

BAB III

METODE PENELITIAN

© Hak cipta milik IBI KKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)

Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

A. Obyek Penelitian

Objek penelitian ini adalah Paket Spotify Premium. Subjek penelitian ini adalah seluruh konsumen yang pernah menggunakan Paket Spotify Premium. Peneliti melakukan penelitian berdasarkan sampel dan penyebaran kuesioner melalui google form untuk menyingkat waktu penelitian.

B. Desain Penelitian

Desain Penelitian menurut Uma Sekaran dan Roger Bougie (2017:109) adalah rencana untuk pengumpulan, pengukuran, dan analisis data berdasarkan pertanyaan penelitian dari studi.

Dalam desain penelitian terdapat berbagai persoalan, dan persoalan ini terkait dengan keputusan yang berhubungan dengan:

1. Tujuan Studi

Tujuan studi dapat bersifat eksploratif, deskriptif, dan kausal. Dalam hal ini peneliti menggunakan studi deskriptif dan kausal, tujuan menggunakan studi deskriptif agar peneliti dapat menguji hipotesis dan menjawab semua pertanyaan penelitian yang dikemukakan. Sedangkan pada studi kausal agar peneliti dapat menjelaskan hubungan antar variable, yaitu bagaimana variable *word of mouth* dan *brand image* dapat berpengaruh terhadap keputusan pembelian paket Spotify Premium.

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.
2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.



2. Tingkat Intervensi

Tingkat intervensi memiliki 3 tingkat, yaitu minimal, sedang, dan berlebih. Dalam hal ini peneliti menggunakan tingkat minimal, yang berarti peneliti tidak melakukan manipulasi dan tidak mengintervensi aktivitas dalam pengumpulan data

3. Situasi Studi

Situasi studi memiliki 2 kejadian yaitu diatur dan tidak diatur. Merujuk pada tingkat intervensi yang digunakan peneliti, maka peneliti menggunakan situasi tidak diatur. Tujuan nya agar dalam pengumpulan data berlangsung secara normal

4. Strategi Penelitian

Dalam pengumpulan data, peneliti menggunakan strategi Penelitian Survei. Survei adalah sebuah system untuk mengumpulkan informasi dari atau tentang orang-orang untuk mendeskripsikan, membandingkan, atau menjelaskan pengetahuan, sikap, dan perilaku mereka (Uma Sekaran dan Roger Bougie, 2017:117). Penelitian survei yang akan digunakan berupa penyebaran kuesioner dan media penyebarannya menggunakan media elektronik, yaitu menggunakan *Google Form*.

5. Unit Analisis

Unit analisis yang digunakan adalah individu. Hal ini dilakukan karena dalam pengumpulan data yang dikumpulkan, itu dilakukan oleh setiap individu yang berbeda

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.
2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.



6. Horizon Waktu

Horizon waktu diklasifikasikan menjadi dua, yaitu *cross sectional* dan *longitudinal*. Pada penelitian ini, peneliti menggunakan *cross sectional* karena peneliti hanya dilakukan satu kali dan menyajikan potret suatu kejadian dalam satu waktu.

(C) Hak cipta milik IBI KKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)

Hak Cipta Diliindungi Undang-Undang

Variabel Penelitian

Berdasarkan batasan masalah yang akan diteliti variabel yang digunakan adalah variabel bebas atau independen dan variabel terikat atau dependen. Dalam penelitian ini terdapat tiga variabel yang akan digunakan sebagai bahan analisis yang terdiri dari 2 variabel independen yaitu *Word of Mouth* (X1) dan *Brand Image* (X2), dan satu variabel dependen yaitu Keputusan Pembelian (Y) yang diuraikan sebagai berikut:

1. *Word of Mouth* (X1)

Word of Mouth adalah suatu komunikasi yang dapat menjadi proses promosi atau rekomendasi dari konsumen satu ke konsumen lainnya terhadap suatu produk atau jasa berdasarkan dari pengalaman konsumen itu menggunakan suatu produk atau jasa yang telah digunakannya

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.



Tabel 3.1.

Operasionalisasi *Word of Mouth*

Variabel	Dimensi	Pernyataan	Skala
Word of Mouth (X1) (Irgo Andreas Tambunan, 2021)	Membicarakan	1. Saya sering membicarakan kepada orang lain kemudahan yang saya peroleh ketika menggunakan paket Spotify Premium	Interval
		2. Saya sering mendengar orang lain menceritakan keputusannya menggunakan paket Spotify Premium	
	Mempromosikan	1. Saya mempromosikan kepada orang terdekat saya mengenai hal yang saya peroleh ketika menggunakan paket Spotify Premium	Interval
	Merekomendasikan	1. Saya selalu merekomendasikan kepada keluarga atau teman saya yang suka mengakses Spotify untuk menggunakan paket Spotify Premium	Interval
	Menjual produk kepada orang lain	1. Saya meyakinkan teman atau keluarga yang memiliki perspektif negatif tentang paket Spotify Premium supaya mau menggunakan paket Spotify Premium	Interval

© Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang
IBIKKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)

Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.

2. *Brand Image* (X2)

Brand Image adalah suatu hal dimana seorang konsumen memiliki kesan terhadap sebuah produk atau jasa, yang mana kesan ini bisa muncul dari merek suatu produk atau jasa itu sendiri atau berbagai sumber



informasi yang digunakan untuk memenuhi kebutuhan psikologis dan sosial konsumen terhadap suatu produk atau jasa tersebut.

Tabel 3.2.

Operasionalisasi Brand Image

Variabel	Dimensi	Pernyataan	Skala
Brand Image (X2) (Benny Putra, 2021)	<i>Strength of Brand Associations</i>	1. Desain logo yang mudah diingat membuat saya memilih Spotify	Interval
		2. Tampilan warna pada logo Spotify memiliki daya tarik tersendiri	
	<i>Favorability of Brand Associations</i>	1. Saya memiliki kepercayaan terhadap paket Spotify Premium karena sesuai harapan.	Interval
		2. Setiap Saya ingin mendengarkan lagu yang terfikirkan pertama kali adalah Spotify	
		3. Slogan yang menarik mempengaruhi saya dalam membeli paket Spotify Premium	
	<i>Uniqueness of Brand Associations</i>	1. Saya memilih paket Spotify Premium karena memiliki tanggung jawab, manfaat serta jaminan yang baik bagi saya	Interval
		2. Spotify turut berkontribusi dalam memberikan dukungan keuangan atau bentuk dukungan lainnya dalam suatu event	

3. Keputusan Pembelian (Y)

Keputusan Pembelian adalah suatu kegiatan berupa konsumen membeli suatu produk atau jasa yang mereka sukai setelah memilih salah



satu diantara banyak pilihan berdasarkan berbagai evaluasi terhadap pilihan yang tersedia

Tabel 3.3.

Operasionalisasi Keputusan Pembelian

Variabel	Dimensi	Pernyataan	Skala
Keputusan Pembelian (Y) (Krima Risqi Ardiani, 2021)	Kemantapan pada sebuah produk	1. Saya melakukan pembelian karena membutuhkan paket Spotify Premium.	Interval
	Kebiasaan dalam membeli produk	1. Saya melakukan pembelian karena sudah terbiasa membeli dan sudah berlangganan paket Spotify Premium	Interval
	Memberikan rekomendasi kepada orang lain	1. Saya melakukan pembelian karena rekomendasi dari orang lain tentang kualitas dan model paket Spotify Premium	Interval
	Melakukan pembelian ulang	1. Paket Spotify Premium memberikan kesan yang elegan dan mewah pada diri saya, membuat saya melakukan pembelian lagi	Interval

© Hak cipta milik IBI Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

IBI Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie

D. Teknik Pengumpulan Data

1. Jenis dan Sumber Data

Data dapat diperoleh dari data primer dan data sekunder. Data primer merupakan data yang diperoleh langsung terkait dengan variabel, sedangkan data sekunder merupakan data yang dikumpulkan dari sumber-sumber yang sudah ada (Uma Sekaran dan Roger Bougie, 2017:130). Dalam penelitian ini, penulis menggunakan data primer. Sumber data menggunakan data primer yang terbentuk dari jawaban-jawaban atas penyebaran kuesioner

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.
2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.



1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.
2. Dilarang mengumpulkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.

kepada para responden yang pernah menggunakan layanan paket Spotify Premium.

2. Pengumpulan Data

Dalam penelitian ini teknik mengumpulkan data yang digunakan adalah dengan menggunakan kuesioner. Menurut Uma Sekaran dan Roger Bougie (2017:170) kuesioner adalah daftar pertanyaan tertulis yang telah dirumuskan sebelumnya di mana responden akan mencatat jawaban mereka, biasanya dalam alternative yang didefinisikan dengan jelas. Jenis kuesioner yang digunakan adalah pertanyaan tertutup.

3. Teknik Pengukuran Data

Teknik pengukuran data dalam penelitian ini menggunakan kuesioner dengan menggunakan skala Likert. Skala likert mempunyai gradasi dari sangat positif sampai sangat negative, yang dapat berupa kata-kata antara lain:

Tabel 3. 4.

Skala Likert

No	Kategori	Nilai
1	Sangat Setuju (SS)	5
2	Setuju (S)	4
3	Netral (N)	3
4	Tidak Setuju (TS)	2
5	Sangat Tidak Setuju (STS)	1



E. Teknik Pengambilan Sampel



Hak cipta milik IBI KKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

Teknik pengambilan sampel yang digunakan dalam penelitian ini adalah *nonprobability* sampling. Menurut Husein Umar (2019:61) *nonprobability* sampling adalah teknik pengambilan sampel yang semua elemen populasi belum tentu memiliki peluang yang sama untuk dipilih menjadi anggota sampel. Teknik *nonprobability* sampling ada 3 jenis, yaitu: *Convenience* Sampling, *Judgement* Sampling, dan *Snowball* Sampling. Pada penelitian ini, jenis yang digunakan adalah teknik *Judgement* Sampling. *Judgement* Sampling adalah kegiatan pengambilan sampel dimana pertimbangan-pertimbangannya sudah ditetapkan terlebih dahulu.

Data pada penelitian ini diperoleh dengan membagikan kuesioner dengan kriteria: konsumen yang pernah menggunakan paket Spotify Premium di Wilayah Jakarta dan responden usia di atas 17 tahun.

F. Teknik Analisis Data

Dalam menganalisis data, penulis menggunakan program SPSS 20.0 untuk mengolah data yang telah diperoleh melalui hasil kuesioner. Teknik analisis data yang digunakan oleh penulis untuk mempermudah proses pengolahan data, antara lain:

(1) Uji Validitas

Menurut Husein Umar (2019:63), uji validitas digunakan untuk mengetahui apakah ada pertanyaan atau pernyataan pada kuesioner yang harus dihapus atau diganti karena tidak mengukur yang hendak diukur.

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.



1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.
2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.

Dalam pengambilan uji validitas ini, peneliti membandingkan nilai korelasi hasil hitung (Corrected Item total Correlation) dengan korelasi dari Tabel Korelasi *Product Moment* dengan r tabel sebesar 0,361 ($n=30$, $\alpha = 5\%$). Rumus korelasi product moment sebagai berikut:

$$r = \frac{n(\sum XY) - (\sum X \sum Y)}{\sqrt{[n\sum X^2 - (\sum X)^2][n\sum Y^2 - (\sum Y)^2]}}$$

Keterangan :

r = korelasi

X = skor tiap pertanyaan

Y = skor total

n = jumlah responden

(2) Uji Reliabilitas

Menurut Husein Umar (2019:68), mengatakan uji reliabilitas berguna untuk menetapkan apakah instrumen kuesioner dinyatakan reliabel, yaitu dapat digunakan secara konsisten. Suatu variabel dikatakan reliabel jika memiliki nilai reliabilitas $>0,7$. Uji reliabilitas dapat menggunakan rumus Cronbach's Alpha sebagai berikut:

$$r_{11} = \left(\frac{k}{k-1} \right) \left(1 - \frac{\sum \sigma_{b^2}}{\sigma_t^2} \right)$$

Keterangan:

r_{11} = reliabilitas instrumen

k = banyak butir pertanyaan

σ_t^2 = varian total

$\sum \sigma_{b^2}$ = jumlah varians butir.

(3) Analisa Deskriptif

Menurut Husein Umar (2019:90) mengatakan analisis deskriptif bertujuan untuk memberikan gambaran data dan variabel-variabel penelitian sehingga lebih mudah untuk dideskripsikan.

Berikut analisa deskriptif yang digunakan, antara lain:

a. Rata-rata (Mean)

Rata-rata adalah sejumlah nilai yang dibagi dengan total dari jumlah pengamat. Rumus rata-rata adalah sebagai berikut :

$$\bar{X} = \sum \frac{fi \cdot xi}{n}$$

Keterangan:

$\bar{X}$ = skor rata-rata

fi = frekuensi pemilihan nilai

xi = data

n = jumlah responden

b. Persentase

Untuk menentukan berapa persen karakteristik responden yang terdiri dari jenis kelamin, usia, dan pekerjaan.

$$\rho = \frac{fi}{\sum fi} \times 100\%$$

Keterangan:

ρ = persentase dari responden yang berdasarkan kategori tertentu.

fi = banyaknya responden yang menjawab tertentu

$\sum fi$ = jumlah total responden

c. Rentang Skala

Rentang skala untuk menentukan posisi responden dengan menggunakan nilai skor setiap variabel. Untuk itu, perlu dihitung dengan rumus rentang skala sebagai berikut:

$$RS = \frac{m - n}{b}$$

Keterangan:

RS = rentang skala penilaian

m = skor tertinggi pada skala

n = skor terendah pada skala

b = jumlah kelas atau kategori yang dibuat

Setelah nilai rata-rata diperoleh, maka selanjutnya digambarkan rentang skala untuk menentukan posisi responden dengan menggunakan nilai skor setiap variabel. Untuk itu, perlu dihitung dengan rumus rentang skala sebagai berikut:

$$Rs = \frac{m - 1}{m}$$

Keterangan:

Rs = rentang skala penelitian

m = banyaknya kategori

Skor terbesar adalah 5 dan skor terkecil adalah 1, jumlah kelas atau kategori 5, maka dapat ditentukan rentang skalanya sebagai berikut:

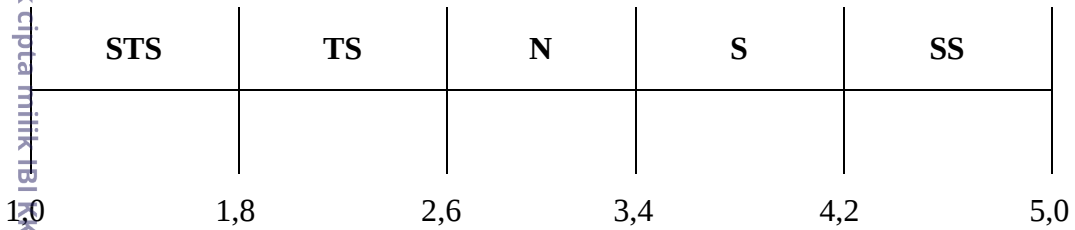
$$Rs = \frac{5 - 1}{5} = 0,8$$

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.



Gambar 3.1

Rentang Skala



Keterangan:

1,0 – 1,8 = Sangat Tidak Setuju (STS)

1,81 – 2,6 = Tidak Setuju (TS)

2,61 – 3,4 = Netral (N)

3,41 – 4,2 = Setuju (S)

4,21 – 5,0 = Sangat Setuju (SS)

(4) Uji Asumsi Klasik

a. Uji Normalitas

Uji normalitas berguna untuk melihat apakah nilai residual atau gap antara data hasl dan data hasil ramalan terdistribusi normal atau tidak (Husein Umar, 2019:75).

Uji normalitas yang dilakukan di dalam penelitian adalah menggunakan uji statistic non-parametik Kolmogorov-Smirnov (K-S) yang dinyatakan dalam Asymp.Sig (2-tailed) dengan hipotesis:

Ho : Data residual berdistribusi normal

Ha : Data residual tidak berdistribusi normal



Hasil analisis ini kemudian dibandingkan dengan nilai kritisnya.

Terdapat pedoman pengambilan keputusan, yaitu:

- (1) Jika angka signifikan (Sig) $> \alpha = 0,05$ maka data berdistribusi normal.
- (2) Jika angka signifikan (Sig) $< \alpha = 0,05$ maka data tidak berdistribusi normal.

b. Uji Multikolinearitas

Menurut Imam Ghozali (2018:107), uji multikolinearitas bertujuan untuk menguji apakah model regresi ditemukan adanya korelasi antara variabel independen. Jika variabel independen saling berkorelasi, maka variabel-variabel ini tidak ortogonal. Variabel ortonogonal adalah variabel independen yang nilai korelasi antar sesama variabel independen sama dengan nol. Pertimbangan utama untuk pengambilan keputusan adalah :

- (1) Jika nilai VIF < 10 dan Tolerance $> 0,1$, maka tidak terjadi atau terbebas dari multikolinearitas
- (2) Jika nilai VIF > 10 dan Tolerance $< 0,1$, maka akan terjadi atau tidak terbebas dari multikolinearitas

c. Uji Heteroskedastisitas

Menurut Imam Ghozali (2018:137), uji Heteroskedastisitas bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi terjadi

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.



ketidaksamaan varian dari residual satu pengamatan ke pengamatan yang lain. Jika varian residual dari satu pengamatan ke pengamatan lain tetap, maka disebut homokedastisitas dan jika berbeda disebut heterokedastisitas.

(1) Jika nilai sig > 5%, maka tidak terjadinya heteroskedastisitas

(2) Jika nilai sig < 5%, maka terjadinya heteroskedastisitas

(5)Analisi Regresi

Menurut Imam Ghozali (2018:96), analisis regresi digunakan untuk mengukur kekuatan hubungan antara dua variabel atau lebih, dan untuk menunjukkan arah hubungan antara variabel dependen dengan variabel independen.

$$Y = \beta_0 + \beta_1 X_1 + \beta_2 X_2 + e$$

Keterangan:

Y = Keputusan Pembelian

β_0 = konstanta

β_1 = koefisien regresi variabel X1

β_2 = koefisien regresi variabel X2

e = Error

X1 = *Word of Mouth*

X2 = *Brand Image*

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.

(6) Uji Keberartian Model (Uji F)

Pada uji F dapat dilihat signifikansi model regresi, apakah model regresi penelitian tersebut layak atau tidak untuk digunakan. Dalam analisisnya menggunakan hipotesis statistik sebagai berikut:

$$H_0 : \beta_1 = \beta_2 = 0$$

$$H_a : \text{tidak semua } \beta_i = 0$$

Kriteria utama untuk mengambil keputusan adalah :

- (1) Jika nilai Sig > 0,05 atau F hitung < F tabel maka tidak tolak H_0 artinya model regresi tersebut tidak dapat digunakan
- (2) Jika nilai Sig < 0,05 atau F hitung > F tabel maka tolak H_0 artinya model regresi tersebut dapat digunakan

(7) Uji Signifikan Koefisien (Uji T)

Menurut Imam Ghozali (2018:98), uji T pada dasarnya dilakukan untuk menunjukkan seberapa jauh pengaruh suatu variabel bebas atau independen secara individual dalam menerangkan variasi variabel dependennya. Hipotesis yang digunakan yaitu :

$$H_0 : \beta_1 = 0$$

$$H_a : \beta_1 \neq 0$$

Dasar pengambilan keputusan sebagai berikut :

- (1) Jika nilai Sig < 0,05 atau t hitung > t tabel, maka tolak H_0 yang artinya variabel independen secara individual mempengaruhi variabel dependen.

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.



- (2) Jika nilai $\text{Sig} > 0,05$ atau $t_{\text{hitung}} < t_{\text{tabel}}$ maka tidak tolak H_0 yang artinya variabel independen secara individual tidak mempengaruhi variabel dependen.

(8) Uji Koefisien Determinasi (R^2)

Menurut Imam Ghazali (2018:97), koefisien determinasi (R^2) pada intinya mengukur seberapa jauh kemampuan model dalam menerangkan variasi variabel dependen. Nilai dari koefisien determinasi selalu positif karena merupakan rasio dari jumlah kuadrat, yaitu bernilai antara 0 dan 1. Jika nilai R^2 yang didapat bernilai negative, maka R^2 tersebut akan dianggap bernilai 0.

- (1) $R^2 = 0$, artinya variabel independen (X) tidak memiliki kemampuan untuk menjelaskan variabel dependen (Y).
- (2) $R^2 = 1$, artinya variabel independen (X) secara sepenuhnya memiliki kemampuan untuk menjelaskan variabel dependen (Y).

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.
2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.