

## **BAB 3**

### **METODOLOGI PENELITIAN**

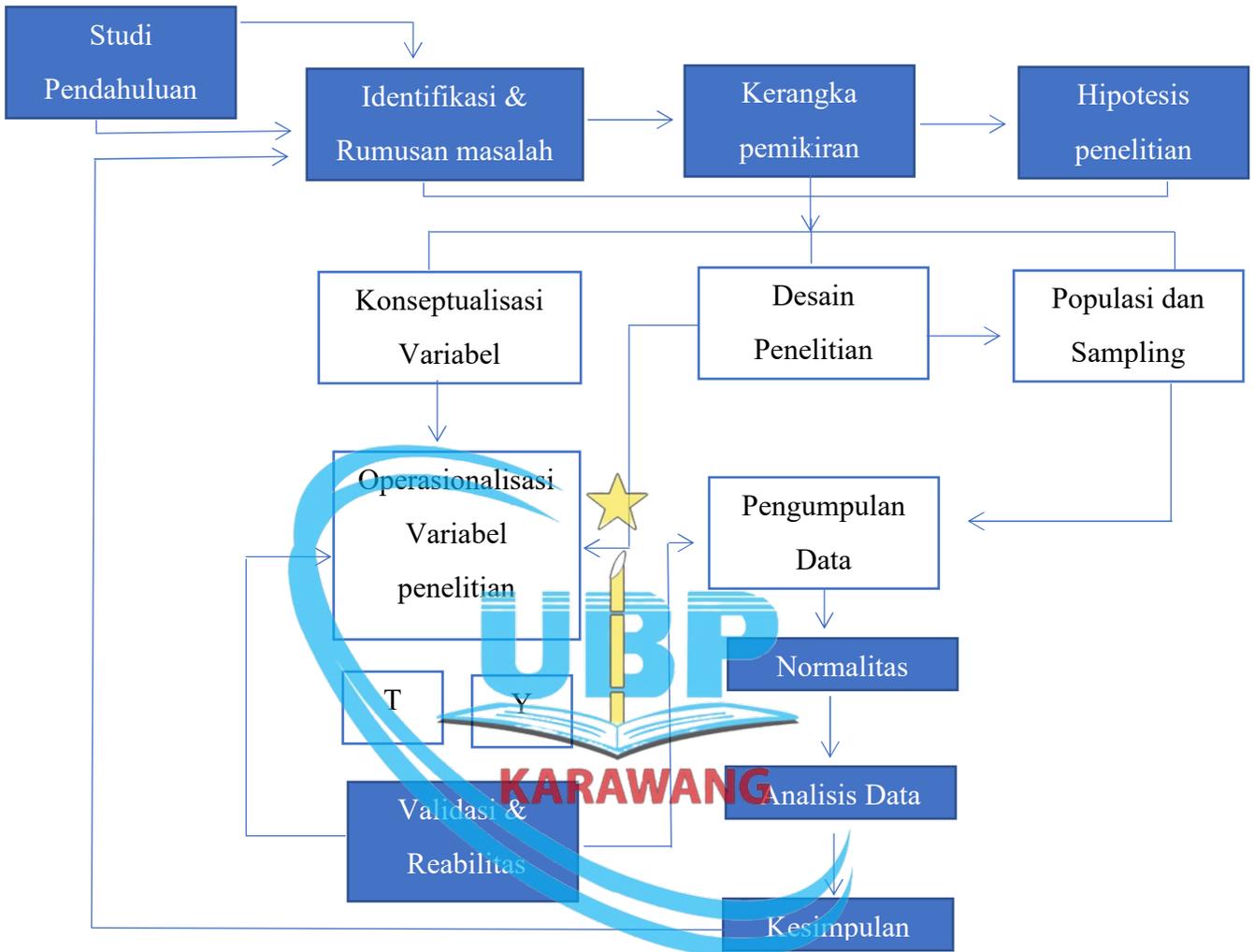
#### **3.1. Metode Penelitian**

Metode Deskriptif menurut (Sugiyono, 2015) adalah metode yang digunakan untuk menggambarkan atau menganalisis suatu hasil penelitian tetapi tidak digunakan untuk membuat kesimpulan yang lebih luas. Metode deskriptif ini merupakan metode yang bertujuan untuk mengetahui sifat serta hubungan yang lebih mendalam antara dua variabel dengan cara mengamati aspek-aspek tertentu secara lebih spesifik untuk memperoleh data yang sesuai dengan masalah yang ada dengan tujuan penelitian, dimana data tersebut diolah, dianalisis, dan diproses lebih lanjut dengan dasar teori-teori yang telah dipelajari sehingga data tersebut dapat ditarik sebuah kesimpulan.

Metode yang digunakan oleh penulis adalah metode penelitian deskriptif kuantitatif . Data penelitian yang diperoleh tersebut diolah dengan pendekatan survei yaitu dengan menganalisa angka-angka yang diperoleh dari hasil survei yang telah didaa dalam bentuk formulir kuisisioner kepada simple penelitian dan dianalisis secara kuantitatif. Serta diproses lebih lanjut dengan alat bantu berupa dasar-dasar teori yang dipelajari sebelumnya sehingga dapat memperjelas gambaran mengenai objek yang diteliti dan kemudian dari hasil tersebut ditarik kesimpulan.

##### **3.1.1. Desain Penelitian**

Menurut (sofar silaen, 2018) desain penelitian adalah desain mengenai keseluruhan proses yang diperlukan dalam perencanaan dan pelaksanaan penelitian. Dalam penyusunan laporan skripsi ini, memerlukan data yang lengkap dan tepat. Agar data-data dan informasi yang diperoleh sesuai dengan permasalahan yang ada, desain penelitian dijelaskan sebagai berikut:



**Gambar 3.1**  
**Desain Penelitian**  
 Sumber : Uus MD Fadli, 2019

Pada gambar 3.1 diatas menjelaskan tahapan-tahapan dalam desain penelitian yang dapat dijelaskan sebagai berikut :

1. Tahapan pertama yang dilakukan adalah studi pendahuluan pada objek penelitian. Untuk meminta data dan melakukan observasi awal yang kemudian dapat dijadikan latar belakang penelitian.

2. Setelah itu dilakukan identifikasi masalah, dimana identifikasi masalah tersebut sebagai dasar dalam membuat suatu kerangka pemikiran penelitian
3. Setelah ada ya identifikasi masalah dan rumusan masalah maka ada kerangka pemikiran tentunya akan ada hipotesis penelitian
4. Setelah tahapan tadi selesai dikerjakan, dibuatlah suatu desain penelitian sebagai kerangka untuk melakukan penelitian.
5. Kemudian perlu melakukan konseptualisasi atas variabel yang akan diteliti dalam penelitian ini dengan menggunakan beberapa literatur dan studi pustaka yang sesuai, untuk kemudian variabel-variabel tersebut dapat didefinisikan secara operasional.
6. Setelah desain penelitian dibuat, perlu ditentukan populasi dan kemudian menentukan sampel yang akan dijadikan responden dalam penelitian ini. Dari jumlah sampel yang telah diketahui dapat diperoleh data-data dari para responden untuk kemudian dikumpulkan dan dianalisis melalui Analisis Regresi berganda.
7. sebelum dilakukan analisis terhadap data yang telah terkumpul dari para responden dilakukan uji validitas terlebih dahulu, bila valid maka data tersebut dapat dianalisis, sedangkan jika tidak valid bisa dipertimbangkan apakah akan tetap diikuti dalam analisis atau kembali merujuk pada definisi variabel penelitian secara operasional.
8. Tahapan terakhir, setelah dilakukan analisis data maka peneliti dapat menarik kesimpulan atas hasil analisis tersebut dan menginterpretasikannya.

### **3.2.Lokasi dan Waktu Penelitian**

#### **3.2.1. Lokasi Penelitian**

Adapun lokasi penelitian yang dilakukan oleh peneliti adalah mahasiswa program studi manajemen angkatan 2017 Universitas Buana Perjuangan Karawang. Peneliti mengambil lokasi tersebut karena lokasi ini sudah sesuai dengan studi kasus yang telah di tentukan oleh penulis.

### 3.2.2. Waktu Penelitian

Penelitian ini direncanakan berlangsung selama 8 bulan, yakni dari bulan April 2021 sampai dengan Januari 2022, dengan uraian sebagai berikut :

**Tabel 3.1.**  
**Tabel kegiatan**

No	Uraian Kegiatan	Waktu
1	Pra survei dan Perizinan	April 2021 s/d Juni 2021
2	Penulisan Proposal	Mei 2021 s/d Juli 2021
3	Perbaikan Proposal	Juli 2021 s/d Agustus 2021
4	Seminar Proposal	September 2021
5	Pengumpulan data dan observasi	Oktober s/d November 2021
6	Analisis data	November 2021
7	Penulisan skripsi	November 2021
8	Perbaikan skripsi	November s/d Desember 2021
9	Sidang skripsi	Januari 2022

Sumber : diolah oleh penulis, 2021

### 3.3. Definisi Operasional Variabel

Berdasarkan bentuk dan ragam variabel, penelitian ini menggunakan tiga variabel, yaitu dua variabel independen (variabel bebas) dan satu variabel dependen (variabel terikat/tergantung).

#### 3.3.1. *Electronic Word of Mouth (eWom)* (X1)

Menurut (Jiménez, F. R., & Mendoza, 2013) *Electronic Word of Mouth* memiliki pengaruh terhadap perilaku konsumen sebelum konsumen memutuskan untuk membeli suatu produk atau jasa. *Word of mouth marketing* adalah suatu bentuk pemasaran dimana konsumen memegang kendali dan berpartisipasi sebagai pemasar untuk mempengaruhi dan mempercepat pesan pemasaran.

#### 3.3.2. Harga (X2)

Menurut (Rajput, A.A.; Kalhor, S.H.; dan Wasif, 2012) Harga memiliki pengaruh yang signifikan yang dirasakan kualitas ketika satu-satunya informasi ditunjukkan tersedia. Menurut studi konsumen lebih suka untuk memiliki dengan harga dan kualitas daripada aspek-aspek teknis barang tahan lama.

### 3.3.3. Minat Beli ( Y )

Menurut (Kumala, 2012) Minat beli merupakan sesuatu yang berhubungan dengan rencana konsumen untuk membeli produk/jasa tertentu, serta beberapa banyak unit produk/jasa yang dibutuhkan pada periode tertentu.

### 3.3.4. Operasional Variabel

Penjabaran operasionalisasi variabel-variabel penelitian dirinci dalam bentuk tabel sebagai berikut :

**Tabel 3.2**  
**Tabel Operasional Variabel**

Variabel	Dimensi	Indikator	Skala	Item Pertanyaan
<i>Electronic Word of Mouth ( eWom )</i> ( X1 ) (Goyette I. et al., 2010)	<i>Intensity / intensitas</i>	Frekuensi mengakses dan ulasan	Ordinal	1 – 3
	<i>Valence Of Opinion / valensi opini</i>	Komentar positif		4
		Banyaknya rekomendasi		5
	<i>Concent / konten</i>	Informasi produk		6 - 13
Harga ( X2 ) (Wisniarsa, 2015)	<i>Price Acceptance</i>	Keterjangkauan Harga produk	Ordinal	1 - 4
	<i>Price Evaluatio</i>	Perbandingan Harga		5 dan 6
		Produk dapat bersaing		7
<i>Perceived Worth</i>	Kesesuain Harga	8 - 10		
Minat Beli ( Y ) (Priansa, 2017)	Minat Transaksional	Berminat membeli produk kembali	Ordinal	1
		Berminat membeli produk dalam jumlah banyak		2
	Minat Referensial	Perekomendasi produk		3 - 6
		Pemenuh kebutuhan		7
	Minat Preferensial	Rasa produk sesuai dengan selera		8 - 9
		Minat Eksploratif		Pecarian informasi produk

Sumber : diolah oleh penulis, 2021

### 3.4. Sumber dan Teknik Pengumpulan Data

#### 3.4.1. Sumber Data Penelitian

Menurut (Suharsimi Arikunto, 2013) sumber data yang dimaksud dalam penelitian adalah subjek dari mana data dapat diperoleh.

##### 3.5.1.1 Data Primer

Data primer menurut (Istijanto, 2010) adalah data asli yang dikumpulkan sendiri oleh periset untuk menjawab masalah risetnya secara khusus. Data ini tidak tersedia, sebab sebelumnya belum pernah ada hasil riset sejenis sudah kadaluarsa.

Data primer yang digunakan dalam penelitian ini adalah hasil pengisian kuesioner oleh beberapa responden yang sudah ditentukan, yaitu mahasiswa Universitas Buana Perjuangan Karawang Program Studi Manajemen tahun 2017.

##### 3.5.1.2. Data Sekunder

Data sekunder menurut (Istijanto, 2010) Arti kata sekunder berasal dari bahasa Inggris yaitu “*secondary*” yang berarti kedua artinya bukan secara langsung. Data sekunder didefinisikan sebagai data yang telah dikumpulkan pihak lain, bukan dari periset sendiri. Artinya, periset adalah tangan kedua yang hanya sekedar mencatat, mengakses atau meminta data (yang berwujud informasi) ke pihak lain yang telah mengumpulkannya di lapangan. Periset hanya memanfaatkan data yang ada untuk penelitiannya. Keberadaannya tidak dipengaruhi riset yang akan dijalankan peneliti, sebab data tersebut sudah disediakan pihak lain secara berkala atau pada waktu tertentu.

Dalam penelitian ini data sekunder yang digunakan adalah data-data dan informasi yang diperlukan dengan cara membaca buku, artikel, jurnal, data dari internet, dan skripsi penelitian sebelumnya

### 3.5.2. Teknik Pengumpulan Data

Menurut (Sugiyono, 2013) teknik pengumpulan data merupakan langkah yang paling strategis dalam penelitian, karena tujuan utama dari penelitian adalah mendapatkan data.

#### 3.5.2.1. Kuesioner

Menurut (Sugiyono, 2013) kuesioner merupakan teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan cara memberi seperangkat pertanyaan atau pernyataan tertulis kepada responden untuk dijawab. Peneliti menggunakan teknik kuesioner dengan cara memberi beberapa pertanyaan atau pernyataan tertulis kepada responden yang sudah dituju. Kuesioner yang disebarakan berupa identitas responden dan mengenai daftar pertanyaan/pernyataan yang akan di isi oleh responden.

#### 3.5.2.2. Online Riset

Peneliti menggunakan teknik online riset dengan cara mencari dan membaca beberapa situs website pada laman google ataupun mencari beberapa jurnal ataupun artikel pada laman google scholar yang berhubungan dengan berbagai informasi yang dibutuhkan dalam penelitian ini.

### 3.6. Teknik Penentuan Data

#### 3.6.1. Populasi Penelitian

Populasi menurut (Sugiyono, 2018a) adalah wilayah generalisasi yang terdiri atas objek atau subjek yang mempunyai kuantitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya. Dalam penelitian ini yang menjadi populasi adalah Mahasiswa Manajemen 2017 Universitas Buana Perjuangan Karawang dengan jumlah keseluruhan mahasiswa sebanyak 506 mahasiswa dan diolah dalam hasil pra kuisisioner dengan menghasilkan 133 mahasiswa yang dapat dijadikan sebagai responden yang merupakan konsumen yang pernah melakukan pembelian produk Sayapku.

### 3.6.2. Sampel Penelitian

Sampel menurut (Sugiyono, 2018a) adalah bagian dari jumlah atau karakteristik yang dimiliki oleh populasi tersebut. Untuk menentukan jumlah sampel penelitian yang dibutuhkan, peneliti mengambil sampel kepada mahasiswa Universitas Buana Perjuangan Karawang Program Studi Manajemen tahun 2017, yang merupakan pelanggan sayapku. Adapun penelitian ini menggunakan rumus Slovin, karena dalam penelitian ini penarikan sampel jumlahnya harus representative agar hasil yang didapat dalam penelitian ini dapat digeneralisasikan dan dapat diperhitungkan. Rumus Slovin untuk menentukan sampel adalah sebagai berikut :



$$n = \frac{N}{1 + N(e)^2}$$

keterangan :

- n : ukuran sampel/jumlah responden
- N : ukuran populasi
- e : presentase kelonggaran ketelitian kesalahan pengambilan sampel yang masih dapat ditolerir

Dalam menentukan jumlah sampel yang akan dipilih, penulis menggunakan tingkatan kesalahan sebesar 5%, karena dalam setiap penelitian tidak mungkin hasilnya akan sempurna 100%. Jumlah populasi yang digunakan sebanyak 133 Mahasiswa Program Studi Manajemen Angkatan 2017 Universitas Buana Perjuangan Karawang yang pernah mengkonsumsi produk makanan Sayapku. Maka untuk mengetahui sampel penelitian, dengan perhitungan sebagai berikut:

$$n = \frac{133}{1 + 133 (0.05)^2}$$

$$n = \frac{133}{1 + 133 (0.0025)}$$

$$n = \frac{133}{1 + 0,3325}$$

$$n = \frac{133}{1,3325}$$

$$n = 99,81$$

Berdasarkan perhitungan diatas, sampel yang menjadi responden dalam penelitian ini disesuaikan menjadi sebanyak 99,81 dibulatkan menjadi 100 responden dari seluruh total Mahasiswa Program Studi Manajemen Angkatan 2017 Universitas Buana Perjuangan Karawang yang pernah mengkonsumsi produk makanan Sayapku.

### 3.6.3. Teknik Sampling

Menurut (Sugiyono, 2015) pengertian Teknik Sampling adalah sebagai berikut: “Teknik sampling adalah merupakan pengambilan sampel. Untuk menentukan sampel yang akan digunakan dalam penelitian, terdapat berbagai teknik sampling yang digunakan”. Menurut (Sugiyono, 2018b) mengemukakan bahwa teknik sampling adalah teknik pengambilan sampel. Penelitian ini menggunakan teknik sampling *Probability Sampling* dengan teknik *Stratified Random Sampling*. Menurut (Sugiyono, 2013) proportionate stratified random sampling adalah teknik yang digunakan bila populasi mempunyai anggota/unsur yang tidak homogen dan berstrata secara proporsional. *Probability Sampling* Menurut (Sugiyono, 2017) adalah teknik pengambilan sampel yang memberikan peluang yang sama bagi setiap unsur (anggota) populasi untuk dipilih menjadi anggota sampel.

Penulis menggunakan teknik ini disebabkan oleh populasi Mahasiswa Program Studi Manajemen Angkatan 2017 Universitas Buana Perjuangan Karawang yang

terdiri dari 10 kelas. Oleh karena itu sampel yang dipilih ini memiliki kriteria responden berdasarkan:

1. Jenis Kelamin : Laki-laki dan Perempuan
2. Mahasiswa Universitas Buana Perjuangan Karawang pada program studi Manajemen angkatan 2017
3. Pernah melakukan pembelian pada produk Sayapku

Dari ke 10 kelas terdapat 133 populasi Mahasiswa Program Studi Manajemen Angkatan 2017 Universitas Buana Perjuangan Karawang yang pernah mengkonsumsi produk makanan Sayapku. Data tersebut didapatkan dari hasil Pra Kuesioner penelitian.

**Tabel 3.3**  
**Jumlah Sampel Mahasiswa Manajemen 2017 Konsumen Produk Sayapku**

No	Kelas	Jumlah
1	AB	15
2	C	15
3	D	19
4	E	10
5	F	10
6	G	6
7	HL	8
8	I	8
9	J	6
10	K	5
<b>TOTAL</b>		<b>100</b>

Sumber : hasil olahan penulis, 2021

Kemudian berdasarkan Cluster Sampling terhadap 10 kelas, maka diperoleh jumlah sebanyak 100 Mahasiswa Program Studi Manajemen Angkatan 2017 Universitas Buana Perjuangan Karawang yang pernah mengkonsumsi produk makanan Sayapku.

### 3.6.4. Instrumen Penelitian

Pada kuesioner digunakan skala Likert yang diberi pilihan jawaban sebagai berikut :

- Sangat rendah (SR)
- Rendah (R)
- Cukup tinggi (CT)
- Tinggi (T)
- Sangat tinggi (ST)

Dalam hal ini responden dapat memilih jawaban sesuai dengan kondisi objektif menurut persepsinya.

Nilai persepsi responden ini diukur dengan memberikan nilai jawaban terhadap lima alternatif jawaban yang bergerak dari poin 5, 4, 3, 2 dan 1. Butir pertanyaan pada angket adalah butir pertanyaan positif (*favourable*). Nilai untuk butir positif adalah :

- 5 untuk jawaban sangat tinggi
- 4 untuk jawaban tinggi
- 3 untuk jawaban cukup tinggi
- 2 untuk jawaban rendah
- 1 untuk jawaban sangat rendah

Tabel 3.4.

#### Skala Pengukuran

Kategori Variabel			Bobot Skor
<i>eWom</i>	Harga	Minat Beli	
Sangat Rendah	Sangat Rendah	Sangat Rendah	1
Rendah	Rendah	Rendah	2
Cukup Tinggi	Cukup Tinggi	Cukup Tinggi	3
Tinggi	Tinggi	Tinggi	4
Sangat Tinggi	Sangat Tinggi	Sangat Tinggi	5

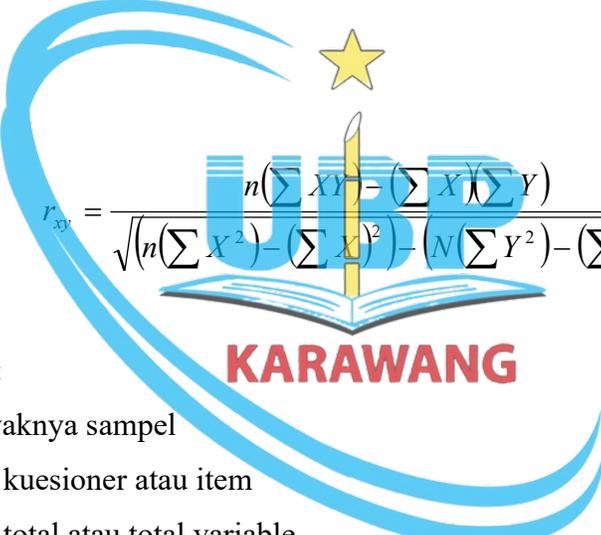
Sumber : Diolah penulis 2021

### 3.7. Pengujian Keabsahan Data

#### 3.7.1. Uji Instrumen

##### 3.7.1.1. Uji Validitas

Uji validitas menunjukkan sejauh mana tingkat ketepatan penggunaan alat ukur tersebut terhadap gejala yang ingin diukur. Menurut (S. Arikunto, 2010) validitas adalah suatu ukuran yang menunjukkan tingkat-tingkat kevalidan atau kesahihan suatu instrument. Suatu instrumen dikatakan valid jika mempunyai validitas yang tinggi. Suatu instrument dikatakan kurang valid jika memiliki validitas rendah. Sebuah instrument valid apabila dapat mengungkapkan data dari variabel yang diteliti secara tepat. Dimana r hitung dapat ditentukan dengan rumus:



$$r_{xy} = \frac{n(\sum XY) - (\sum X)(\sum Y)}{\sqrt{(n(\sum X^2) - (\sum X)^2) - (N(\sum Y^2) - (\sum Y)^2)}}$$

Dimana :

n = Banyaknya sampel

x = Skor kuesioner atau item

y = Skor total atau total variable

r = Nilai validitas atau koefisien korelasi

Jika  $r_{hitung} > r_{tabel}$ , maka instrumen dikatakan valid

##### 3.7.1.2. Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas menunjukkan tingkat kemantapan, kejelasan dan ketepatan suatu alat ukur atau uji yang digunakan untuk mengetahui sejauh mana pengukuran relatif konsisten apabila dilakukan pengukuran ulang. Uji ini digunakan untuk mengetahui sejauh mana jawaban kebutuhan aktualisasi diri konsisten atau stabil dari waktu ke waktu. Hal ini berarti bahwa suatu alat ukur memiliki reliabilitas sempurna apabila hasil pengukuran diujikan berkali – kali terhadap subyek yang sama selalu menunjukkan hasil

atau skor yang sama. Suatu alat ukur dikatakan reliabel apabila alat ukur tersebut mempunyai kendala dalam pengukuran rumus yang digunakan adalah rumus *koefisien alpha*.

$$r_{11} = \left[ \frac{k}{k-1} \right] \left[ 1 - \frac{\sum \delta_b^2}{\sum \delta_t^2} \right]$$

Dimana:

$r_{11}$  = reliabilitas instrumen r

k = Banyaknya butir pertanyaan

$\sum \delta_b^2$  = jumlah varian butir

$\sigma^2_t$  = Varian total t

Reliabilitas menunjukkan konsistensi dan stabilitas suatu skor dari instrument pengukur. Menurut (Ghozali, 2018) suatu kuisioner dikatakan reliabel jika memberikan nilai *Cronbach Alpha* > 0,70.

### 3.7.2. Uji Asumsi Klasik

#### 3.7.2.1. Uji Normalitas

Uji normalitas dalam penelitian ini digunakan untuk menguji pada model regresi, apakah variabel dependen atau variabel independen maupun keduanya memiliki ditribusi normal. Jika hasil distribusi menyatakan data normal atau hampir dinyatakan normal, maka model regresi tersebut dapat dikatakan baik (Ghozali, 2018).

Kriteria dalam Uji Kolmogorov-Smirnov melalui pendekatan Monte Carlo (2-tailed) dapat dikatakan normal apabila nilai Monte Carlo Sig(2-tailed) yang dihasilkan lebih besar dari 0,05 maka residual berdistribusi normal (sig > 0,05) dan sebaliknya jika nilai Monte Carlo Sig(2-tailed) yang dihasilkan dari < 0,05 dapat dikatakan residual tidak berdistribusi normal (sig < 0,05).

### 3.8. Rancangan Analisis

#### 3.8.1. Analisis Deskriptif

Analisis deskriptif sendiri menggunakan skala likert dan rentan skala untuk menganalisis data dengan cara menggambarkan *Electronic Word of Mouth (eWom)* dan Harga terhadap minat beli pada pembelian produk chicken wings pada outlet Sayapku dikalangan Mahasiswa Universitas Buana Perjuangan Karawang Program Studi Manajemen angkatan tahun 2017.

Analisis ini digunakan untuk mendisripsikan data dan menggambarkan data yang terkumpul sebagaimana adan ya tanpa bermaksud membuat kesimpulan untuk mengeneralisasi. Dalam penelitian ini yang di deskripsikan adalah 3 (tiga) variabel yang terdiri dari variabel bebas yaitu *eWom* (X1) dan Harga (X2), serta variabel terikat yaitu Minat Beli (Y).

Agar setiap jawaban dapat dihitung maka jawaban tersebut harus diberikan skor. Alat ukur yang digunakan untuk menilai jawaban responden adalah menggunakan Skala Likert dengan rumus perhitungan interval kelas yang digunakan untuk menghitung kategori mean adalah :

Panjang skala =  $(X \text{ terbesar} - X \text{ terkecil}) / \text{banyak kelas}$

$$= (5 - 1) / 5$$

$$= 4 / 5$$

$$= 0,8$$

Berdasarkan perhitungan tersebut maka 0,8 digunakan sebagai interval kelas pada penelitian ini yang dapat dilihat pada tabel 3.5 :

**Tabel 3.5**  
**Kategori Nilai Mean**

No	Nilai Rata-Rata	Keterangan	skor
1	1 – 1,8	Sangat Rendah	1
2	> 1,8-2,6	Rendah	2
3	>2,6-3,4	Cukup Tinggi	3
4	>3,4-4,2	Tinggi	4
5	>4,2-5	Sangat Tinggi	5

Berdasarkan hasil perhitungan diatas, maka nilai skala likert yang selanjutnya dapat dipakai untuk memprediksi pengaruh *Electronic Word of Mouth (eWom)* dan Harga terhadap minat beli pada pembelian produk Sayapku pada Mahasiswa Manajemen Universitas Buana Perjuangan Karawang angkatan 2017 yang merupakan konsumen Sayapku.

### 3.8.2. Analisis Regresi linier Berganda

Regresi linear berganda menurut (Sugiyono, 2017) digunakan oleh peneliti, bila peneliti meramalkan bagaimana keadaan (naik turunnya) variabel dependen, bila dua atau lebih variabel independen sebagai faktor predictor dimanipulasi (dinaik turunkan) nilainya. Jadi analisis regresi berganda akan dilakukan bila jumlah variabel independennya minimal dua. Adapun persamaan regresi linear berganda menurut (Sugiyono, 2017) adalah sebagai berikut :

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

Dimana :

Y = Minat beli

a = Konstanta

X1 = *eWom*

X2 = Harga

- $\beta_1$  = Koefisien regresi untuk variabel *eWom*  
 $\beta_2$  = Koefisien regresi untuk variabel harga  
 $e$  = Error term

### 3.8.3. Koefisiensi Determinasi ( $R^2$ )

Koefisien determinasi ( $R^2$ ) pada intinya mengukur seberapa jauh kemampuan model dalam menerangkan variasi variabel terikat (dependen). Koefisien determinasi ( $R^2$ ) bertujuan untuk mengetahui kekuatan variabel variabel bebas (independen) menjelaskan variabel terikat (dependen).

## 3.9. Uji Hipotesis

### 3.9.1. Uji $t$ ( Parsial )

Penelitian ini dilakukan untuk mengetahui signifikan atau tidaknya pengaruh masing-masing variabel bebas terhadap variabel terikat. Apabila hasil uji  $t_{hitung} \geq t_{tabel}$ , berarti variabel bebas cukup signifikan untuk menjelaskan variabel dependen. Untuk menguji koefisien korelasi *product moment* dapat digunakan statistik uji  $t$  yang rumusnya sebagai berikut:

$$t = \frac{r \sqrt{(n - 2)}}{\sqrt{(n - r^2)}}$$

Dengan  $dk = n - 2$

Untuk menentukan apakah  $H_0$  ditolak atau diterima yaitu membandingkan  $t_{hitung}$  dengan  $t_{tabel}$ , kriteria pengujiannya adalah sebagai berikut:

- $H_0$  ditolak jika  $t_{hitung} > t_{tabel}$  maka, dengan kata lain  $H_a$  diterima.
- $H_0$  ditolak jika  $t_{hitung} < t_{tabel}$  maka, dengan kata lain  $H_a$  diterima.

### 3.9.2. Uji F ( Simultan )

Pengujian ini dilakukan untuk mengetahui signifikan atau tidaknya pengaruh variabel bebas secara bersama-sama (simultan) terhadap variabel terikat. Apabila hasil uji  $F_{hitung} \geq F_{tabel}$  berarti variabel cukup signifikan untuk menjelaskan variabel dependen.

Untuk menentuakn apakah  $H_0$  diterima atau ditolak yaitu dengan membandingkan  $F_{hitung}$  dengan  $F_{tabel}$ , kriteria pengujiannya sebagai berikut:

- a. Bila  $F_{hitung} > F_{tabel}$  maka  $H_0$  ditolak, artinya ada pengaruh nyata.

Bila  $F_{hitung} < F_{tabel}$  maka  $H_0$  diterima, artinya tidak ada pengaruh nyata

