



## BAB III

### METODE PENELITIAN

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

#### A. Objek Penelitian

Pada penelitian ini yang menjadi objek penelitian adalah minuman *bubble tea* Onezo di Jakarta Utara. Sedangkan subjek penelitian ini adalah pelanggan yang pernah melakukan pembelian terhadap minuman *bubble tea* Onezo di Jakarta Utara.

#### B. Desain Penelitian

Menurut Cooper dan Schindler (2020:147), Menunjukkan baik struktur permasalahan penelitian kerangka kerja, organisasi, atau konfigurasi dari hubungan antarvariabel studi yang diteliti maupun perencanaan investigasi yang digunakan untuk mendapatkan bukti empiris mengenai hubungan tersebut.

##### 1) Derajat kristalisasi pertanyaan riset

Merupakan tingkat sejauh mana pertanyaan riset telah dikristalisasi atau masalah penelitian telah dirumuskan. Suatu studi dapat bersifat penjajakan (eksplorasi) atau formal. Berdasarkan tingkat derajat kristalisasi pertanyaan riset, studi yang digunakan berkaitan dengan penelitian ini adalah studi formal.

##### 2) Metode pengumpulan data

Metode pengumpulan data diklasifikasikan menjadi 2, yaitu melalui proses pengamatan dan melalui komunikasi. Berdasarkan klasifikasi metode pengumpulan data, penelitian ini menggunakan metode komunikasi dengan pendekatan survei.

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.



### 3) Pengontrolan variable

Pengontrolan variabel oleh periset dalam pengujian diperlukan kemampuan untuk membandingkan antara desain eksperimen dan desain laporan sesudah fakta. Dalam desain eksperimen dan desain laporan sesudah fakta. Dalam desain eksperimen, periset berupaya mengontrol dan/ atau memanipulasi variabel dalam studi. Berdasarkan pengontrolan variabel oleh periset penelitian ini menggunakan desain laporan sesudah fakta atau *ex post facto* fakta tersebut, para peneliti tidak mempunyai kemampuan untuk mengendalikan variabel-variabel tersebut.

### 4) Tujuan studi

Dalam studi sebab akibat, kita mencoba menjelaskan hubungan antara variabel. Pada awalnya penelitian ini menggunakan studi deskriptif dimana penelitian ini berkaitan dengan mencari tahu apa, siapa, dimana, bagaimana, atau berapa banyak yang digunakan untuk menggambarkan bagaimana penelitian terhadap produk minuman *bubble tea* Onezo. Penelitian ini lalu di lanjutkan ke tahap studi kausal dimana berusaha untuk menjelaskan hubungan-hubungan antara variabel yaitu bagaimana pengaruh Kualitas Produk dan Kualitas Layanan Terhadap Kepuasan Pelanggan pada minuman *bubble tea* Onezo.

### 5) Dimensi waktu

Dalam merancang desain penelitian, dimensi waktu perlu menjadi perhatian bagi peneliti, yang meliputi: *cross sectional study* dan *longitudinal study*. Berdasarkan dimensi waktu, penelitian ini termasuk dalam studi lintas bagian (*cross-sectional study*). *Cross-sectional study* berusaha mempelajari dinamika hubungan-hubungan atau korelasi antara faktor-faktor risiko dengan dampak atau efeknya. Studi ini dilaksanakan satu kali

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

© Hak cipta milik IBI KKG (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.



dan mencerminkan potret dari suatu keadaan pada saat tertentu pembagian kuesioner pada responden minuman *bubble tea* Onezo.

#### 6) Cakupan topik

Cakupan topik dalam penelitian dapat dibagi menjadi dua, yaitu studi statistik dan studi kasus. Penelitian ini termasuk dalam studi statistik, dimana lebih mementingkan keluasan studi dan bukan kedalaman dari studi. Studi ini berusaha untuk mengetahui ciri-ciri populasi melalui penarikan kesimpulan secara inferensi berdasarkan ciri-ciri sampel, sehingga pengujian hipotesisnya akan diuji secara kuantitatif.

#### 7) Lingkungan riset

Desain juga akan menjadi berbeda karena bergantung pada kondisi lingkungannya, apakah muncul dalam kondisi lingkungan aktual (kondisi lapangan) atau dibawah kondisi yang dimanipulasi (kondisi laboratorium). Berdasarkan lingkungan riset, studi penelitian ini termasuk dalam kondisi lingkungan aktual atau kondisi lapangan.

#### 8) Persepsi peserta

Manfaat suatu desain dapat berkurang pada saat orang-orang yang dilibatkan dalam studi yang disamakan merasa bahwa suatu riset sedang dijalankan. Persepsi peserta dapat mempengaruhi hasil riset secara tidak terlihat. Terdapat tiga tingkatan persepsi, yaitu peserta tidak merasakan adanya penyimpangan dari rutinitas sehari-hari, peserta merasakan adanya penyimpangan tetapi tidak terkait dengan periset dan peserta merasakan adanya penyimpangan yang diakibatkan oleh periset.

Dalam penelitian ini, persepsi peserta yang diusahakan adalah peserta tidak merasa adanya penyimpangan dari rutinitas sehari-hari sampai peserta merasakan adanya penyimpangan tetapi tidak terkait dengan periset. Jenis metode yang digunakan



dalam penelitian ini adalah metode deskriptif dengan pendekatan survei. Penelitian deskriptif ini bertujuan untuk mendapatkan gambaran secermat mungkin mengenai individu, keadaan, gejala, atau kelompok tertentu. Pendekatan survei dilakukan dengan cara mengumpulkan data yang diperoleh dari kuesioner yang disebarakan kepada responden yang pernah mengonsumsi minuman *bubble tea* Onezo, dimana kuesioner tersebut berisi sejumlah pertanyaan mengenai bagaimana pengaruh kualitas produk dan kualitas layanan terhadap kepuasan pelanggan pada minuman *bubble tea* Onezo.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

### Variabel Penelitian

Dalam penelitian ini terdapat tiga variabel yang terdiri dari dua variabel independen dan satu variabel dependen. Variabel independen berupa kualitas produk dan kualitas layanan, sedangkan variabel dependen berupa kepuasan pelanggan. Indikator dan item pertanyaan setiap variabel dijabarkan sebagai berikut:

#### 1. Variabel Kualitas Produk

Variabel kualitas produk dijabarkan dalam tabel 3.1 berikut:

**Tabel 3.1**

**Indikator dan Item Pernyataan Kualitas Produk**

Variabel	Dimensi	Indikator	Skala
Kualitas Produk	Bentuk ( <i>Form</i> )	Produk-produk yang disajikan minuman <i>bubble tea</i> Onezo memiliki bentuk dan warna yang bervariasi	Interval
	Fitur ( <i>Features</i> )	<i>Bubble</i> yang disajikan Onezo dibuat sendiri di toko	Interval

Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian

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.



C Hak cipta milik IBI KKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)	Mutu Kinerja ( <i>Performance Quality</i> )	Produk yang di sediakan Onezo selalu <i>fresh</i> atau segar dan banyak varian rasa yang lebih beragam	Interval
	Mutu Kesesuaian ( <i>Conformance Quality</i> )	Produk yang disajikan Onezo sesuai dengan spesifikasi di menu	Interval
	Kehandalan ( <i>Reliability</i> )	Onezo memiliki kehandalan khusus dalam membuat <i>bubble</i>	Interval
	<i>Customization</i>	Onezo bersedia membuatkan produk sesuai dengan selera/ <i>request</i> keinginan pelanggan	Interval

## 2. Variabel Kualitas Layanan

Variabel kualitas layanan dijabarkan dalam tabel 3.2 berikut:

**Tabel 3.2**

### Indikator dan Item Pernyataan Kualitas Layanan

Variabel	Dimensi	Indikator	Skala
Kualitas Layanan	Keandalan ( <i>Reliability</i> )	Keandalan karyawan Onezo dalam melayani konsumen sesuai dengan standar operasional	Interval
	Daya Tanggap ( <i>Responsiveness</i> )	Karyawan Onezo memiliki daya tanggap yang sangat baik dalam membantu pelanggan	Interval
	Jaminan ( <i>Assurance</i> )	Pelanggan merasa terjamin dengan pelayanan dari karyawan Onezo	Interval
	Empati ( <i>Emphaty</i> )	Karyawan Onezo dapat dengan mudah memahami keinginan pelanggan	Interval

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.



	Bukti Fisik ( <i>Tangible</i> )	Penampilan dan kerapihan karyawan Onezo sesuai dengan standar operasional	Interval
--	------------------------------------	---	----------

### 3. Variabel Kepuasan Pelanggan

Variabel kepuasan pelanggan dijabarkan dalam tabel 3.3 berikut:

**Tabel 3.3**

**Indikator dan Item Pernyataan Kepuasan Pelanggan**

Variabel	Dimensi	Indikator	Skala
Kepuasan Pelanggan	Kesesuaian harapan	Saya merasa puas dengan pelayanan, harga, dan fasilitas penunjang yang diberikan oleh Onezo	Interval
	Minat berkunjung Kembali	Saya berminat untuk berkunjung kembali ke Onezo karena produk, harga, dan pelayanan yang diberikan memuaskan	Interval
	Kesediaan merekomendasikan	Saya merekomendasikan Onezo sebagai salah satu tempat tujuan <i>bubble tea</i> kepada kenalan saya karena produk, harga, dan pelayanan yang diberikan sangat memuaskan	Interval

### D. Teknik Pengambilan Sampel

Teknik pengambilan sampel yang digunakan dalam penelitian ini adalah *non-probability sampling*. *Non-probability sampling* menurut Sekaran dan Bongie (2019:59) yaitu elemen tidak memiliki peluang yang diketahui atau yang ditentukan sebelumnya

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 BIKKG.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin BIKKG.



untuk dipilih sebagai subjek. Sedangkan metode pengambilan sampel yang akan digunakan dalam penelitian ini adalah *judgement sampling*, dimana pengambilan sampel dilakukan berdasarkan kriteria tertentu, yaitu pelanggan yang pernah melakukan pembelian produk minuman *bubble tea* Onezo di Jakarta Utara.

Menurut Hair et al (2019:133), ada pedoman yang didasarkan pada ukuran absolut dataset, rasio kasus terhadap variable, dan “kekuatan” hasil analisis faktor. Dalam hal ukuran absolut, peneliti umumnya tidak akan menganalisis faktor sampel 30 kurang dari 50 pengamatan, dan sebaiknya ukuran sampel harus 100 ataupun lebih besar. Para peneliti telah menyarankan sampel yang jauh lebih besar (200 dan lebih besar) karena jumlah variable dan jumlah faktor yang diharapkan meningkat. Dalam hal rasio pengamatan terhadap variable, aturan umumnya ialah mempunyai pengamatan minimal lima kali lebih banyak dari jumlah variable yang akan dianalisis, dan ukuran sampel yang lebih bisa diterima akan mempunyai rasio 10:1. Dalam penelitian ini, terdapat 14 item pertanyaan, maka jumlah sampel minimum yang diperlukan sebagaimana yang didasarkan pada perhitungan yakni  $14 \times 10 = 140$  responden.

#### E. Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini adalah komunikasi dengan menyebarkan kuesioner. Penyebaran kuesioner dilakukan dengan cara menyebarkan link google form kepada responden, dimana responden mengisi kuesioner secara online.

Kuesioner disusun dengan menggunakan skala likert, yaitu dengan meminta persetujuan pada suatu pertanyaan dengan kriteria STP = Sangat Tidak Puas, TP = Tidak



Puas, CP = Cukup Puas, P = Puas, dan SP = Sangat Puas. Kemudian setiap tingkat jawaban diberi skor dari 1 sampai 5.

## F. Teknik Analisis Data

Dalam melakukan penelitian ini, ada beberapa teknik analisis data yang dapat digunakan oleh peneliti dalam menganalisis data, yaitu sebagai berikut:

### 1. Uji Validitas

Uji validitas menurut Ghazali (2019: 52), digunakan untuk mengukur sah atau valid tidaknya suatu kuesioner. Suatu kuesioner dikatakan valid jika pertanyaan pada kuesioner mampu untuk mengungkapkan sesuatu yang akan diukur oleh kuesioner tersebut. Pada intinya, validitas untuk mengukur apakah pertanyaan-pertanyaan dalam kuesioner yang dibuat betul-betul dapat mengukur apa yang hendak diukur.

Uji Korelasi dilakukan dengan membandingkan  $r$  yang didapat dengan  $r$ -pearson *product moment* pada tabel, dilihat dari  $n =$  jumlah responden dengan  $\alpha=5\%$  atau pada tingkat kepercayaan 95%, Maka  $r$ -tabel  $(0,05; 30) = 0,361$ . Jika  $r$ -hitung  $>$   $r$ -tabel maka butir pertanyaan yang diteliti dianggap valid, sebaliknya jika  $r$ -hitung  $<$   $r$ -tabel maka butir pertanyaan tidak valid.

### 2. Uji Reliabilitas

Jika alat ukur telah dinyatakan valid, maka berikutnya alat ukur tersebut diuji reliabilitasnya. Reliabilitas menurut Ghazali (2019:47), adalah alat untuk mengukur suatu kuesioner yang merupakan indikator dari variabel atau konstruk. Suatu kuesioner dikatakan reliabel atau handal jika jawaban seseorang terhadap pertanyaan adalah konsisten atau stabil dari waktu ke waktu.



### 3. Rata-rata dan Rentang Skala

Dalam mendeskripsikan variable-variabel yang diteliti akan dilakukan dengan menggunakan skor rata-rata dan selanjutnya skor rata-rata tersebut akan di plot pada rentang skala Data primer yang telah diperoleh dari kuisioner selanjutnya dikelompokkan ke dalam rentang skala untuk menentukan posisi nilai skor rata-rata suatu variabel / dimensi / indikator. Adapun perhitungan rentang skala adalah sebagai berikut:

$$Rs = \frac{m - l}{k}$$

Keterangan:

Rs = Rentang skala

m = Skor terbesar

k = Banyaknya kategorisasi

l = skor terkecil

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

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

Tabel 3.4 menyajikan rentang skala dan kriterianya

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

© Hak cipta milik IBI KKG (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.



**Tabel 3.4**

**Kriteria Rentang Skala**

Rentang Nilai	Kriteria
1,00 - 1,80	Sangat Tidak Puas (STP)
1,81 - 2,60	Tidak Puas (TP)
2,61 - 3,40	Cukup Puas (CP)
3,41 - 4,20	Puas (P)
4,21 - 5,00	Sangat Puas (SP)

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

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

**4. Analisis Regresi Linier Berganda**

Menurut Ghozali (2019: 94), analisis regresi selain digunakan untuk mengukur hubungan antara dua variabel atau lebih, juga untuk mengetahui hubungan variabel independen terhadap variabel dependen dengan persamaan linier. Jika menggunakan satu variabel independen maka disebut analisis regresi linier sederhana, karena penelitian ini terdapat dua variabel indenpenden maka regresi linier.

**5. Uji Asumsi Klasik**

Penelitian ini menggunakan analisis regresi linier berganda sehingga sebelum analisis ini dilakukan maka harus dilakukan uji asumsi klasik terlebih dahulu. Uji asumsi klasik ini dilakukan untuk menguji kualitas data yang akan diregresikan. Uji asumsi klasik yang akan diuji adalah uji normalitas, uji multikolinearitas, uji heteroskedastisitas.

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.

Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian



### a. Uji Normalitas

Menurut Ghazali (2019: 154), uji normalitas bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi, variabel pengganggu atau residual memiliki distribusi normal. Model regresi yang baik adalah data residual memiliki distribusi normal. Uji normalitas ini perlu dilakukan karena uji t dan uji F mengasumsikan bahwa nilai residual mengikuti distribusi normal, jika tidak maka uji statistik menjadi tidak valid untuk jumlah sampel kecil. Uji normalitas dalam penelitian ini dilakukan dengan uji statistik non-parametrik Kolmogorov-Smirnov (K-S). Kriteria suatu data residual berdistribusi normal yaitu nilai Asymp. Sig. (2-tailed) > 0,05. Pengujian asumsi berikutnya adalah asumsi heteroskedastisitas.

### b. Uji Multikolinieritas

Menurut Ghazali (2019: 103), Uji Multikolinieritas bertujuan untuk menguji apakah model regresi ditemukan adanya korelasi antar variabel bebas (independent). Pengujian asumsi klasik dilakukan untuk mengetahui apakah model yang digunakan dalam penelitian sudah tepat. Sebuah model harus memenuhi pengujian asumsi klasik. Pengujian asumsi klasik yang digunakan dalam penelitian ini meliputi uji multikolinieritas bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi ditemukan adanya korelasi antara variabel bebas. Model regresi yang baik seharusnya tidak terjadi korelasi di antara variabel bebas. Untuk mendeteksi ada tidaknya multikolinieritas di dalam model regresi dapat dilihat dari nilai *tolerance* dan nilai *Variance Inflation Factor* (VIF). Model regresi yang bebas multikolinieritas adalah yang mempunyai nilai VIF < 10 dan nilai *tolerance* > 0,1. Pengujian asumsi berikutnya adalah asumsi normalitas berikut ini.

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.



### c. Uji Heteroskedastisitas

Uji heteroskedastisitas bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi terjadi ketidaksamaan varian dari residual satu pengamatan ke pengamatan lain. Jika varians dari residual satu pengamatan ke pengamatan lain tetap, maka disebut homoskedastisitas dan jika berbeda disebut heteroskedastisitas. Model regresi yang baik adalah yang tidak terjadi heteroskedastisitas. Pengukuran heteroskedastisitas dilihat dari nilai signifikansi masing-masing variabel independen. Apabila nilai signifikansi lebih besar dari 5%, maka variabel independen tersebut menunjukkan tidak terjadinya heteroskedastisitas (homoskedastisitas). Jika nilai signifikansinya lebih kecil dari 5%, maka variabel independen menunjukkan terjadinya heteroskedastisitas. Setelah dilakukan pengujian asumsi klasik, maka akan dilakukan pengujian hipotesis yaitu uji F dan uji t sebagai berikut.

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

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

## 6. Pengujian Keberartian Model (Uji Statistik F)

Uji statistik F ini digunakan untuk menguji keberartian model regresi apakah model regresi dapat digunakan atau tidak:

$H_0 : \beta_1 = \beta_2 = 0$  (Model regresi tidak layak digunakan).

$H_a$  : Paling sedikit ada satu  $\beta_1 \neq 0$  (Model regresi layak digunakan).

Kriteria pengambilan keputusan:

Jika Sig-F < 0,05 maka tolak  $H_0$ , artinya adalah model regresi layak digunakan.

Jika Sig-F  $\geq$  0,05 maka tidak tolak  $H_0$ , artinya adalah model regresi tidak layak digunakan.

Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian

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.



Jika uji F hasilnya adalah tolak  $H_0$  maka pengujian selanjutnya akan dilakukan pengujian uji t sebagai berikut.

## 7. Pengujian Koefisien Regresi (Uji Statistik t)

Uji t digunakan untuk mengetahui pengaruh masing-masing variabel independen secara individual terhadap variabel dependen. Langkah-langkah yang dapat dilakukan adalah sebagai berikut:

Menentukan hipotesis

$$H_0: \beta_i = 0$$

$$H_a: \beta_i > 0$$

Menetapkan tingkat kesalahan ( $\alpha$ ) = 0,05

Pengambilan keputusan:

Jika Sig-t < 0,05 maka tolak  $H_0$ , artinya adalah variabel independen memiliki pengaruh yang signifikan secara positif terhadap variabel dependen.

Jika Sig-t  $\geq$  0,05 maka tidak tolak  $H_0$ , artinya adalah variabel independen tidak memiliki pengaruh yang signifikan secara positif terhadap variabel dependen.

## 8. Koefisien Determinasi ( $R^2$ )

Menurut Ghozali (2019: 95), 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 independen dalam menjelaskan variabel dependen sangat terbatas.  $R^2 = 0$ , artinya variabel independen (X) tidak memiliki kemampuan untuk menjelaskan variabel dependen (Y).  $R^2 = 1$ , artinya variabel independen (X) secara sepenuhnya memiliki kemampuan untuk menjelaskan variabel dependen (Y).