tingkat kelompok referensidan tingkat keputusan pembelian terhadap kamera *mirrorless* merek Sony.

d. Uji Asumsi Klasik

1) Uji Normalitas

Uji normalitas dilakukan dengan tujuan untuk mengetahui apakah data penelitian yang diperoleh berdistribusi normal atau mendekati normal. Untuk melakukan uji normalitas dapat dengan berbagai cara, salah satu caranya adalah melakukan uji *Kolmogorov Smirnov*. Uji nilai *Kolmogorov Smirnov* dapat dilakukan menggunakan bantuan program aplikasi SPSS 21. Jika diketahui nilai probabilitas $\geq 0,05$ dapat dinyatakan bahwa data berdistribusi normal, apabila diketahui nilai probabilitas $\leq 0,05$ dapat dinyatakan bahwa data berdistribusi tidak normal.⁸²

2) Uji Multikolinieritas

Uji Multikolinieritas dilakukan untuk mengetahui apakah ada atau tidak penyimpangan asumsi klasik multikolonieritas, yaitu ada hubungan linear antar variabel independen dalam

⁸¹ Agus Eko Sujianto, *Aplikasi Statistik dengan SPSS 16,0*(Jakarta: Prestasi Pustaka Karya, 2009), 97.

⁸² Imam Gunawan, *Pengantar STATISTIKA INFERENSIAL*, (Jakarta: Raja Grafindo Persada, 2016), 93.

model regresi. Prasyarat yang harus terpenuhi dalam model regresi adalah tidak adanya multikolinieritas. Berikut beberapa metode pengujian yang dapat digunakan, yakni:

- a) Menggunakan *nilai inflation* (VIF) pada model regresi.
- b) Membandingkan nilai koefisien determinasi individual (r^2) dengan nilai determinasi secara serentak (R).
- c) Melihat nilai *eigenvalue* dan *condition index*. Pada proses ini dilakukan uji multikolinieritas dengan melihat *nilai inflation* (VIF) pada model regresi. Berdasarkan pendapat Santoso, secara umum jika $VIF \geq 5$ dapat diartikan bahwa variabel tersebut mempunyai persoalan multikolinieritas dengan variabel bebas lainnya.⁸³

3) Uji *Heteroskedastisitas*

Uji heterokedastisitas dilakukan untuk mengetahui ada atau tidak penyimpangan asumsi klasik. Yang dimaksud dengan heterokedastisitas adalah terjadinya perbedaan varian residual suatu periode pengamatan yang lain.⁸⁴ Ada beberapa cara uji heterokedastisitas, salah satunya dengan melihat pola gambar *Scatterplot*, regresi dikatakan tidak terjadi heterokedastisitas apabila :

- a) Titik-titik data menyebar di atas, di bawah atau di sekitar 0.
- b) Titik-titik data mengumpul hanya dia atas atau di bawah saja.

⁸³ Dwi Prianto, *Mandiri Belajar SPSS* (Yogyakarta: Mediakom,2008), 68.

⁸⁴ Wiratman Sujarweni, *Belajar Mudah SPSS untuk Penelitian Mahasiswa dan Umum* (Yogyakarta: Ardana Media,2008),180.

- c) Penyebaran titik-titik tidak boleh membentuk pola bergelombang melebar kemudian menyempit dan melebar kembali.
 - d) Penyebaran titik-titik data tidak terpol
- 4) Uji Autokorelasi

Uji Autokorelasi dilakukan untuk mengetahui ada atau tidak penyimpangan asumsi klasik autokorelasi, yaitu korelasi yang terjadi antara residual pada satu pengamatan dengan pengamatan lain pada model regresi.⁸⁵ Dari berbagai macam cara uji autokorelasi, salah satunya dengan Uji Durbin - Watson (uji DW) dengan ketentuan sebagai berikut:

- a) Jika d lebih kecil dari dL atau lebih besar dari $(4-dL)$ maka hipotesis nol ditolak, yang berarti terdapat auto korelasi.
- 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 $(4-dU)$ dan $(4-dL)$, maka tidak menghasilkan kesimpulan yang pasti. Nilai dU dan dL dapat diperoleh tabel statistik Durbin Watson yang bergantung banyaknya obeservasi dan banyaknya variabel yang menjelaskan.

⁸⁵*Ibid.* 68.

e. Analisis Korelasi

Analisis korelasi dilakukan dengan teknik *Person Product Moment* untuk mengetahui arah dan kekuatan hubungan antara variabel bebas (X) dengan variabel terikat (Y) dan data tersebut interval dan rasio.⁸⁶

Adapun rumusnya 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 *Pearson Product Moment*

n : Jumlah sampel

x : Skor setiap pertanyaan/item

y : Skor total⁸⁷

Tabel 3.3
Interpretasi nilai r *Product Moment*

Besarnya "r" <i>Product Moment</i>	Interpretasi
0,00 – 0,19	Antara variabel X dan Y memang terdapat korelasi, tapi sangat lemah.
0,20 – 0,39	Antara variabel X dan Y memang terdapat korelasi yang lemah atau rendah.
0,40 – 0,79	Antara variabel X dan Y memang terdapat korelasi yang sedang atau cukupan.
0,80 – 1,00	Antara variabel X dan Y memang terdapat korelasi yang sangat kuat.

⁸⁶ Husaini Usman dan R. Purnomo Setiady Akbar, *Pengantar Statistik Edisi Kedua* (Jakarta: PT. Bumi Aksara, 2006), 197.

⁸⁷ Misbahudin dan Iqbal Hasan, *Analisis Data Penelitian Dengan Statistik* (Jakarta: PT. Bumi Aksara, 2013), 304.

f. Analisis Regresi Sederhana

Penelitian ini menggunakan rumus regresi sederhana yang bertujuan mengetahui seberapa besar pengaruh dari variabel bebas terhadap variabel terikat. Berikut rumus regresi yang digunakan:

$$Y = a + bX$$

Keterangan:

Y : Variabel terikat (Keputusan Pembelian)

a : Konstanta

x : Variabel bebas (Kelompok Referensi)

b : Koefisien regresi

g. Uji t

Uji t biasa juga disebut dengan uji parsial, yaitu untuk menguji pengaruh masing-masing variabel bebas secara sendiri-sendiri terhadap variabel terikat.

$t_{hitung} \leq t_{tabel}$ atau $-t_{hitung} \geq -t_{tabel}$ jadi H_0 diterima

$t_{hitung} > t_{tabel}$ atau $-t_{hitung} < -t_{tabel}$ jadi H_0 ditolak

h. Koefisien determinasi (R^2)

Nilai koefisien determinasi (R^2) adalah barometer untuk mengetahui koherensi atau ketepatan hubungan antara variabel independen dengan variabel dependen dalam suatu persamaan regresi.⁸⁸ Nilai R^2 akan berkisar 0 sampai 1. Apabila nilai R^2 kecil maka kemampuan variabel independen dalam menjelaskan variabel dependen amat terbatas. Apabila nilai semakin mendekati angka 1

⁸⁸ Purwanto dan SK Suharyanto, *Statistik untuk Ekonomi dan Keuangan Modern* (Jakarta: Salemba Empat, 2004), 514.

maka variabel-variabel independen memberikan hampir semua informasi yang dibutuhkan untuk memprediksi variasi independen. Tolak ukur pengujian $R^2 = 0$, artinya variabel bebas sama sekali tidak berpengaruh terhadap variabel terikat. Jika R^2 semakin mendekati 1, berarti mendekati 100% sehingga memiliki arti bahwa variabel bebas berpengaruh kuat terhadap variabel terikat.