

## BAB III

### METODE PENELITIAN

#### A. Objek Penelitian

Sugiyono (2014:20) menjelaskan bahwa suatu objek penelitian di dalam riset adalah suatu atribut atau sifat dan nilai dari orang, objek atau kegiatan dengan suatu variasi tertentu dan ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari serta ditarik kesimpulan.

Objek penelitian dalam suatu riset sendiri dapat berupa sifat dari seseorang ataupun sekelompok orang. Kemudian ditemukan masalah atau pandangan dari kelompok orang yang perlu diteliti lebih mendalam. Dari masalah yang telah ditemukan itu, kemudian dicari penyebabnya atau untuk ditemukan saran dari permasalahan yang mereka hadapi.

Penelitian ini berfokus pada produk kecantikan sebagai pokok bahasannya. Metodologi penelitiannya adalah dengan memberikan kuesioner kepada individu mengenai proses pengambilan keputusan mereka saat membeli produk kecantikan di Toko Kosmetik Citra.

#### B. Desain penelitian

Sugiyono (2019:16), mencirikan metode penelitian kuantitatif sebagai prosedur untuk memvalidasi area tertentu dalam sampel atau populasi tertentu. Untuk menguji hipotesis yang telah dirumuskan sebelumnya, pendekatan ini memerlukan penggunaan alat penelitian guna mengumpulkan data dan menganalisisnya secara kuantitatif/statistik. Pendekatan ini dianggap sebagai pendekatan ilmiah karena mematuhi prinsip-prinsip



ilmiah, seperti konkret, berdasarkan pengalaman empiris, objektif, terukur, logis, dan teratur. Metode ini juga dikenal sebagai metode penemuan (discovery), karena mampu menemukan serta mengembangkan beragam pengetahuan baru dalam bidang ilmu dan teknologi. Metode ini sering juga dikenal sebagai pendekatan kuantitatif karena informasi yang dikumpulkan berupa data numerik, dan penelitiannya melibatkan analisis statistik.

### C Variabel penelitian

Menurut Sugiyono (2019:67), variabel penelitian merujuk pada segala aspek yang akan ditentukan oleh peneliti untuk dipelajari dengan maksud mendapatkan data yang dapat mendukung proses pengambilan kesimpulan. Tujuan utama dari operasi penelitian adalah untuk memahami dan mengukur konsep ini. Variabel penelitian merujuk pada unsur-unsur dalam beragam bentuk yang ditunjuk oleh peneliti untuk mengumpulkan informasi tentang unsur-unsur tersebut untuk menarik kesimpulan. Variabel juga dapat digambarkan sebagai atribut yang terkait dengan pengetahuan atau aktivitas tertentu.

#### 1. Variabel independen

Sugiyono (2019:69) mengungkapkan bahwa variabel independen adalah elemen yang menyebabkan perubahan pada variabel dependen atau memiliki pengaruh terhadapnya. Variabel yang memiliki pengaruh atau memodifikasi variabel terikat disebut sebagai variabel independen. Maka variabel independen-nya (X) yaitu Kualitas Produk (X1) dan Persepsi Harga (X2).

#### 2. Variabel dependen

Menurut Sugiyono (2019:69), Variabel terikat mengacu pada hasil atau efek yang timbul sebagai akibat dari perubahan atau pengaruh yang diberikan oleh variabel independen. Dengan kata lain, variabel terikat ialah jenis variabel yang

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.



mengalami perubahan atau dipengaruhi sebagai akibat dari variasi dalam variabel independen. Maka variabel dependen-nya (Y) yaitu Keputusan Pembelian.

### 1. Variabel Bebas (Independent Variabel)

#### Kualitas Produk (X1)

Tabel 3.1

Dimensi dan Indikator dari Kualitas Produk

| Variabel                     | Dimensi                                           | Indikator                                                                                               | Skala         |
|------------------------------|---------------------------------------------------|---------------------------------------------------------------------------------------------------------|---------------|
| Kotler dan Keller (2016:393) | <i>Form</i> (Bentuk).                             | Kemasan yang disediakan Toko Citra Kosmetik beragam sesuai dengan keinginan konsumen.                   | <i>Likert</i> |
|                              | <i>Features</i> (Fitur).                          | Kandungan produk kecantikan memiliki manfaat yang sesuai dengan kegunaan.                               | <i>Likert</i> |
|                              | <i>Performance</i> (Kinerja).                     | Toko Citra Kosmetik menawarkan produk yang sesuai dengan keadaan prima sampai pada saat akan digunakan. | <i>Likert</i> |
|                              | <i>Conformance quality</i> (kesesuaian kualitas). | Toko Citra Kosmetik menawarkan kesesuaian dengan kualitas.                                              | <i>Likert</i> |
|                              | <i>Durability</i> (Ketahanan).                    | Toko Citra Kosmetik menawarkan produk dengan masa kadaluarsa yang layak.                                | <i>Likert</i> |
|                              | <i>Reliability</i> (Kehandalan).                  | Toko Citra Kosmetik menawarkan produk yang sesuai dengan kualitas baik.                                 | <i>Likert</i> |
|                              | <i>Repairability</i> (Kemudahan Perbaikan).       | Toko Citra Kosmetik menawarkan garansi apabila produk yang dijual tidak berkualitas.                    | <i>Likert</i> |
|                              | <i>Style</i> (gaya).                              | Produk-produk yang ditawarkan Toko Citra Kosmetik memiliki tampilan yang menarik.                       | <i>Likert</i> |
|                              | <i>Design</i> (Desain).                           | Produk-produk yang ditawarkan Toko Citra Kosmetik memiliki <i>design</i> yang menarik.                  | <i>Likert</i> |



## Persepsi Harga (X2)

Tabel 3.2

Dimensi dan Indikator dari Persepsi Harga

| Variabel                       | Dimensi                                       | Indikator                                                                                                             | Skala  |
|--------------------------------|-----------------------------------------------|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|--------|
| Kotler dan Armstrong (2012:52) | Keterjangkauan harga.                         | Harga yang ditawarkan dapat terjangkau oleh semua lapisan konsumen dibanding produk lain.                             | Likert |
|                                | Kesesuaian harga dengan kualitas produk.      | Harga yang ditawarkan sesuai dengan produk.                                                                           | Likert |
|                                | Kesesuaian harga dengan manfaat.              | Harga yang dikeluarkan untuk membeli dan produk yang ditawarkan sesuai dengan manfaat yang diberikan.                 | Likert |
|                                | Harga sesuai kemampuan atau daya saing harga. | Harga yang dikeluarkan untuk membeli suatu produk yang ditawarkan sesuai dengan barang atau jasa yang akan digunakan. | Likert |

## 2. Variabel Bebas (Independent Variabel)

### Pengaruh Keputusan Pembelian (Y)

Tabel 3.3

Dimensi dan Indikator dari Keputusan Pembelian

| Variabel                    | Dimensi                                         | Indikator                                                                              | Skala  |
|-----------------------------|-------------------------------------------------|----------------------------------------------------------------------------------------|--------|
| Kotler dan Keller (2016:96) | <i>Product choice</i> (Pilihan produk).         | Keputusan pembelian berdasarkan varian produk dan kualitas produk.                     | Likert |
|                             | <i>Brand Choice</i> (Pilihan Merek).            | Keputusan pembelian berdasarkan kesukaan pada produk.                                  | Likert |
|                             | <i>Dealer Choice</i> (Pilihan Tempat Penyalur). | Keputusan pembelian berdasarkan kebutuhan dan ketersediaan produk.                     | Likert |
|                             | <i>Purchase Timing</i> (Waktu Pembelian).       | Keputusan pembelian berdasarkan waktu pembelian produk.                                | Likert |
|                             | <i>Purchase Amount</i> (Jumlah Pembelian).      | Keputusan pembelian berdasarkan jumlah pembelian suatu produk sesuai dengan kebutuhan. | Likert |
|                             | <i>Payment Method</i> (Metode Pembayaran).      | Keputusan pembelian berdasarkan transaksi yang digunakan.                              | Likert |



## D. Teknik Pengambilan Sampel

### 1. Penentuan Populasi

Berdasarkan pandangan Sugiyono (2019:285), Populasi merujuk pada wilayah atau domain tertentu yang biasanya mencakup entitas atau topik dengan karakteristik khusus yang telah ditentukan oleh peneliti untuk diteliti dan dianalisis guna menghasilkan kesimpulan.

### 2. Penentuan Sampel

Sugiyono (2019:286) mengartikan sebagian sampel yang mewakili suatu populasi. Populasi mengacu pada berbagai kelompok, seperti penduduk di wilayah tertentu, karyawan dalam suatu organisasi, atau siswa dan guru di sekolah tertentu.

Dalam riset ini, peneliti menggunakan metode *sampling*. *Nonprobability sampling* merujuk pada teknik di mana tidak setiap elemen atau individu dalam populasi memiliki peluang yang sama untuk menjadi sampel (Sugiyono, 2019:131). Sementara itu, metode *purposive sampling* adalah pendekatan dalam memilih sampel berdasarkan karakteristik dan kriteria tertentu (Sugiyono, 2019:133). Pendekatan pengambilan sampel dalam penelitian ini difokuskan pada responden yang merupakan pelanggan Toko Kosmetik Citra, berusia minimal 17 tahun, dan tinggal di Bekasi.

Sugiyono (2019: 144) mengemukakan panduan tentang penentuan jenis dan jumlah anggota sampel yang digunakan dalam penelitian. Panduan tersebut menyediakan pedoman untuk menentukan ukuran sampel berdasarkan objek penelitian serta metode yang digunakan oleh peneliti. Salah satu metode yang



disarankan adalah dengan mengalikan jumlah indikator dengan faktor 10 (sepuluh). Dalam konteks penelitian ini, yang melibatkan tiga variabel, maka jumlah responden minimal yang dibutuhkan adalah 30. Meskipun demikian, peneliti memutuskan untuk menggunakan 100 responden.

## E Teknik Pengumpulan Data

Dalam penelitian ini, komunikasi dimanfaatkan sebagai sarana untuk menghimpun informasi dengan menyebarkan kuesioner melalui *Google Form* kepada partisipan. Penggunaan kuesioner sebagai metode pengumpulan data melibatkan partisipasi dari sejumlah responden dengan tujuan untuk mendapatkan jawaban atau tanggapan terhadap pernyataan atau pertanyaan yang telah disediakan (Sugiyono, 2019:199). Kuesioner penelitian ini berisikan pertanyaan-pertanyaan dan memberikan responden memiliki kesempatan untuk menanggapi kuesioner dengan memberikan penilaian terhadap pernyataan yang disajikan. Penilaian ini menggunakan skala *likert* sebagai alat pengukuran, dengan tujuan menilai pandangan dan persepsi individu atau kelompok terhadap situasi yang sedang berlangsung saat ini. Pertanyaan tertutup yaitu jenis kuesioner yang digunakan dimana hanya disebarluaskan ke responden yang memenuhi syarat. Studi ini menggunakan skala likert berikut:

- 1 = Sangat Tidak Setuju
- = Tidak Setuju
- = Netral
- = Setuju
- = Sangat Setuju

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan 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.



## F. Teknik Analisis Data

### 1. Uji Instrumen

#### a. Uji Validitas

Berdasarkan Sugiyono (2019:175-176), validitas mengacu pada tingkat keakuratan dalam menyelaraskan data yang diamati dalam penelitian dengan interpretasi yang diberikan peneliti. Oleh karena itu, data yang valid menunjukkan minimalnya kesenjangan antara data yang diperoleh sebenarnya dan diamati dalam konteks penelitian.

Selain itu, validitas juga menilai ketepatan dan keakuratan instrumen pengukuran dalam memenuhi fungsi yang dimaksudkan. Jika suatu alat dianggap memiliki validitas tinggi, itu berarti alat tersebut mampu melakukan pengukuran dengan akurat atau menyajikan hasil yang sesuai dengan sasaran pengukuran. Dalam penelitian ini, akan diterapkan rumus korelasi Pearson Product Moment seperti yang berikut:

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

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

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

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)**

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

**Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian**

Keterangan :

X = skor pernyataan

Y = skor total

r = koefisien korelasi

n = jumlah responden

**b. Uji Reliabilitas**

Dalam Sugiyono (2019:177), Instrumen yang reliabel tidak selalu berarti valid. Misalnya, sebuah meteran yang secara konsisten menghasilkan data yang sama meskipun bagian halusny rusak, dapat diandalkan tetapi tidak valid karena kerusakan tersebut. Demikian pula penjual jamu bisa saja mengklaim produknya manjur (dapat diandalkan), namun jika kenyataannya obatnya kurang manjur, maka obat tersebut tetap tidak valid. Reliabilitas instrumen merupakan prasyarat untuk menilai validitas. Dengan demikian, rumus *Cronbach Alpha* dirumuskan sebagai berikut:

$$r = \left( \frac{k}{l-1} \right) \left( 1 - \frac{\sum \sigma b^2}{\sigma t^2} \right)$$

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 mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.

Keterangan :

$r$  = reliabilitas instrumen

$k$  = jumlah butir pertanyaan

$\Sigma \sigma b^2$  = ragam (*varians*) butir

$\sigma tb^2$  = ragam (*varians*) dari skor total

## 2. Analisis Deskriptif

Semua informasi dari survei yang berasal dari profil responden dikumpulkan dan disusun dari semua partisipan menggunakan perangkat analisis sebagai berikut:

### a. Analisis Rata-rata (*Mean*)

Untuk mengevaluasi minat terhadap keputusan pembelian, dilakukan dengan mencari nilai rata-rata skor. Proses penghitungannya adalah dengan membagi total skor oleh jumlah frekuensi. Rumusnya adalah sebagai berikut:

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

Keterangan :

$\bar{x}$  = rata - rata hitung

$x_i$  = nilai sampel ke-i

$n$  = jumlah responden



## b. Rentang Skala

Untuk menghitung rentang nilai digunakan formula ini:

$$Rn = \frac{m-1}{m} \quad Rn = \frac{5-1}{5} = 0,8$$

Keterangan:

$Rn$  = Rentang nilai

$m$  = Jumlah kategori

**Tabel 3.4**

**Nilai dalam Skala *Likert***

| Jawaban | STS | TS | N | S | SS |
|---------|-----|----|---|---|----|
| Nilai   | 1   | 2  | 3 | 4 | 5  |

Keterangan :

1.00 – 1.80 = Sangat Tidak Setuju (STS)

1.81 – 2.60 = Tidak Setuju (TS)

2.61 – 3.40 = Netral (N)

3.41 – 4.20 = Setuju (S)

4.21 – 5.00 = Sangat Setuju (SS)

**C 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.

**Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian**



### 3. Uji Asumsi Klasik

#### **C a. Uji Normalitas**

Sugiyono (2019:196) menyatakan bahwa tujuan utama adalah untuk menilai apakah selisih antara data asli dan hasil prediksi memiliki distribusi normal. Indikator utama dari kualitas model regresi adalah ketika nilai residualnya terdistribusi secara normal. Uji Kolmogorov-Smirnov akan digunakan dalam penelitian ini untuk menguji normalitas. Berikut adalah kriteria yang akan diterapkan dalam pengujian normalitas:

$H_0$  : residual data berdistribusi normal

$H_a$  : residual data tidak berdistribusi normal

Dasar pengambilan keputusan:

(1) Tidak tolak  $H_0$  jika probabilitas  $\geq 0,05$

(2) Tolak  $H_a$  jika probabilitas  $\leq 0,05$

#### **b. Uji Multikolinearitas**

Menurut Sugiyono (2019:157), mengatakan bahwa pemeriksaan multikolinieritas bermanfaat dalam menilai seberapa kuat korelasi antara variabel dalam model regresi linear berganda. Jika terdapat korelasi yang signifikan antara variabel independen, maka dapat mempengaruhi hubungan antara variabel dependen. Oleh karena itu, diperlukan penyesuaian seperti penghapusan satu variabel, penggabungan variabel, atau penambahan data pengamatan.

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.



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

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

**Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian**

Hipotesis yang terbentuk:

$H_0$  : tidak terdapat multikolinieritas

$H_a$  : terdapat multikolinieritas

Pengambilan keputusan :

(1) Jika Variance Inflation Factor (VIF)  $< 10$  dan Tolerance  $> 0,1$  tidak terdapat multikolinieritas

(2) Jika Variance Inflation Factor (VIF)  $> 10$  dan Tolerance  $< 0,1$  terdapat multikolinieritas.

**c. Uji Heteroskedastisitas**

Menurut Sugiyono (2019:178), uji heteroskedastisitas digunakan untuk menentukan apakah terdapat perbedaan dalam variasi dari residual antar pengamatan. Dalam sebuah model regresi yang memenuhi syarat homoskedastisitas, variasi dari residual antar pengamatan dianggap sama. Jika tidak terdapat homoskedastisitas, maka terjadi heteroskedastisitas, yang menunjukkan adanya perbedaan dalam variasi dari residual antar pengamatan.

$H_0$  : tidak terdapat heteroskedastisitas

$H_a$  : terdapat heteroskedastisitas

**4. Analisis Regresi Linear Berganda**

Analisis regresi linear berganda dipakai untuk menilai apakah variabel bebas yang diamati memiliki efek yang signifikan terhadap variabel terikat dalam sebuah penelitian. Dalam melakukan analisis tersebut, rumus regresi linear berganda berikut digunakan:

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.



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

keterangan:

$Y$  = Keputusan Pembelian

$X_1$  = Kualitas Produk

$X_2$  = Persepsi Harga

$\beta_1$  = Koefisien Regresi Variabel Kualitas Produk

$\beta_2$  = Koefisien regresi variabel Persepsi Harga

$e$  = Error

$a$  = Konstanta

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

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

## 5. Pengujian Hipotesis

### a. Uji Keberartian Model (Uji F)

Menurut Setiawan (2019:51), Uji F digunakan untuk menilai apakah semua variabel independen yang dimasukkan ke dalam model memiliki efek secara bersama-sama terhadap variabel dependen. Hasil dari Uji F dapat dijelaskan sebagai berikut:

- (1) Jika nilai signifikansi ( $\text{sig}$ )  $\leq 0,05$  atau nilai F hitung  $\geq$  nilai F tabel, maka hipotesis nol ( $H_0$ ) ditolak. Ini mengindikasikan bahwa model regresi tersebut dapat dipakai untuk memprediksi 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 mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.



- (2) Jika nilai signifikansi ( $\text{sig}$ )  $\geq 0,05$  atau nilai  $F$  hitung  $\leq$  nilai  $F$  tabel, maka hipotesis nol ( $H_0$ ) tidak ditolak. Hal ini menandakan bahwa model regresi tersebut tidak efektif dalam memprediksi variabel dependen ( $Y$ ).

**b. Uji Signifikan (Uji t)**

Menurut Setiawan (2019:52), uji statistik  $t$  pada dasarnya mengindikasikan sejauh mana pengaruh satu variabel bebas independen secara individual dalam menjelaskan variasi variabel dependen. Keputusan apakah hipotesis diterima atau ditolak dalam suatu penelitian ditentukan oleh tingkat signifikansi dari koefisien yang terhubung dengan setiap variabel independen terhadap variabel dependen atau untuk menjelaskan perilaku atau dampak variabel prediktor terhadap variabel respons. Kesimpulan yang dapat diambil adalah sebagai berikut:

- (1) Jika nilai signifikansi ( $\text{sig}$ )  $\leq \alpha$  atau nilai  $t$  hitung  $\geq t$  tabel, maka hipotesis nol ( $H_0$ ) ditolak, yang mengindikasikan bahwa variabel independen memiliki pengaruh signifikan terhadap variabel dependen.
- (2) Jika nilai signifikansi ( $\text{sig}$ )  $> \alpha$  atau nilai  $t$  hitung  $< t$  tabel, maka hipotesis nol ( $H_0$ ) tidak ditolak, yang mengindikasikan bahwa variabel independen tidak memiliki pengaruh signifikan terhadap 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.

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

Menurut Setiawan (2019:53), Koefisien determinasi secara mendasar menilai seberapa baik model dapat menggambarkan variasi dalam variabel yang bergantung padanya adalah tujuan. Koefisien determinasi merupakan instrumen statistik yang memperhitungkan sejauh mana hubungan antara variabel yang memprediksi dan variabel yang ditanggapi.

$R^2 = 0$ , artinya variabel independen (X) tidak dapat menjelaskan variasi dalam variabel dependen (Y).

$R^2 = 1$ , artinya variabel independen (X) secara penuh dapat menjelaskan variasi dalam variabel dependen (Y).