



BAB III

METODE PENELITIAN



Hak cipta milik IBIKKG Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie

3.1 Obyek Penelitian

Dalam penelitian ini, obyek yang akan diteliti adalah produk Sambal Bakar Indonesia.

Sedangkan subyek dari penelitian ini adalah pengguna media sosial TikTok yang pernah melihat konten Sambal Bakar Indonesia dan pernah melihat sosok Iben Ma.

3.2 Desain Penelitian

Menurut Schindler (2022:75) desain penelitian adalah rancangan *procedural* berbasis waktu untuk kegiatan penelitian yang selalu berfokus pada pertanyaan penelitian, memandu pemilihan sumber (kasus) serta memberikan kerangka untuk menentukan hubungan antaran variabel penelitian.

Menurut Schindler (2022:79) desain penelitian diklasifikasikan menjadi sembilan kategori seperti berikut :

Tujuan penelitian

Berdasarkan tujuan penelitiannya, penelitian ini termasuk dalam penelitian deksriptif karena penelitian ini memiliki tujuan untuk mendapatkan jawaban terkait siapa, apa, dimana, dan bagaimana satu variabel mempengaruhi variabel lainnya.

Kemampuan peneliti untuk memanipulasi variabel yang sedang diteliti

Berdasarkan kemampuan peneliti dalam memanipulasi variabel, maka penelitian ini menggunakan desain *ex post facto* hal ini menyebabkan peneliti tidak memiliki control terhadap variabel yang diteliti dalam artian memanipulasi variabel.



3. Ruang lingkup topik penelitian

C Berdasarkan ruang lingkup topik, penelitian ini menggunakan studi statistik dimana studi ini dirancang untuk memiliki ruang lingkup luas yang signifikan dan tidak lebih mendalam. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk menarik kesimpulan dari karakteristik sampel dalam mengidentifikasi populasi dan menguji hipotesis secara kuantitatif.

4. Penekanan pengukuran dari teknik penelitian

Berdasarkan penekanan pengukuran, penelitian ini menggunakan teknik kuantitatif dimana penelitian ini menekankan pada ukuran frekuensi

Kompleksitas desain

Penelitian ini menggunakan beberapa metodologi didalamnya diantaranya metode kuantitatif, metode deskriptif, dan survei dalam bentuk kuesioner.

Metode pengumpulan data

Berdasarkan metode pengumpulan data, penelitian ini menggunakan metode studi komunikasi, dimana peneliti menyebarkan kuesioner secara elektronik melalui *Google Forms* yang mana kuesioner ini berisikan daftar pernyataan yang diajukan kepada subjek penelitian dan hasilnya akan dikumpulkan sebagai data tanggapan responden.

Lingkungan penelitian

Penelitian ini akan dilakukan berdasarkan kondisi lapangan atau pengaturan lapangan, yang artinya penelitian ini akan mengikuti kondisi lapangan yang sesungguhnya dengan cara menyebarkan kuesioner kepada responden.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

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

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.



8. Dimensi waktu

C Berdasarkan pada dimensi waktu, penelitian ini menggunakan dimensi *Cross-sectional* yang artinya penelitian ini hanya memiliki satu pengukuran pada satu titik waktu.

9. Kesadaran penelitian para peserta

Kesadaran responden saat melakukan pengisian kuesioner secara tidak langsung mempengaruhi hasil penelitian ini, sehingga tidak ada penyimpangan yang dirasakan oleh para peserta dalam mengisi kuesioner penelitian.

3.3 Populasi dan Sampel

Menurut Radjab dan Jam'an (2017:99) Populasi adalah keseluruhan objek yang akan atau ingin diteliti. Anggota populasi dapat berupa benda hidup maupun benda mati, dimana sifat-sifat yang ada padanya dapat diukur atau diamati. Populasi dalam penelitian ini adalah responden yang pernah melihat konten Sambal Bakar Indonesia dan pernah melihat sosok Iben Ma.

Menurut Sugiyono (2013:81) teknik sampling adalah teknik pengambilan sampel, untuk menentukan sampel yang akan digunakan dalam penelitian terdapat berbagai teknik sampling yang dapat digunakan. Dalam penelitian ini teknik sampling yang digunakan adalah *non-probability sampling* dengan teknik *purposive sampling*.

Menurut Sugiyono (2013:84) *non-probability sampling* adalah teknik pengambilan sampel yang tidak memberi peluang atau kesempatan sama bagi setiap unsur atau anggota populasi untuk dipilih menjadi sampel. Sedangkan *purposive sampling* adalah teknik penentuan sampel dengan pertimbangan atau kriteria tertentu.



Kriteria pengambilan sampel dalam penelitian ini adalah :

- Berusia minimal 17 tahun
- Pengguna media sosial Tiktok
- Pernah melihat konten Sambal Bakar Indonesia
- Mengetahui sosok Iben Ma sebagai *content creator* dan pemilik dari produk Sambal Bakar Indonesia.

Menurut Hair *et al.* (2019:132) peneliti umumnya tidak akan menganalisis faktor pada sampel yang kurang dari 50 dan sebaiknya ukuran sampel harus 100 atau lebih besar. Maka jumlah sampel yang diambil oleh peneliti direncanakan sebanyak 120 responden.

3.4 Lokasi Penelitian

Penelitian ini berlokasi di area Jakarta dan sekitarnya. Peneliti memilih lokasi ini, karena Sambal Bakar Indonesia memiliki banyak lokasi usaha di area tersebut dan variabel penelitian yaitu *social media marketing*, *personal branding*, dan niat beli yang mana variabel tersebut dapat dilihat melalui media sosial.

3.5 Variabel Penelitian

Variabel penelitian adalah suatu atribut atau sifat atau nilai dari orang, obyek atau kegiatan yang mempunyai variasi tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya (Sugiyono, 2013:38). Pada penelitian ini terdapat dua jenis variabel yaitu variabel independen dan variabel dependen. Variabel independen atau variabel bebas dalam penelitian ini adalah *social media marketing* (X_1) dan *personal branding* (X_2). Sedangkan variabel dependen dalam penelitian ini adalah niat beli (Y).

Berikut adalah definisi dan pengukuran yang dimiliki oleh masing masing variabel :

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.



3.5.1 Social Media Marketing (X₁)

C *Social Media Marketing* adalah suatu bentuk pemasaran melalui *social media* guna meningkatkan *brand awareness*, menarik pelanggan baru, dan menjaga hubungan yang loyal dengan audiens untuk meningkatkan penjualan. Menurut Kim dan Ko dalam Ismail (2020) indikator dari *social media marketing* adalah sebagai berikut:

Tabel 3.1
Indikator Social Media Marketing

Variabel	Indikator	Butir Pernyataan	Skala
Social media marketing menurut Kim dan Ko dalam Ismail (2020)	Entertainment	Media sosial Sambal Bakar Indonesia (Sambak) ini menyenangkan untuk dilihat	Likert
		Konten dari Media sosial Sambal Bakar Indonesia (Sambak) terlihat menarik	Likert
	Interaction	Media sosial Sambal Bakar Indonesia (Sambak) memungkinkan untuk berbagi informasi dengan pengguna yang lain	Likert
		Media sosial Sambal Bakar Indonesia (Sambak) memungkinkan adanya percakapan dan pertukaran dengan pengguna lain	Likert
		Terdapat kemudahan untuk memberikan pendapat melalui media sosial Sambal Bakar Indonesia (Sambak)	Likert
	Trendiness	Konten yang dibuat melalui media sosial Sambal Bakar Indonesia (sambak) memuat informasi informasi terbaru	Likert
		Penggunaan media sosial Sambal Bakar Indonesia (sambak) sangat kekinian	Likert
	Customization	Melalui media sosial Sambal Bakar Indonesia (Sambak) saya mudah melakukan pencarian informasi yang saya inginkan	Likert
		Media sosial Sambal Bakar Indonesia (Sambak) telah menyediakan layanan yang saya butuhkan	Likert

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.



3.5.2 Personal Branding (X₂)

Personal branding adalah proses pembentukan persepsi masyarakat terhadap seorang individu dan persepsi tersebut menimbulkan kesan tersendiri terhadap kepribadian individu tersebut. Menurut McNally & Speak dalam Hidayati (2023) indikator *personal branding* adalah sebagai berikut :

Tabel 3.2
Indikator Personal Branding

Variabel	Indikator	Butir Pertanyaan	Skala
Personal Branding menurut McNally & Speak dalam Hidayati (2023)	Distinctive	Iben Ma merupakan <i>content creator</i> yang memiliki penampilan fisik menarik	Likert
		Iben Ma merupakan <i>content creator</i> yang memiliki kepribadian yang berkualitas	Likert
		Iben Ma merupakan <i>content creator</i> yang memiliki keahlian yang khas	Likert
	Relevant	Karakter Iben Ma relevan dengan produk Sambal Bakar Indonesia (Sambak)	Likert
	Consistent	Iben Ma merupakan sosok yang konsisten dalam membangun <i>personal brandingnya</i> sebagai seorang <i>content creator</i> .	Likert

3.5.3 Niat Beli (Y)

Niat beli adalah sikap atau perilaku seseorang ketika melihat suatu produk yang memberikan peluang kepada konsumen untuk membeli produk tersebut berdasarkan ekspektasi dan berbagai informasi yang telah diperoleh sebelumnya. Menurut Schiffman dan Kanuk dalam Ermawati (2022), indikator niat beli adalah sebagai berikut :



Tabel 3.3
Indikator Niat Beli

Variabel	Indikator	Butir Pertanyaan	Skala
Niat beli menurut Schiffman dan Kanuk dalam Ermawati (2022)	Mencari informasi	Saya tertarik untuk mencari informasi lebih banyak tentang produk Sambak	Likert
	Mempertimbangkan pembelian	Saya mempertimbangkan untuk membeli produk Sambak	Likert
	Tertarik mencoba	Saya tertarik untuk mencoba produk Sambak	Likert
	Ingin mengetahui produk	Saya ingin mengetahui produk Sambak	Likert
	Ingin memiliki produk	Saya ingin memiliki produk Sambak	Likert

3.6 Teknik Pengumpulan Data

Dalam penelitian ini, peneliti melakukan pengumpulan data menggunakan metode komunikasi dan survei, dengan instrumen penelitian yaitu kuesioner sebagai data primer. Kuesioner adalah daftar pertanyaan yang diajukan secara langsung atau tidak langsung kepada responden. Kuesioner yang dibagikan kepada responden dalam bentuk *google form* sehingga memudahkan penelitian ini. Jenis kuesioner yang digunakan dalam penelitian ini adalah pertanyaan tertutup, yang artinya pertanyaan yang diajukan telah dipersiapkan sebelumnya dan pilihan jawaban telah disiapkan oleh peneliti. Kuesioner yang akan disebar menggunakan skala likert dengan lima tingkat preferensi jawaban sebagai berikut :

Tabel 3.4
Skala Likert

Penilaian	Skor
Sangat tidak setuju	1
Tidak setuju	2
Netral	3
Setuju	4
Sangat setuju	5

Sumber : Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif & RnD (2013)



3.7 Pengolahan Data dan Analisis Data

Menurut Sugiyono (2013:244) analisis data adalah proses mencari dan menyusun secara sistematis data yang diperoleh dari hasil wawancara, catatan lapangan, dan dokumentasi, dengan cara mengorganisasikan data ke dalam kategori, menjabarkan ke dalam unit-unit, melakukan sintesa, menyusun ke dalam pola, memilih mana yang penting dan yang akan dipelajari, dan membuat kesimpulan sehingga mudah dipahami oleh diri sendiri maupun orang lain.

Dalam penelitian ini peneliti menggunakan teknik analisis statistik deskriptif. Analisis ini mengacu pada analisis data dengan menggunakan statistik univariate seperti rata rata mean, modus, standar deviasi, minimum dan maksimum yang dapat memberikan gambaran atau deksripsi terhadap suatu data. Data yang telah diperoleh dari hasil sebaran kuesioner, akan diolah menggunakan program *software* IBM SPSS 25 dengan uji analisis regresi ganda.

3.7.1 Uji Instrumen Penelitian

a. Uji Validitas

Menurut Hair *et al.* (2019:13) validitas adalah sejauh mana suatu ukuran dapat secara akurat mencerminkan isi yang dimaksudkan. Uji validitas adalah pengujian yang dilakukan guna mengetahui seberapa cermat suatu instrument dalam mengukur objek yang akan diukur. Validitas pada suatu indikator dapat dievaluasi dengan tingkat signifikansi pengaruh antara suatu variabel dengan indikatornya. Pengujian validitas dilakukan dengan membandingkan hasil r hitung dengan r tabel dimana *degree of freedom* (df) = $n-2$ dengan tingkat signifikasi (α) 0,05, maka nilai n merupakan jumlah sampel yang digunakan dalam penelitian ini. Jumlah sampel untuk melakukan uji validitas adalah 30

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

© 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.



sampel maka nilai r table adalah 0,361 sehingga kriteria pengambilan keputusan uji validitas adalah sebagai berikut :

1. Pertanyaan dikatakan valid, jika nilai r hitung > r table (0,361)
2. Pertanyaan dikatakan tidak valid, jika nilai r hitung < r table (0,361)

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

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

b. Uji Reliabilitas

Menurut Hair *et al.* (2019:13) Reliabilitas adalah sejauh mana variabel yang diamati dapat mengukur nilai yang benar dan bebas dari kesalahan. Uji reliabilitas adalah pengujian yang dilakukan guna mengetahui konsistensi dari alat ukur yang digunakan, apakah hasilnya konsisten apabila dilakukan pengukuran ulang. Reliabilitas pada penelitian ini akan diuji menggunakan *Alpha-Cronbach*. Maka kuesioner dapat dikatakan handal dengan rumus *Cronbach's Alpha* sebagai berikut :

$$r_{11} = \left[\frac{k}{k-1} \right] \left[\frac{1 - \sum \sigma b^2}{\sigma t^2} \right]$$

Keterangan :

r_{11} = Reliabilitas Instrumen

k = Jumlah pertanyaan

σt^2 = Total varians

$\sum \sigma b^2$ = Jumlah butir varians

Variabel dikatakan reliabel Jika nilai *Alpha-Cronbach* > 0,70. Jika nilai r hitung > r table maka indikator pernyataan reliabel, sebaliknya jika nilai r hitung < r table maka indikator pernyataan tidak reliabel.

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.



3.7.2 Analisis Deskriptif

Analisis deskriptif adalah analisis data yang memberikan gambaran atau deskripsi suatu data yang dapat dilihat dari nilai rata-rata (mean), standar deviasi, varian, dan yang lainnya. tujuan dari adanya analisis deskriptif adalah untuk mengetahui gambaran dan penyebaran data sampel atau populasi dalam penelitian.

a) Analisis Persentase

Analisis persentase digunakan dalam suatu penelitian dengan tujuan mengetahui karakteristik dari responden, yakni mulai dari jenis kelamin, usia, pekerjaan, dan sebagainya. Rumus yang digunakan dalam analisis persentase adalah sebagai berikut:

$$Fri = \frac{\sum fi}{n} \times 100\%$$

Keterangan :

Fri = Frekuensi relative ke- i pada setiap kategori

$\sum fi$ = Jumlah responden yang termasuk dalam kategori i

n = Total responden

b) Rata Rata Hitung (Mean)

Perhitungan rata-rata atau *mean* dilakukan dengan menjumlahkan seluruh nilai data dari suatu kelompok sampel, yang kemudian dibagi dengan jumlah sampel. Rumus menghitung rata-rata atau *mean* adalah sebagai berikut:

$$\bar{x} = \frac{\sum_{i=1}^n Xi}{n}$$

Keterangan :

$\bar{x}$ = Rata rata hitung

xi = Nilai sampel ke- i

n = Jumlah responden



3.7.3 Analisis Regresi Ganda

Persamaan analisis regresi digunakan untuk menjelaskan bagaimana suatu hubungan antara variabel dependen dengan variabel independen. Pengaruh variabel independen terhadap variabel dependen dijabarkan ke dalam bentuk persamaan seperti berikut :

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

Keterangan :

Y = Niat beli

β_0 = Konstanta

β_1 = Koefisien regresi *social media marketing*

X_1 = *Social media marketing*

β_2 = Koefisien regresi *personal branding*

X_2 = *Personal branding*

ϵ = error

3.7.4 Uji Asumsi Klasik

Uji asumsi klasik merupakan persyaratan statistik yang harus dipenuhi pada analisis regresi linear ganda yang berbasis *ordinary least square* (OLS). Uji asumsi klasik yang umum digunakan adalah uji normalitas, uji heteroskedastisitas, uji autokorelasi, dan uji multikolinearitas. Pengujian asumsi klasik digunakan untuk menguji kelayakan dari model regresi yang akan digunakan hal ini untuk mengetahui bahwa data berdistribusi normal, tidak terdapat heteroskedastisitas, autokorelasi dan juga multikolinearitas diantara variabel variabel yang akan menjelaskan dalam model regresi.



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.

a) Uji Normalitas

Menurut Ghozali (2018:161) uji normalitas dilakukan untuk menguji apakah dalam model regresi variabel independen dan variabel dependen atau keduanya mempunyai distribusi normal atau tidak. Apabila variabel tidak berdistribusi secara normal maka hasil uji statistik akan mengalami penurunan. Kriteria pengujian normalitas adalah :

1. Jika angka *asympt.sig (2-tailed)* $> 0,05$, maka data dikatakan berdistribusi normal
2. Jika angka *asympt.sig (2-tailed)* $< 0,05$, maka data dikatakan tidak berdistribusi normal

b) Uji Heteroskedastisitas

Menurut Ghozali (2018:137) Uji Heteroskedastisitas bertujuan untuk menguji apakah model regresi mengalami ketidaksamaan varians dari residual suatu pengamatan ke pengamatan lainnya. Model regresi yang baik adalah tidak terjadi heteroskedastisitas. Untuk mengetahui apakah pola residual mengandung heteroskedastisitas atau tidak maka dapat dilakukan regresi antara nilai *absolute residual* dengan variabel independennya. Kriteria pengujian heteroskedastisitas adalah :

1. Jika angka *sig* $> 0,05$, maka dapat dikatakan tidak terjadi heteroskedastisitas pada model regresi
2. Jika angka *sig* $< 0,05$, maka dapat dikatakan terjadi heteroskedastisitas pada model regresi

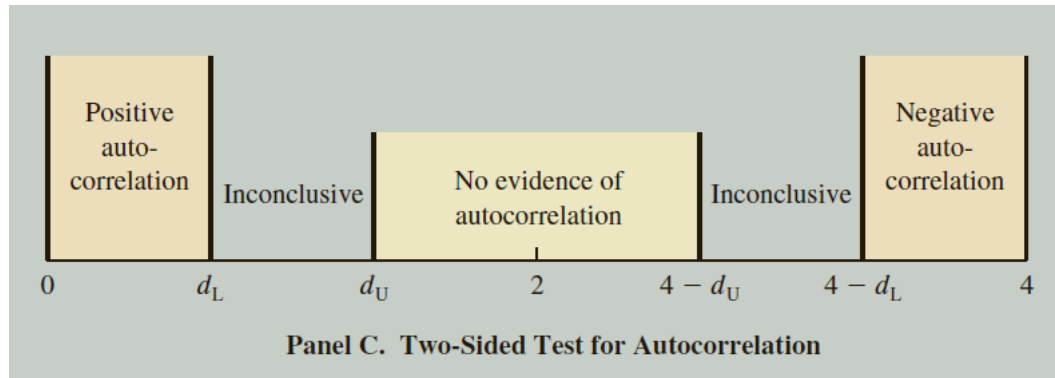
c) Uji Autokorelasi

Menurut Ghozali (2018:111) Uji Autokorelasi bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi ada korelasi antara kesalahan pengganggu pada



periode t dengan kesalahan pengganggu pada periode $t-1$ (sebelumnya). Model regresi yang baik adalah regresi yang terbebas dari autokorelasi. Untuk mendeteksi ada atau tidaknya dapat dilihat melalui table *Durbin Watson (DW)*.

Gambar 3.1
Autokorelasi *Durbin Watson*



Sumber : Andreson et.al (2019:839)

Kriteria pengambilan keputusan ada tidaknya autokorelasi adalah sebagai berikut :

Table 3.5
Pengambilan Keputusan Uji Durbin Watson

Hipotesis nol	Keputusan	Jika
Tidak ada autokorelasi positif	Tolak	$0 < d < d_L$
Tidak ada autokorelasi negatif	<i>No decision</i>	$d_L \leq d \leq d_U$
Tidak ada korelasi negatif	Tolak	$4 - d_L < d < 4$
Tidak ada korelasi positif	<i>No decision</i>	$4 - d_U \leq d \leq 4 - d_L$
Tidak ada autokorelasi, positif atau negatif	Tidak ditolak	$d_U < d < 4 - d_U$

Sumber : Aplikasi Analisis Multivariate dengan program IBM SPSS 25 (2018)

Model regresi yang baik adalah ketika tidak terjadi autokorelasi, yang berarti nilai dari *Durbin Watson* terletak diantara batas (d_U) dan ($4 - d_U$).



d) Uji Multikolinearitas

Menurut Ghazali (2018:107) Uji Multikolinieritas bertujuan untuk menguji apakah pada model regresi ditemukan adanya korelasi antar variabel bebas (independent). Model regresi yang baik adalah yang tidak terjadi hubungan diantara variabel independent. Pengukuran dapat dilakukan dengan perhitungan nilai tolerance dan VIF. Kriteria untuk mengetahui terjadi atau tidaknya multikolinearitas adalah :

1. Jika nilai *tolerance* lebih besar dari 10% atau 0,1 dan nilai VIF (*variance inflation factors*) lebih kecil dari 10, maka tidak terjadi Multikolinearitas dalam model regresi.
2. Jika nilai *tolerance* lebih kecil dari 10% atau 0,1 dan nilai VIF (*variance inflation factors*) lebih besar dari 10, maka terjadi Multikolinearitas dalam model regresi.

3.7.5 Uji Kesesuaian Model (Uji F)

Uji F merupakan pengujian *Goodness of fit* atau uji ketepatan model. Suatu model dikatakan *fit* untuk menguji sebuah hipotesis jika memiliki hasil signifikansi yang berpengaruh antara variabel independent dengan variabel dependen secara bersama sama.

Kriteria uji kesesuaian model sebagai berikut :

1. Jika nilai *sig* < 0,05 dan nilai *t* hitung > *t* table, maka *H₀* ditolak dan *H_a* diterima, yang artinya terdapat pengaruh yang signifikan antara variabel independen terhadap variabel dependen.
2. Jika nilai *sig* > 0,05 dan nilai *t* hitung < *t* table, maka tidak tolak *H₀* dan *H_a* ditolak, yang artinya tidak terdapat pengaruh yang signifikan antara variabel independen terhadap variabel dependen.



3.7.6 Uji Koefisien Regresi Parsial (Uji t)

Uji koefisien regresi parsial adalah uji yang digunakan dalam menguji hipotesis.

Uji t dilakukan untuk mengetahui pengaruh variabel independen secara individual terhadap variabel dependen. Kriteria uji koefisien regresi parsial sebagai berikut :

1. Jika nilai $Sig < 0,05$ dan $t \text{ hitung} > t \text{ table}$, maka H_0 ditolak dan H_a diterima, yang artinya terdapat pengaruh yang signifikan antara variabel independen terhadap variabel dependen.
2. Jika nilai $Sig > 0,05$ dan $t \text{ hitung} < t \text{ table}$, maka tidak tolak H_0 dan H_a ditolak, yang artinya tidak terdapat pengaruh yang signifikan antara variabel independen terhadap variabel dependen.

3.7.7 Uji Koefisien Determinasi

Uji koefisien determinasi adalah uji yang digunakan untuk mengukur seberapa jauh kemampuan suatu model dalam menerangkan variabel variabel yang terikat. Nilai R^2 yang kecil berarti kemampuan variabel variabel bebas dalam menjelaskan variasi variabel terikat amat terbatas. Uji R^2 dilakukan untuk mengetahui besarnya variasi dari variabel dependen yang dapat dijelaskan oleh variabel independen sedangkan sisanya yang tidak dapat dijelaskan merupakan bagian variasi dari variabel lain yang tidak termasuk dalam model penelitian.