

BAB III

METODE PENELITIAN

A. Waktu Dan Tempat Penelitian

Proses penelitian mengenai pengaruh kualitas produk, harga dan iklan terhadap keputusan pembelian Sepeda Motor Yamaha dilakukan selama 8 bulan Mei 2017 sampai dengan Desember 2017. Tempat penelitian ini dilakukan terhadap konsumen wanaherang Bogor.

B. Desain Penelitian

Berdasarkan karakteristik masalah penelitian desain penelitian yang digunakan penulis untuk penelitian ini adalah penelitian kausal. Sugiyono (2014:50) mengartikan penelitian kausal adalah penelitian yang dimaksudkan untuk mengungkapkan permasalahan yang bersifat hubungan sebab akibat antara dua variabel atau lebih. Jadi di dalam penelitian terdapat variabel bebas (*independent variable*) dan variabel terikat (*dependent variable*) untuk mengetahui apakah ada pengaruh antara variabel X_1 , X_2 , X_3 terhadap variabel Y .

C. Definisi Dan Operasional Variabel

1) Definisi Variabel

Sugiyono (2014:95) mendefinisikan variabel adalah segala sesuatu yang berbentuk apa saja yang ditetapkan oleh peneliti untuk di pelajari sehingga diperoleh informasi tentang hal tersebut, kemudian ditarik kesimpulan. Sedangkan

definisi lain menyatakan variabel adalah sebagai atribut seseorang atau obyek, yang mempunyai “variasi” antara satu orang dengan yang lain atau satu obyek dengan obyek lain. Peneliti menggunakan variabel bebas (independent variable) dan variabel terikat (dependent variable) dimana variabel tersebut adalah sebagai berikut:

a) Variabel Bebas (Independent Variable)

Sugiono (2014:96) menyatakan bahwa variabel bebas adalah sering disebut sebagai variabel stimulus, predictor, antecedent. Variabel ini merupakan variabel yang mempengaruhi atau yang menjadi sebab perubahannya atau timbulnya variabel dependen (terikat).

Variabel independen peneliti yaitu :

- i. Kualitas Produk (dinotasikan dengan : X_1)
- ii. Harga (dinotasikan dengan : X_2)
- iii. Iklan (dinotasikan dengan : X_3)

b) Variabel Terikat (Dependent Variabel)

Sugiyono (2014:97) menyebutkan bahwa variabel dependen sering disebut juga sebagai variabel output, criteria dan konsekuen. Variabel ini merupakan variabel yang dipengaruhi atau yang menjadi akibat, karena adanya variabel bebas. Peneliti menggunakan keputusan pembelian sebagai variabel dependen (dinotasikan dengan : Y).

2) Operasional Variabel

Adapun definisi operasional dalam penelitian ini adalah sebagai berikut :

- a) Kualitas Produk (X1) adalah sebagai keseluruhan gabungan karakteristik produk dan jasa yang dihasilkan dari pemasaran, rekayasa, produksi dan pemeliharaan yang membuat produk dan jasa tersebut dapat digunakan memenuhi harapan pelanggan atau konsumen.
- b) Harga (X2) ialah bukan hanya angka pada tag. Itu datang dalam banyak bentuk dan melakukan banyak fungsi.
- c) Iklan (X3) iklan merupakan alat utama bagi pengusaha untuk dapat mempengaruhi konsumennya.
- d) Keputusan Pembelian (Y) adalah tahap evaluasi konsumen membentuk preferensi diantara merek-merek di dalam rangkaian pilihan dan mungkin juga merupakan niat untuk membeli merek yang paling disukai

Tabel 3.1

Operasional Variabel Kualitas Produk, Harga, Iklan Dan Keputusan Pembelian

Variabel	Dimensi	Indikator	Skala
Kualitas Produk (X1) Wijaya (2011)	Kinerja	Daya tahan sepeda motor Yamaha	Ordinal
		Kemudahan penggunaan sepeda motor Yamaha	
		Kehandalan produk Yamaha	
	Keindahan	Penampilan produk lebih bergaya Tampilan produk yang beragam	
	Kemudahan perawatan dan perbaikan	Kemudahan dalam perawatan sepeda motor Yamaha Kemudahan dalam perbaikan sepeda motor Yamaha	

Harga (X2) Kotler dan Amstrong (2011)	Keunikan	Ciri khas sepeda motor Yamaha yang berbeda dengan merek lainnya	Ordinal
	Daya tahan	Inovasi produk sepeda motor Yamaha dibanding merek lainnya Produk sepeda motor dari Yamaha dapat bertahan lama Produk Yamaha memiliki garansi mesin	
	Kualitas kesesuaian	Kesesuaian spesifikasi produk sepeda motor Yamaha Masa berlaku garansi produk sesuai yang ditawarkan	
	Kegunaan yang sesuai	Kesesuaian fungsi-fungsi produk sepeda motor Yamaha sesuai yang tertulis Iklan Produk sepeda motor Yamaha sesuai dengan kegunaan produk	
	Daftar harga	Harga sepeda motor yang ditawarkan bervariasi tergantung dari jenis sepeda motor	
	Diskon	Harga sepeda motor yang bersaing dengan sepeda motor merek lainnya Diskon produk sepeda motor untuk menarik daya beli konsumen	
	Kredit	Pembayaran dapat dilakukan dengan cara pinjaman	
	Periode pembayaran	Jangka waktu cicilan sesuai kesepakatan antara penjual dan pembeli Memudahkan pembeli dalam proses pembayaran Jangka waktu cicilan dapat	

disesuaikan antara penjual dan pembeli

Iklan (X3) Machfoedz (2010)	Presentsi Umum	Penawaran produk memiliki standarisasi tinggi	Ordinal
	Kemampuan Mengajak	Kesan positif	
		Kesan negatif	
	Kemampuan Berekspresi Yang Lebih Kuat	Desain menarik	
	Tidak Bersifat Pribadi	Berbeda dengan yang lain	
Keputusan Pembelian (Y) Kotler dan Keller (2016)		Menerapkan etika komunikasi	Ordinal
	Pengenalan kebutuhan	Kebutuhan dan Keinginan membeli produk sepeda motor Yamaha	
	Pencarian informasi	Memperoleh informasi dari iklan atau media	
	Evaluasai alternative	Sikap positif	
		Sikap negative	
	Keputusan pembelian	Manfaat yang didapat	
		Gaya hidup	
	Perilaku setelah pembelian	Tingkat kepuasan	
		Merekomendasi kepada orang lain	

D. Populasi Dan Sampel Penelitian

1. Populasi Penelitian

Populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri atas objek/kualitas yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang diterapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya (Sugiyono, 2014:148). Populasi dalam penelitian ini adalah seluruh konsumen Dealer Yamaha Amie Jaya Di Daerah wanaherang namun jumlah populasi tidak dapat diketahui secara pasti.

2. Sampel Penelitian

Sampel adalah bagian dari jumlah dan memiliki karakteristik yang dimiliki oleh populasi tersebut (Sugiyono, 2014:149). Metode pengambilan sampel dalam Penelitian ini menggunakan Sampling Insidental, yakni teknik penentuan sampel berdasarkan kebetulan, yaitu siapa saja yang secara kebetulan/insidental bertemu dengan peneliti dapat digunakan sebagai sampel, bila dipandang orang yang kebetulan ditemui itu cocok sebagai sumber data (sugiyono, 2014:154). Dikarenakan jumlah populasinya tidak diketahui secara pasti maka untuk menentukan besarnya sampel digunakan rumus unknown populations (Frendy, 2011:53) sebagai berikut:

$$n = \frac{z^2}{4\mu^2} \quad (1)$$

Keterangan :

n = ukuran sampel, e =error

Z = tingkat keyakinan sampel yang dibutuhkan dalam penelitian (pada $\alpha=5\%$ atau derajat keyakinan 95% maka $Z=1,96$)

μ = *margin of error*, tingkat kesalahan yang dapat ditolerir (ditentukan 10%)

Dengan menggunakan rumus diatas, maka diperoleh perhitungan sebagai berikut:

$$n = \frac{Z^2}{4\mu^2} \quad n = \frac{1,96^2}{4(0,1)^2}$$

$N = 96,4 = 96$ responden

Dari hasil perhitungan tersebut maka diketahui besar sampel yang diperlukan adalah 96 responden.

E. Teknik Pengumpulan Data

Dalam penelitian ini data yang digunakan adalah data primer. Menurut Sekaran (2011), Data primer adalah data yang mengacu pada informasi yang diperoleh dari tangan pertama oleh peneliti yang berkaitan dengan variabel minat untuk tujuan spesifik studi. Sumber data primer adalah responden individu, kelompok fokus, internet juga dapat menjadi sumber data primer jika kuesioner disebarkan melalui internet. Data yang dikumpulkan menggunakan teknik survei dengan kuesioner sebagai alat.

Menurut Kusumah (2011:78), Kuesioner adalah daftar pertanyaan tertulis yang diberikan kepada subjek yang diteliti untuk mengumpulkan informasi yang dibutuhkan peneliti. Kuesioner adalah alat pengumpulan data dengan memberikan sejumlah pertanyaan tertulis yang disusun secara terstruktur kepada responden yang berkaitan dengan Pengaruh Kualitas Produk, Harga dan iklan terhadap Keputusan Pembelian Sepeda motor pada dealer Yamaha Amie Jaya.

Kuesioner dalam penelitian ini sesuai dengan yang digambarkan dalam skala likert yaitu metode yang digunakan untuk mengukur sikap, pendapat, persepsi seseorang atau sekelompok orang tentang fenomena sosial (Sugiyono, 2016:93).

Tabel 3.2

Skor jawaban			
No.	Pilihan	Jawaban	Skor
1	SS	Sangat Setuju	5
2	S	Setuju	4
3	N	Netral	3
4	TS	Tidak Setuju	2
5	STS	Sangat Tidak Setuju	1

F. Metode Analisis

Analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah analisis kuantitatif yaitu mengelompokkan data berdasarkan variabel dan jenis responden, mentabulasi data berdasarkan variabel dari seluruh responden, menyajikan data tiap variabel yang diteliti, melakukan perhitungan untuk menjawab rumusan masalah, dan melakukan perhitungan untuk menguji hipotesis yang telah diajukan. (Sugiyono, 2014: 238).

Metode ini memberikan gambaran dan penjelasan mengenai hasil penelitian dan pembahasan masalah hasil penelitian dengan menggunakan pengukuran-pengukuran dan pembuktian-pembuktian khususnya mengenai pengujian hipotesa yang telah dirumuskan sebelumnya dengan menggunakan metode statistik. Adapun metode statistik yang akan digunakan dalam penelitian ini adalah :

1. Statistik Deskriptif

Statistik deskriptif adalah statistik yang digunakan untuk menganalisis data dengan cara mendeskripsikan atau menggambarkan data yang telah terkumpul sebagaimana adanya tanpa bermaksud membuat kesimpulan yang berlaku untuk umum atau generalisasi Sugiyono (2014:238).

Dalam statistik deskriptif untuk mencari hubungan antara variabel melalui analisis korelasi, melakukan prediksi dengan analisis regresi, dan membuat perbandingan dengan membandingkan rata-rata data sampel atau populasi. Statistik deskriptif memberikan gambaran atau untuk menjelaskan kelompok data yang didasarkan atas :

a. Minimum

Minimum merupakan nilai terendah dari suatu kumpulan data.

b. Maximum

Maximum merupakan data tertinggi dari suatu kumpulan data.

c. Mean

Mean merupakan teknik penjelasan kelompok yang didasarkan atas rata – rata kelompok tersebut. Mean ini didapat dengan menjumlahkan data seluruh individu dalam kelompok itu, kemudian dibagi dengan jumlah individu yang ada yang ada pada kelompok tersebut. Menurut Sugiyono, (2016:49) untuk menghitung mean rumusnya adalah sebagai berikut :

$$\text{Mean (Me)} = \frac{\sum xi}{N} \quad (2)$$

Dimana :

Me = Mean

Σ = Eplison (baca jumlah)

X_i = Nilai x ke i sampai ke n

N = Jumlah data.

d. Median

Median merupakan salah satu teknik penjelasan kelompok yang di dasarkan atas nilai tengah dari kelompok data yang telah disusun menurut urutan nilainya bisa dari yang terkecil sampai yang terbesar, atau sebaliknya dari yang terbesar sampai terkecil. Adapun untuk menghitung median menurut Sugiyono, (2016:53) rumusnya adalah sebagai berikut :

$$Md = b + p \left[\frac{\frac{1}{2}n - F}{f} \right] \quad (3)$$

Dimana :

Md = Median.

b = Batas bawah , dimana median akan terletak.

n = Banyak data.

p = Panjang kelas interval.

F = Jumlah semua frekuensi sebelum kelas median.

f = Frekuensi kelas median.

e. Standar deviasi

Standar deviasi merupakan salah satu teknik yang digunakan untuk menjelaskan homogenitas kelompok. Standar deviasi adalah nilai yang mirip dengan varian yang menggambarkan sebaran dalam sebuah kelompok data. Adapun rumus untuk menghitung standar deviasi menurut Sugiyono, (2015:58) adalah sebagai berikut:

$$\sigma = \frac{\sqrt{\sum_{i=1}^n (x - \mu)^2}}{n-1} \quad (4)$$

2. Uji kualitas Data

a. Uji Validitas

Uji Validitas merupakan suatu alat ukur tes dalam kuesioner. Validitas dijelaskan sebagai *instrument* yang digunakan untuk mengukur apa yang hendak diukur (Sugiyono, 2014:348). Sebuah pengujian dikatakan valid apabila mampu mengukur apa yang diinginkan serta dapat membuktikan data dari variabel yang diteliti secara tepat. Tinggi rendahnya instrumen menunjukkan berapa banyak data dan informasi yang dikumpulkan tidak menyimpang dari gambaran tentang variabel yang dimaksud.

Rumus yang digunakan untuk menguji validitas instrumen ini adalah *Korelasi Product Moment* Sugiyono (2016:183) sebagai berikut:

$$r_{xy} = \frac{n \sum XY - (\sum X)(\sum Y)}{\sqrt{\{n \sum X^2 - (\sum X)^2\} \{n \sum Y^2 - (\sum Y)^2\}}} \quad (5)$$

Keterangan :

r_{xy} = koefisien korelasi antara variabel x dan variabel y

n = jumlah data sampel

$\sum xy$ = jumlah perkalian x dan y

X_2 = kuadrat dari x

Y_2 = kuadrat dari y

Analisis dilakukan dengan mencari korelasi antara masing-masing nilai pada nomor pertanyaan dengan nilai total dari nomor pertanyaan tersebut. Selanjutnya

koefisien korelasi yang diperoleh r masih harus diuji signifikansinya dengan membandingkan dengan tabel r . Butir pertanyaan dikatakan valid jika nilai r hitung $> r$ tabel atau nilai $p < 0,05$.

Uji validitas dalam penelitian ini menggunakan analisis item yaitu dengan mencari korelasi skor tiap butir dengan skor total yang merupakan jumlah dari tiap skor butir. Jika ada item yang tidak memenuhi syarat, maka item tersebut tidak akan diteliti lebih lanjut. Syarat tersebut menurut Sugiyono (2013:357) harus dipenuhi dengan menggunakan kriteria sebagai berikut :

- 1). Jika t hitung $\geq t$ tabel, maka dapat dikatakan instrumen pertanyaan tersebut valid.
- 2). Jika t hitung $\leq t$ tabel, maka dapat dikatakan instrumen pertanyaan tersebut tidak valid.

b. Uji Reliabilitas

Reliabilitas menunjukkan bahwa kuesioner tersebut konsisten apabila digunakan untuk mengukur gejala yang sama di lain tempat. Metode yang biasa digunakan untuk uji kehandalan adalah teknik ukur ulang dan teknik sekali ukur. Dalam penelitian ini, uji reliabilitas dilakukan dengan menggunakan teknik sekali ukur, yaitu pengukurannya dilakukan hanya sekali dan kemudian hasilnya dibandingkan dengan pertanyaan lain atau pengukur korelasi antar jawaban pertanyaan. SPSS memberikan fasilitas untuk mengukur reliabilitas dengan uji statistic *Cronbach Alpha* (α) (Ghozali, 2013:49).

Penggunaan pengujian reliabilitas oleh peneliti adalah untuk menilai konsistensi pada objek dan data, apakah instrument yang digunakan beberapa kali

untuk mengukur objek yang sama, akan menghasilkan data yang sama. Untuk menguji reliabilitas dalam penelitian ini, maka peneliti menggunakan metode *Internal Consistency* dengan teknik belah dua dari Spearman Brown (*Split Half*) dengan rumus sebagai berikut :

$$r_{il} = \frac{2 \times r_{1/2 \ 1/2}}{(1 + r_{1/2 \ 1/2})} \quad (6)$$

Keterangan:

r_{il} = reliabilitas instrumen

$r_{1/2 \ 1/2}$ = indeks korelasi antara dua belahan instrumen

3. Uji Asumsi Klasik

Uji asumsi klasik digunakan untuk mengetahui apakah model regresi linear berganda yang digunakan untuk menganalisis dalam penelitian ini memenuhi asumsi klasik atau tidak. Uji asumsi klasik terdiri dari uji normalitas, uji multikolonieritas, dan uji heteroskedastisitas, sebagai berikut:

a. Uji Normalitas

Uji normalitas bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi, variabel pengganggu atau residual memiliki distribusi normal. Uji normalitas tersebut dilakukan dengan mendasarkan pada uji Kolmogorov Smirnov (KS) dengan p 2 sisi (two tailed) dengan kriteria yang digunakan adalah apabila hasil perhitungan KS dengan 2 sisi lebih besar dari 0,05 maka data berdistribusi normal menurut Sugiyono (2015 : 323)

$$\chi^2 = \sum_{i=1}^n \frac{(O_i - e_i)^2}{e_i} \quad (7)$$

Keterangan :

χ^2 = Nilai X2

O_i = Nilai observasi

e_i = Nilai expected / harapan

n = Banyaknya angka pada data (total frekuensi)

b. Uji Multikolinearitas

Uji multikolineritas bertujuan untuk menguji apakah pada model regresi ditemukan adanya korelasi antar variabel bebas atau independen, Ghazali (2013:105). Cara umum untuk mendeteksi adanya multikolinear dalam model ini ialah dengan melihat bahwa adanya R^2 yang tinggi dalam model tetapi tingkat signifikansi t-statistiknya sangat kecil dari hasil regresi tersebut dan cenderung banyak yang tidak signifikan. Selain itu untuk menguji multikolineritas, bisa dilihat matrik korelasinya. Jika masing-masing variabel bebas berkorelasi lebih besar dari 80% maka termasuk yang memiliki hubungan yang tinggi atau ada indikasi multikolinearitas. Uji multikonearitas dapat dilakukan untuk hasil regresi untuk kedua model yang akan diestimasi dengan persamaan sebagai berikut:

$$(VIF)_j = \frac{1}{1-R_j^2} \quad (8)$$

Caranya adalah dengan mencari angka *tolerance*, dimana *tolerance* adalah nilai $1-r^2$. r^2 disini adalah koefisien determinasi dari regresi atas suatu variabel bebas terhadap sisa variabel bebas lainnya. Setelah angka *tolerance* diperoleh selanjutnya dicari angka VIF. Angka VIF (*variance inflation factor*) yang merupakan kebalikan (resiprokal) dari *tolerance*. Dengan demikian semakin tinggi nilai *tolerance* semakin rendah derajat kolinearitas yang terjadi. Sedangkan untuk VIF, semakin rendah nilai VIF semakin rendah derajat kolinearitas yang terjadi.

Batasan nilai maksimum VIF yang biasa digunakan untuk menjustifikasi adanya kolineritas adalah 10.

c. Uji Heteroskedastisitas

Uji heteroskedastisitas bertujuan menguji apakah dalam model regresi terjadi kesamaan varians dari residual satu pengamatan ke pengamatan lain. Apabila varians tersebut menunjukkan pola tetap, maka dapat dinyatakan bahwa tidak terjadi heteroskedastisitas. Jika *variance* dari residual satu pengamatan ke pengamatan lain tetap maka disebut homokedastisitas, dan jika berbeda disebut heteroskedastisitas. Untuk mendeteksi ada tidaknya heteroskedastisitas dapat dilakukan dengan menggunakan grafik *Scatterplot*. Model regresi yang baik adalah yang homokedastisitas atau tidak terjadi heteroskedastisitas, Ghazali (2013:139). Dasar analisis:

- 1) Jika ada pola tertentu, seperti titik-titik yang ada membentuk pola tertentu yang teratur (bergelombang, melebar kemudian menyempit), maka mengindikasikan telah terjadi heteroskedastisitas.
- 2) Jika tidak ada pola yang jelas, serta titik-titik di atas dan di bawah angka 0 pada sumbu Y, maka tidak terjadi heteroskedastisitas.

4. Uji Analisis Regresi Linear Berganda

Analisis regresi linier adalah analisis untuk mengetahui hubungan antara variabel independen dengan variabel dependen dengan menggunakan persamaan linier. Jika menggunakan satu variabel independen maka disebut analisis regresi linier sederhana dan jika menggunakan variabel lebih dari satu disebut dengan analisis regresi linier berganda. Analisis ini untuk

meramalkan atau memprediksi suatu nilai variabel dependen dengan adanya perubahan dari variabel independen (Priyatno 2016:47). Pada penelitian ini akan menggunakan Analisis Regresi Linear Berganda karna mempunyai variabel independen yang lebih dari satu. Menurut Getut (2014:113) Regresi berganda merupakan teknik statistika yang dapat digunakan untuk menganalisis hubungan antara variabel dependen (tergantung) dan variabel independen (prediktor). Tujuan dari analisis regresi berganda adalah untuk mengetahui signifikan pengaruh variabel prediktor terhadap variabel dependen, sehingga dapat memuat prediksi yang tepat.

Model linear dari regresi berganda adalah :

$$y = a + \beta_1 x_1 + \beta_2 x_2 + e$$

Dimana :

Y = Variabel dependen

X1 dan X2 = Variabel independen

a = Konstanta

e = Error

Kriteria pengambilan keputusan :

Susun Hipotesis :

Ho : $\rho = 0$ (Tidak ada korelasi)

H1 : $\rho \neq 0$ (Ada korelasi)

Tingkat signifikan $\alpha = 5\% = 0,05$

5. Uji Kesesuaian Model

a) Koefisien Determinasi

Koefisien Determinasi (R) pada intinya mengukur seberapa jauh kemampuan dalam menerangkan variasi variabel dependen. Nilai koefisien determinasi adalah di antara nol dan satu. Nilai R^2 yang kecil berarti kemampuan variabel-variabel independen dalam menjelaskan variasi variabel dependen amat terbatas. Nilai yang mendekati satu berarti dibutuhkan untuk memprediksi variasi variabel dependen. Secara umum koefisien determinasi untuk data silang (*crossection*) relatif rendah karena adanya variasi yang besar antara masing-masing pengamatan, sedangkan untuk data runtut (*time series*) biasanya mempunyai nilai koefisien determinasi yang tinggi (Ghozali, 2011). Untuk mengetahui besarnya variabel bebas dalam mempengaruhi variabel terikat dapat diketahui melalui nilai koefisien determinasi ditunjukkan oleh nilai *Adjusted R Square* (R^2). Nilai *Adjusted R Square* dapat naik atau turun apabila satu variabel independen ditambahkan ke dalam model.

$$Kd = R^2 \times 100\% \quad (10)$$

Dimana :

Kd = Koefisien determinasi

R^2 = besarnya koefisien korelasi ganda

b) Uji Annova (Uji F)

Uji F yaitu uji untuk melihat bagaimana pengaruh semua variabel bebasnya secara bersama-sama terhadap variabel terikatnya. Atau untuk menguji apakah model regresi yang kita buat baik/signifikan. Jika model signifikan maka

model bisa digunakan untuk prediksi/peramalan, sebaliknya jika non/tidak signifikan maka model regresi tidak bisa digunakan untuk peramalan.

6. Uji Hipotesis

a. Uji t (Pengujian secara Parsial)

Uji statistik t pada dasarnya menunjukkan seberapa jauh pengaruh satu variabel penjelas atau independen secara individual dalam menerangkan variasi variabel dependen (Ghozali, 2011). Uji statistik ini dirumuskan :

$$t = \frac{r \sqrt{n-2}}{\sqrt{1-r^2}} \quad (11)$$

Selanjutnya t_{hitung} yang diperoleh dibandingkan dengan t_{tabel} . Jika $t_{hitung} > t_{tabel}$ maka H_a diterima dan H_o ditolak yang berarti variabel independen secara parsial tidak berpengaruh signifikan terhadap variabel dependen. Begitu sebaliknya jika $t_{hitung} < t_{tabel}$ maka H_o diterima dan H_a ditolak yang berarti variabel independen secara parsial tidak berpengaruh signifikan terhadap variabel dependen.

Pengujian ini bertujuan untuk menguji pengaruh variabel bebas terhadap variabel terikat secara terpisah ataupun bersama-sama. Untuk menguji variabel yang berpengaruh X_1 , X_2 , dan X_3 terhadap Y secara terpisah maupun bersama-sama, maka digunakan uji t. Adapun kriteria pengujian uji t adalah sebagai berikut:

- 1) Jika signifikansi $< 0,05$ maka H_1 diterima berarti ada pengaruh signifikansi variabel independen secara individual terhadap variabel dependen.

- 2) Jika signifikansi $> 0,05$ maka H_1 ditolak berarti tidak ada pengaruh signifikan variabel independen secara individual terhadap variabel dependen.

Atau dapat digunakan cara lain yaitu :

$T_{hitung} > T_{tabel} \longrightarrow H_1$ diterima.

$T_{hitung} < T_{tabel} \longrightarrow H_1$ ditolak.



UNIVERSITAS
MERCU BUANA