

BAB III

METODE PENELITIAN

A. Objek Penelitian

Objek penelitian merupakan target penelitian ilmiah untuk memperoleh data dengan tujuan dan kegunaan tertentu tentang sesuatu yang objektif, valid dan reliabel tentang suatu hal (variabel) tertentu.

Penelitian ini dilakukan untuk membuktikan adanya pengaruh promosi penjualan shopee terhadap perilaku konsumtif pada remaja perempuan di Kelapa Gading. Maka yang menjadi obyek pada penelitian ini adalah promosi penjualan Shopee. Penelitian ini dilakukan dengan cara menyebarkan kusioner (*google-form*) kepada konsumen remaja perempuan Shopee.

B. Desain Penelitian

Dalam penelitian ini penulis menggunakan strategi penelitian asosiatif. Menurut Sugiyono (2019:65) penelitian asosiatif adalah sebuah rumusan masalah yang bersifat mencari korelasi antara dua variabel atau lebih. Dalam penelitian ini strategi penelitian asosiatif digunakan untuk mengidentifikasi seberapa besar pengaruh variabel X (variabel bebas) yang terdiri atas *voucher* (X1), *rebates* (X2), *events* (X3), terhadap variabel Y yaitu Perilaku Konsumtif (variabel terikat), baik secara parsial maupun simultan.

Metode yang dipakai dalam penelitian adalah metode survei, yaitu penulis akan membagikan kuesioner untuk mendapatkan data. Sehingga pendekatan yang dipakai dalam penelitian ini adalah pendekatan kuantitatif. Menurut Sugiyono (2019:17)



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.

penelitian kuantitatif diartikan metode yang memiliki landasan pada filsafat *positivisme* dan agar dapat digunakan untuk meneliti sampel yang telah ditetapkan, mendapatkan data dan menggunakan perangkat penelitian dalam menganalisis data yang bersifat statistik/ kuantitatif , dengan tujuan menguji hipotesis yang telah ditentukan.

Jenis data yang dipakai dalam penelitian ini menggunakan pengumpulan data primer. Data primer adalah data asli yang dikumpulkan oleh penulis untuk hasilnya akan menjawab masalah penelitian secara khusus, adapun teknik pengumpulan data dalam penelitian ini berupa kuesioner (angket). Menurut Sugiyono (2019:199), kuesioner adalah teknik pengumpulan data yang digunakan dengan cara memberikan kumpulan pertanyaan atau pernyataan kepada responden untuk menjawab.

Teknik pengumpulan data ini dilakukan oleh peneliti dengan penyebaran daftar pertanyaan tertulis di *google form* kepada remaja perempuan yang menggunakan aplikasi Shopee di Kelapa Gading. Pengumpulan data juga didasarkan pada jawaban dan tanggapan responden terhadap pertanyaan/pernyataan yang diajukan oleh penulis.

C Variabel Penelitian

Menurut Sugiyono (2019:68) variabel penelitian adalah sebuah nilai, karakter atau sifat seseorang, objek atau sebuah kegiatan yang memiliki ragam tertentu yang ditentukan oleh penulis untuk kemudian diambil kesimpulannya.

1. Variabel Bebas (Independen Variabel)

Variabel Bebas sering juga disebut sebagai variabel stimulus. Dalam Bahasa Indonesia sering disebut variabel bebas. Variabel independen adalah variabel yang mempengaruhi atau menjadi penyebab terjadinya perubahan atau munculnya





variabel terikat (terikat) (Sugiyono, 2019:69). Variabel independen dalam penelitian ini adalah Pengaruh promosi penjualan shopee yang terdiri dari *voucher*, *rebates* dan *events*.

C

2 Variabel Terikat (Dependen Variabel)

Menurut Sugiyono (2019:69) Variabel Dependen sering disebut sebagai variabel keluaran, kriteria, akibat. Dalam bahasa Indonesia sering disebut sebagai variabel. Variabel adalah variabel yang dipengaruhi atau yang mana hasilnya, karena adanya variabel bebas. Variabel terikat adalah variabel yang dipengaruhi atau menjadi akibat dari timbulnya variabel bebas. Dalam penelitian ini adalah Perilaku Konsumtif Remaja Perempuan (Y)

**Tabel 2.1 Variabel Penelitian
Operasionalisasi Variabel Penelitian**

Variabel	Definisi	Indikator	Item Pertanyaan	Skala Pengukuran
Promosi Penjualan (X)	Menurut Kotler dan Keller (2016:622) Promosi Penjualan adalah elemen kunci dalam kampanye pemasaran, yang terdiri dari kumpulan alat insentif, yang sebagian besar bersifat jangka pendek, dirancang untuk merangsang konsumen untuk membeli produk atau jasa tertentu. layanan lebih cepat atau lebih. atau perdagangan.	<i>Voucher</i>	1.Saya mengetahui <i>Voucher</i> gratis ongkos kirim yang ditawarkan oleh Shopee 2.Saya mengklaim <i>Voucher</i> gratis ongkos kirim yang ditawarkan oleh Shopee 3. Saya membeli produk setelah mengklaim <i>voucher</i> gratis ongkir	Skala Likert

(Lanjutan)

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie

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.

**Tabel 2.1 (Lanjutan)
Operasionalisasi Variabel Penelitian**

Variabel	Definisi	Indikator	Item Pertanyaan	Skala Pengukuran
Promosi Penjualan	Menurut Kotler dan Keller (2016:622) Promosi Penjualan adalah elemen kunci dalam kampanye pemasaran, yang terdiri dari kumpulan alat insentif, yang sebagian besar bersifat jangka pendek, dirancang untuk merangsang konsumen untuk membeli produk atau jasa tertentu. layanan lebih cepat atau lebih. atau perdagangan.	<i>Rebates</i>	1.Saya mengetahui penawaran potongan harga (<i>rebates</i>) yang ditawarkan oleh Shopee 2.Saya mengklaim tawaran potongan harga disediakan oleh Shopee 3. Saya membeli produk setelah mengklaim potongan harga yang ditawarkan oleh Shopee	Skala Likert
		<i>Events</i>	1.Saya mengetahui program <i>events</i> seperti (<i>Flash sale</i> atau HARBOLNAS) yang digelar oleh Shopee 2.Saya tertarik mengikuti <i>events</i> (<i>Flash sale</i> atau HARBOLNAS) yang ditawarkan Shopee 3.Saya tertarik membeli produk saat Shopee mengadakan sebuah <i>events</i> seperti (<i>Flash sale</i> atau HARBOLNAS)	Skala Likert

(Lanjutan)

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang
Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang
Instititut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie

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 2.2 (Lanjutan)
Operasionalisasi Variabel Penelitian

Variabel	Dimensi	Indikator	Item Pertanyaan	Skala Pengukuran
Perilaku Konsumtif (Y)	Menurut Lina dan Rosyid (1997), perilaku konsumtif adalah perilaku yang dilakukan berdasarkan keinginan yang bisa dikatakan perilaku yang tidak rasional artinya tidak memiliki taraf rasionalnya lagi	Pembelian secara impulsif	<p>1.Saya membeli produk karena mendapatkan <i>voucher</i> sehingga gratis ongkos kirim produk</p> <p>2. Saya membeli produk karena potongan harga yang besar</p> <p>3.Saya membeli produk saat sedang diadakan promosi <i>event (Flash sale</i> atau HARBOLNAS)</p>	Skala Likert
		Pembelian tidak rasional	<p>1.Saya membeli produk karena memiliki <i>voucher</i> akan segera <i>expired</i></p> <p>2.Saya membeli produk karena potongan harga sebesar 50% dari harga barang</p> <p>3.Saya membeli produk karena <i>event (Flash sale</i> atau HARBOLNAS) memiliki promosi besar-besaran</p>	Skala Likert

(Lanjutan)

© Hak cipta milik IBI KKG (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.



**Tabel 2.2 (Lanjutan)
Operasionalisasi Variabel Penelitian**

Variabel	Dimensi	Indikator	Item Pertanyaan	Skala Pengukuran
Perilaku Konsumtif (Y)	Menurut Lina dan Rosyid (1997), perilaku konsumtif adalah perilaku yang dilakukan berdasarkan keinginan yang bisa dikatakan perilaku yang tidak rasional artinya tidak memiliki taraf rasionalnya lagi	Pemborosan	1.Saya membeli produk sesuai keinginan dan bukan kebutuhan saya tetpai karena saya memiliki <i>voucher</i> atau potongan harga 2. Saya membeli produk karean lucu dan unik pada saat digelarnya <i>events</i> promosi (<i>Flash Sale</i> atau HARBOLNAS)	Skala Likert

© Hak cipta milik IBI KKG (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.

D. Teknik pengumpulan Data

Menurut Sugiyono (2017:194) teknik pengumpulan data adalah cara yang dilakukan dalam sebuah penelitian untuk mengumpulkan data yang didapatkan melalui kuesioner (angket), wawancara (*interview*), pengamatan (observasi) dan juga gabungan ketiganya. teknik pengumpulan data dapat dilakukan dengan interview (wawancara), kuesioner (angket), observasi (pengamatan), dan gabungan ketiganya. Penulis akan menggunakan teknik pengambilan data berupa kuesioner atau angket.

Angket (kuesioner) adalah cara pengumpulan data yang dilakukan oleh peneliti dengan cara memberikan beberapa pertanyaan atau pernyataan tertulis kepada responden untuk ditanggapi. Dalam penelitian ini angket berfungsi sebagai alat untuk mencari informasi berdasarkan pengalaman pribadi yang tertuang dalam bentuk

pertanyaan atau pernyataan yang sesuai dengan keadaan responden. Angket dalam penelitian ini ditujukan pada remaja Perempuan Kelapa Gading yang menggunakan aplikasi Shopee. Penulis menggunakan angket tertutup adalah sebuah angket yang disajikan pertanyaan dan disediakan pilihan berupa jawaban yang dibatasi sehingga responden tidak bisa bebas memberikan jawaban sesuai dengan pemikiran mereka. Hal yang penting dalam suatu survei adalah bahwa semua responden diberi pertanyaan yang sama menghindari kecacauan.

E. Teknik Pengambilan Sampel

Teknik pengambilan sampel yang digunakan dalam penulis dalam penelitian ini adalah teknik *purposive sampling*. *Purposive sampling* adalah teknik penentuan sampel dengan pertimbangan tertentu dalam Sugiyono (2017:85). Teknik *purposive sampling* merupakan cara pengambilan sampel yang memiliki tujuan tertentu yang bukan didasarkan pada strata, random, atau geografi. Teknik ini digunakan karena adanya beberapa pertimbangan seperti pengambilan sampel yang didasarkan pada ciri-ciri dan kriteria tertentu yang merupakan ciri-ciri pokok sebuah populasi.

Sugiyono (2017:85) mengartikan *purposive sampling* sebagai teknik penentuan sampel dengan pertimbangan khusus. Peneliti ini menggunakan kriteria yaitu :

- a. Remaja Perempuan berusia 16 - 21 tahun di Kelapa Gading
- b. Memiliki aplikasi Shopee

Karena itu dasar teori yang digunakan oleh penulis untuk menentukan jumlah pengambilan sampel yang akan digunakan dalam penelitian ini adalah Penelitian *Multivariate* Ferdinand (2006) yang menyarankan ukuran sampel memiliki minimum



yaitu 5 sampai dengan 10 untuk setiap pertanyaan. Sehingga penelitian ini memiliki 17 pertanyaan, maka dapat diperoleh perhitungan sebagai berikut:

$$\begin{aligned} N &= 5 \times \text{jumlah pertanyaan} \\ &= 5 \times 17 \\ &= 85 \text{ responden} \end{aligned}$$

Jumlah sampel yang akan digunakan dalam penelitian ini adalah 85 responden.

F. Teknik Analisis Data

1. Skala Pengukuran

Dalam penelitian ini skala pengukuran menggunakan skala pengukuran yaitu digunakan untuk mengukur penelitian ini adalah skala Likert.

Menurut Sugiyono (2017:93) skala likert, alat pengukur untuk mengukur persepsi dan pendapat seseorang atau sekelompok orang tentang sebuah fenomena sosial. Skala Likert menggunakan variabel yang akan diukur diuraikan menjadi indikator variabel. Kemudian indikator tersebut akan dijadikan patokan untuk menyusun item-item yang membentuk pertanyaan atau pernyataan. Jawaban dari setiap pertanyaan yang menggunakan skala likert mempunyai susunan dari sangat positif sampai sangat negatif.

Skala Likert memiliki ketentuan didalamnya yang berisi keterangan dari jawaban yang telah diisi responden dengan rentang angka yang diberikan yaitu skor yang berguna untuk mengukur hasil jawaban responden. Dengan menggunakan skala likert, maka variabel yang diukur akan dijabarkan kemudian sub-variabel akan dijabarkan lagi sebagai indikator-indikator pernyataan yang akan menjadi





ujung tombak dari penelitian ini, sehingga skala likert memiliki beberapa ketentuan

yang memudahkan kita menghitung skor yang diperoleh responden. Ketentuannya sebagai berikut:

Tabel 2.3
Skala Pengukur Interval

No	Pilihan Jawaban	Kode	Skor
1	Sangat tidak setuju	STS	1
2	Tidak setuju	TS	2
3	Ragu-Ragu	RR	3
4	Setuju	S	4
5	Sangat Setuju	STS	5

2. Uji Validitas dan Reliabilitas

a. Uji Validitas

Uji Validitas merupakan salah satu cara untuk mengukur keabsahan atau ketepatan terhadap isi dalam suatu penelitian. Menurut Sugiyono (2016:267) Validitas adalah instrumen yang digunakan untuk mengukur sebuah data, arti valid adalah instrumen tersebut dapat digunakan (valid) untuk mengukur apa yang data yang digunakan. Menurut Ghazali (2016:52) uji validitas adalah salah satu alat pengukur suatu kusioner dapat dikatakan valid atau sah. Suatu kusioner dapat dikatakan valid jika semua pertanyaan memiliki kemampuan untuk mengungkapkan sesuatu yang akan diukur oleh kusioner tersebut. Dalam arti bahwa kusioner tersebut dapat digunakan atau layak digunakan.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie

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.



b. Uji Reliabilitas

Menurut Ghazali (2016:47) uji reliabilitas adalah sebuah alat yang digunakan untuk mengukur sebuah kuesioner yang merupakan berisi indikator dari setiap variabel. Reliabilitas adalah derajat konsisten dan mengukur stabilitas sebuah data. Suatu data dapat dikatakan reliabel (baik untuk digunakan) apabila dua atau lebih penelitian dalam obyek yang sama mendapatkan hasil data yang sama, atau penulis yang sama dalam waktu berbeda menghasilkan data yang serupa, atau bisa dinyatakan data tersebut handal jika data yang dapat tidak berubah dari waktu ke waktu. Reliabilitas sebuah variabel yang dibentuk dari daftar pernyataan atau pertanyaan dapat dinyatakan baik atau handal jika memiliki nilai *Cronbach's Alpha* $> 0,6$.

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

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

3 Uji Asumsi Klasik

a. Uji Normalitas

Uji Normalitas ini digunakan untuk mengetahui apakah penyebaran data terdistribusi secara normal. Dalam penelitian ini akan menggunakan Uji *Kolmogorov Smirnov* atau dengan melihat angka probabilitasnya (*Asymptotic Significance*), dengan ketentuan Ghazali (2016):

- (1) Jika probabilitas $> 0,05$ maka terdistribusi dari populasi secara normal.
- (2) Jika probabilitas $< 0,05$ maka populasi tidak terdistribusi secara normal.

b. Uji Multikolinieritas

Uji multikolinieritas bertujuan untuk menguji apakah model regresi ditemukan apakah adanya sebuah hubungan atau korekasi yang terjadi antar variabel independen Ghazali (2016:154).



Uji multikolinieritas bertujuan untuk menguji multikolinieritas atau tidak terjadinya multikolinieritas hubungan antara variabel bebas. Adapun cara mendeteksi ada atau tidaknya multikolinieritas antar variabel independen adalah dengan analisis sebagai berikut :

Melihat nilai t hitung, R^2 dan F ratio. Jika R^2 tinggi, nilai F ratio tinggi, sedangkan sebagian besar atau seluruh koefisien regresi tidak signifikan (nilai t hitung sangat rendah). Melihat *Variance Inflation Factor* (VIF) yaitu faktor pertambahan ragam. Mendeteksi dengan melihat nilai tolerance atau *variance inflation factor* (VIF). Jika nilai *tolerance* $> 0,10$ dan $VIF < 10$, maka tidak terjadi multikolinieritas, dan jika nilai *tolerance* atau *variance inflation factor* (VIF). Jika nilai *tolerance* $< 0,10$ dan $VIF > 10$, maka terjadi multikolinieritas.

c. Uji Heteroskedastisitas

Menurut Ghozali (2016:134) menyatakan bahwa uji heteroskedastisitas memiliki tujuan untuk mencari tahu apakah model regresi memiliki ketidsaksamaan variansi dari satu pengamatan ke pengamatan lainnya. Dan jika ditemukan bahwa variansi dan residual mengalami ketetapan dari satu pengamatan ke pengamatan lainnya hal ini bisa disebut dengan homoskedastisitas dan jika berbeda dapat disebut Heteroskedastisitas. Sebuah model regresi dapat dikatakan baik jika model tersebut tidak memiliki masalah heteroskedastisitas atau terjadinya Homoskedastisitas.

Dalam penelitian ini penulis menggunakan uji *glejse* untuk menguji heteroskedastisitas. Uji *Glejse* berguna untuk mengetahui regresi antar variabel independen dan nilai residualnya. Dan jika diperoleh nilai signifikansi antara variabel independen dengan residual lebih dari 0,05 maka dapat disimpulkan bahwa tidak terjadi masalah heteroskedastisitas.



4. Uji Analisa Regresi dan Uji Hipotesis



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

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie

a. Analisis Regresi Linier Berganda

Menurut Sugiyono (2017:260) analisis regresi adalah berguna untuk mengetahui apakah sebuah variabel dependen dapat mempengaruhi variabel indepen atau tidak. Adapun Rumus Analisis Regresi Linier Berganda adalah :

$$Y = \alpha + \beta_1 X_1 + \beta_2 X_2 + \beta_3 X_3$$

Keterangan :

Y : Perilaku Konsumtif

X₁: Voucher

X₂ : Rebates

X₃ : Events

ε : error

b. Uji Koefisien Determinasi

Menurut Ghozali (2016:95) menyatakan bahwa uji koefesien determinasi (R²) adalah untuk mengukur seberapa kemampuan model dalam menjelaskan variabel dependen didalam sebuah penelitian. Nilai koefisien determinasi adalah antara nol dan satu.

Adapun uji koefisien determinasi dapat digunakan untuk mengukur baik atau tidak garis regresi yang kita miliki. Apabila nilai R² yang kecil dapat dinyatakan bahwa kemampuan variabel-variabel independen dalam menjelaskan variabel dependen sangat terbatas. Dan juga sebaliknya, jika nilai tersebut mendekati 1 berarti variabel-variabel independen memberikan sebagian

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.



besar semua informasi yang penulis butuhkan untuk memperkirakan variabel dependen.

c. Uji F

Uji F digunakan untuk mengetahui apakah model refresi sesuai atau tidak sesuai. Sehingga jika layak atau sesuai model dapat digunakan dan uji koefisien (uji t) dapat dilakukan.

Dasar pengambilan keputusan tersebut berdasar pada kriteria dasar pengambilan keputusan yang dilakukan dengan melihat perbandingan nilai F hasil dengan nilai F tabel sebagai berikut:

- (1) Apabila $F_{hitung} > F_{tabel}$, maka H_0 ditolak dan H_a diterima
- (2) Apabila $F_{hitung} < F_{tabel}$, maka H_0 diterima dan H_a ditolak

H_0 ditolak artinya model tersebut sesuai (fit) dan dapat digunakan.

d. Uji t

Uji t merupakan uji yang bertujuan apakah variabel independen secara parsial mempengaruhi variabel dependen. Hasil uji t dapat kita lihat dari tabel koefisien pada kolom nilai sig. Jika probabilitas nilai t signifikan $< 0,05$, maka dapat dinyatakan memiliki pengaruh kepada variabel bebas terhadap variabel terikat secara parsial. Namun, jika probabilitas nilai t signifikan $> 0,05$, dikatakan bahwa tidak memiliki pengaruh kepada variabel bebas terhadap variabel terikat secara parsial (Ho ditemukan) Ghazali (2016:97-98).