

BAB III

METODE PENELITIAN

3.1 Jenis Penelitian

Jenis penelitian yang akan dikaji ialah jenis penelitian deskriptif dengan didasari pada pendekatan kuantitatif. Pendekatan deskriptif bertujuan untuk menjelaskan situasi yang dipelajari dengan memanfaatkan wawasan dari tinjauan literatur yang membantu memperkuat analisis peneliti dan menyusun kesimpulan. Oleh sebab itu, studi ini ditujukan untuk menjelaskan pada pengaruh kemudahan akses, promo gratis ongkos kirim, dan *customer rating* terhadap keputusan pembelian *fashion* di Tiktok. Pendekatan kuantitatif merujuk pada landasan filsafat positivis yang memungkinkan peneliti untuk memeriksa populasi atau sampel tertentu dengan menggunakan alat penelitian yang dapat disesuaikan untuk pengumpulan data. Berikutnya, setelah pengumpulan data informasi tersebut akan menjalani proses analisis statistik dengan tujuannya untuk menguji kebenaran dari hipotesis yang telah dirumuskan sebelumnya (Sugiyono, 2019:17).

3.2 Sifat Penelitian

Sifat penelitian ini akan berfokus pada replikasi, bertujuan untuk meniru penelitian sebelumnya dengan menggunakan indikator, variabel, dan teknik analisis data yang serupa. Namun, yang menjadikan perbedaan dengan studi senelumnnya terletak pada hal objek penelitian maupun periode dalam melakukan kajian. Dengan demikian, meskipun ada dasar yang sama, penelitian ini membawa dimensi baru dan pemahaman yang lebih dalam terhadap topik yang sedang diteliti.

3.3 Lokasi dan Periode Penelitian

3.3.1 Lokasi Penelitian

Pemilihan objek atau lokasi penelitian ini merupakan langkah awal yang sangat penting dalam merencanakan dan melaksanakan penelitian. Dalam konteks ini, peneliti memutuskan untuk menetapkan Kota Batam sebagai objek penelitian dikarenakan kota tersebut sebagai lokasi yang dapat memberikan berbagai peluang dan tantangan yang relevan dengan topik yang sedang diteliti.

3.3.2 Periode Penelitian

Periode penelitian menjadi bagian integral dari proses kerja yang ditetapkan dalam batas waktu tertentu. Agar lebih rinci dan terperinci, peneliti telah menggambarkan berbagai kegiatan yang akan dilakukan selama periode penelitian. Hal ini tercermin dalam cakupan tabel berikut:

Tabel 3.1 Jadwal Penelitian

Kegiatan	September				Oktober				November				Desember				Januari			
	2023				2023				2023				2023				2024			
	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4
Penentuan judul	■	■																		
Latar belakang			■	■	■	■														
Kajian pustaka							■	■	■											
Pembuatan Kuesioner & Penyebaran										■	■	■	■							
Pengolahan Data dan analisis data														■	■	■				
Simpulan dan saran																		■	■	■

Sumber: Data Penelitian (2023)

3.4 Populasi dan Sampel

3.4.1 Populasi

Populasi merujuk pada sejumlah besar entitas atau individu yang memiliki karakteristik atau atribut yang spesifik, yang sering kali dijadikan fokus untuk penelitian atau analisis yang mendalam. Dengan memilih populasi yang tepat, para peneliti dapat memperlakukan studi mendalam untuk mendapatkan wawasan yang lebih baik tentang fenomena yang diteliti (Sugiyono, 2019:127). Pada lingkup penelitian ini, populasi tersebut terdiri dari individu-individu yang menggunakan TikTok dan telah terlibat dalam pembelian barang-barang *fashion* di Kota Batam pada tahun 2023. Meskipun jumlah pastinya tidak diketahui pada saat ini, populasi ini tetap menjadi fokus kajian.

3.4.2 Teknik Penentuan Besar Sampel

Sampel merupakan bagian kecil yang mewakili beragam elemen dalam sebuah populasi. Sampel tersebut mencerminkan ciri-ciri dan proporsi yang ada dalam populasi secara keseluruhan. Ketika populasi sangat besar dan terbatasnya dana, tenaga, dan waktu, maka peneliti mungkin memilih untuk menggunakan sampel sebagai representasi untuk upaya penelitian, bukan menyelidiki seluruh populasi secara langsung (Sugiyono, 2019:127). Pada ruang lingkup studi ini, populasi yang dikaji tidak dapat diketahui jumlahnya. Oleh karena itu, ukuran sampel didasarkan pada rumus *Lameshow*, yang akan dijelaskan dibawah ini:

$$n = \frac{Z^2 \cdot p \cdot q}{d^2}$$

Rumus 3.1 Rumus *Lameshow*

Sumber: Nurmaningsih (2023:7)

Keterangan:

n = Jumlah sampel minimal yang diperlukan

Z = Nilai standar dari distribusi sesuai nilai $\alpha = 5\% = 1,96$

p = Estimator proporsi populasi karena data belum didapat, maka pakai $50\% = 0,5$

d = Interval/penyimpangan $10\% = 0,1$

q = $1-p$

Dalam mengkaji pada rumus yang telah disampaikan sebelumnya, maka perhitungan untuk penentuan ukuran sampel dapat diperjelaskan di bawah ini:

$$n = \frac{1,96^2 \cdot 0,05(1-0,05)}{0,1^2}$$

$$n = \frac{3,8416 \cdot 0,25}{0,01}$$

n = 96,04 = dibulatkan menjadi 100 responden.

3.4.3 Teknik *Sampling*

Teknik *sampling* yang akan diterapkan dalam studi ini ialah *purposive sampling*, sebagaimana dapat untuk diartikan sebuah teknik dengan melibatkan pemilihan sampel berdasarkan pertimbangan tertentu. Dalam teknik ini, peneliti dapat memilih sampel didasari pada karakteristik tertentu yang relevan dengan tujuan penelitian, proses pemilihan sampel ini tidak dilakukan secara acak, melainkan dengan tujuan yang jelas (Sugiyono, 2019:128). Dengan demikian, kriteria yang dapat dianalisis seperti dibawah ini:

1. Responden yang menjadi subjek penelitian adalah pengguna TikTok yang sudah melakukan pembelian produk *fashion* sebanyak dua kali atau lebih.

2. Kelompok usia yang akan diinvestigasi dalam penelitian ini adalah mereka yang berusia 17 tahun ke atas.

3.5 Sumber Data

Sumber data untuk dapat dilibatkan untuk kajian ini terdiri dari beberapa sumber dengan penjelasan seperti dibawah ini:

1. Data primer

Data primer menunjukkan informasi yang diperoleh langsung oleh peneliti dari individu yang terlibat langsung dalam bidang penelitian. Dalam lingkup khusus penyelidikan ini, data primer dikumpulkan dengan menyebarkan kuesioner kepada individu-individu di TikTok yang telah melakukan pembelian barang-barang *fashion* selama tahun 2023. Pendekatan ini melibatkan penyebaran kuesioner secara ekstensif ke berbagai responden, yang bertujuan untuk memahami secara komprehensif berbagai pengalaman yang berbeda. dan preferensi konsumen di bidang produk *fashion*.

2. Data sekunder

Data sekunder berkaitan dengan data yang diperoleh peneliti melalui sarana perantara, bukan secara langsung. Dalam kajian ini, data sekunder mencakup informasi yang bersumber dari situs web, jurnal, dan buku, yang semuanya berkaitan dengan subjek yang diselidiki. Kumpulan data sekunder ini memberi akses terhadap pengetahuan yang sudah ada sebelumnya yang ditemukan dalam literatur terkait dengan subjek penelitian. Pada dasarnya, hal ini memungkinkan akses terhadap informasi yang sudah ada dan temuan penelitian sebelumnya yang memiliki relevansi dengan fokus penelitian.

3.6 Metode Pengumpulan Data

Metode pengumpulan data pada studi ini terdapat berbagai metode yang dapat dipergunakan, sebagaimana metode akan dijelaskan lebih lanjut sebagai berikut:

1. Kuesioner

Kuesioner merupakan metode terstruktur untuk mengumpulkan data, yang terdiri dari serangkaian pertanyaan atau pernyataan yang disusun dengan cermat. Hal ini disajikan kepada individu yang berpartisipasi dalam penelitian, mendorong mereka untuk berbagi wawasan dan pengalaman yang relevan dengan fokus penelitian. Dalam studi ini yang dilakukan pada tahun 2023, penelitian berpusat pada pengguna TikTok di Kota Batam yang pernah melakukan pembelian *fashion*. Para peserta ini diberikan kuesioner yang dirancang khusus untuk tujuan ini. Format kuesioner mencakup skala *Likert*, yang memungkinkan responden mengungkapkan pendapat atau pengalaman mereka dengan memilih dari berbagai tanggapan seperti cakupan berikut.

Tabel 3.2 Pemberian Skor Kuesioner

No	Alternatif Jawaban	Kode	Skor
1	Sangat Setuju	SS	5
2	Setuju	S	4
3	Netral	N	3
4	Tidak Setuju	TS	2
5	Sangat Tidak Setuju	STS	1

Sumber: Sugiyono (2019:147)

2. Studi pustaka

Studi pustaka sebagaimana metode investigasi yang teliti dimana peneliti menyelidiki serangkaian literatur komprehensif yang berkaitan dengan subjek penelitian mereka. Pendekatan ini berkisar pada perolehan data dengan

memahami dan meneliti teori-teori yang diuraikan secara menyeluruh dari berbagai sumber sastra. Sumber-sumber ini mencakup spektrum yang luas, mulai dari jurnal ilmiah dan buku hingga repositori berbasis web, semuanya bertujuan untuk mengungkap landasan teoretis yang terkait dengan penelitian yang dimaksud. Dengan membenamkan diri dalam kumpulan literatur ini, para peneliti menelusuri penelitian sebelumnya, memahami temuan terkait yang memberikan konteks berharga dan relevansi dengan upaya penelitian.

3.7 Definisi Operasional Variabel Penelitian

3.7.1 Variabel Independen (X)

Variabel independen sebagaimana dapat sering juga disebut sebagai variabel bebas, dapat didefinisikan pada suatu faktor atau kondisi yang memiliki kemampuan untuk memengaruhi ataupun menjadi pemicu dari perubahan atau kehadiran variabel dependen (Sugiyono, 2019:69). Dalam ruang lingkup kajian ini, variabel independen yang akan dikaji lebih lanjut dapat mencakup kemudahan akses (X1), promo gratis ongkos kirim (X2) dan *customer rating* (Y).

3.7.2 Variabel Dependen (Y)

Variabel dependen sering disebut sebagai variabel terikat, merupakan jenis variabel dalam sebuah penelitian atau eksperimen yang dipengaruhi oleh faktor-faktor lain yang dikenal sebagai variabel bebas. Dalam hal ini, variabel terikat dapat dianggap sebagai hasil atau respons dari suatu eksperimen yang bergantung pada perubahan yang terjadi dalam variabel bebas (Sugiyono, 2019:69). Dalam ruang lingkup kajian ini, variabel dependen yang akan dikaji lebih lanjut dapat mencakup keputusan pembelian (Y).

Tabel 3.3 Operasional Variabel

No	Variabel	Definisi Variabel	Indikator	Skala
1	Kemudahan Akses (X1)	Kemudahan akses ialah sudut pandang pengguna yang yakin bahwa suatu teknologi memiliki kesederhanaan baik dalam pembelajaran maupun manfaat (Lubis & Sitorus, 2023:356).	1. Kemudahan untuk mengenali 2. Kemudahan menemukan produk 3. Kemudahan mengumpulkan informasi	<i>Likert</i>
2	Promo Gratis Ongkos Kirim (X2)	Promo gratis ongkos kirim ialah taktik yang bertujuan untuk memikat pembeli dengan penawaran menarik agar segera melakukan pembelian (Febria <i>et al.</i> , 2022:12705).	1. Perhatian 2. Ketertarikan 3. Keinginan	<i>Likert</i>
3	<i>Customer Rating</i> (X3)	<i>Customer rating</i> adalah sudut pandang evaluatif yang diungkapkan melalui ulasan, berfungsi sebagai representasi simbolis yang menyampaikan umpan balik dan komentar pelanggan (Almayani & Graciafernandy, 2023:99).	1. Kredibel 2. Keahlian 3. Menyenangkan	<i>Likert</i>
4	Keputusan Pembelian (Y)	Keputusan pembelian mengacu pada tindakan yang dilakukan individu ketika memilih dan membeli suatu produk (Ibrahim <i>et al.</i> , 2023:82).	1. Kemantapan pada sebuah produk 2. Kemantapan pada pemilihan merek 3. Waktu Pembelian	<i>Likert</i>

Sumber: Data Penelitian (2023)

3.8 Metode Analisis Data

3.8.1 Uji Statistik Deskriptif

Uji statistik deskriptif adalah teknik analisis statistika yang digunakan untuk menyelidiki dan memberikan gambaran rinci tentang data yang telah

terkumpul. Metode ini bertujuan untuk menguraikan sifat-sifat serta pola yang terdapat dalam data tersebut. Dalam proses ini, informasi yang terdapat dalam dataset dipresentasikan secara terperinci dan dianalisis secara mendalam guna memberikan pemahaman yang lebih komprehensif tentang karakteristiknya. Tujuan utama dari statistik deskriptif adalah menyajikan sebuah gambaran yang jelas dan tepat tentang data yang ada, sehingga memungkinkan untuk melihat struktur dan hubungan antar variabelnya. Dengan menggunakan ukuran-ukuran statistik seperti rata-rata, median, dan distribusi frekuensi, statistik deskriptif membantu dalam menjelaskan bagaimana data tersebar dan sebaran nilai-nilai dalam dataset tersebut (Sugiyono, 2019:207). Untuk dapat mengkaji uji statistik deskriptif ini dapat didasari pada rumus yang tercantum dibawah ini:

$$RS = \frac{n(m-1)}{m}$$

Rumus 3.2 Rentang Skala

Sumber: Sugiyono (2019)

Keterangan :

RS : Rentang skala

n : Jumlah responden

m : Jumlah *alternative* jawaban

Dalam penjelasan yang diberikan, rumus tersebut bisa digunakan untuk melakukan perhitungan rentang skala seperti yang tersajikan dibawah ini:

$$RS = \frac{100(5-1)}{5}$$

$$RS = \frac{(400)}{5}$$

$$RS = 80$$

Tabel 3.4 Kategori Rentang Skala

No	Rentang Skala	Kategori
1	100 -180	Sangat Tidak Setuju
2	181-260	Tidak Setuju
3	261-340	Cukup Setuju
4	341-420	Setuju
5	421-500	Sangat Setuju

Sumber: Data Penelitian (2023)

3.8.2 Uji Kualitas Data

3.8.2.1 Uji Validitas

Uji validitas merujuk pada tingkat keakuratan sejauh mana suatu kuesioner mampu mengukur secara tepat apa yang seharusnya diukur oleh kuesioner tersebut. Proses pengujian ini ditujukan untuk mengevaluasi apakah sebuah kuesioner pengukuran memiliki keabsahan yang diperlukan dalam mengukur konsep atau variabel yang dituju dengan tepat. Uji validitas penting dilakukan karena hasil yang diperoleh dari suatu kuesioner hanya dapat dianggap akurat jika kuesioner tersebut valid (Khairani, 2022:5). Dalam menguji validitas suatu penelitian, dapat mengikuti panduan sebagai pedoman seperti cakupan dberikut:

1. Jika nilai r hitung antara variabel penelitian melebihi nilai yang terdapat dalam r tabel, maka pernyataan tersebut dapat dianggap valid.
2. Jika nilai r hitung antara variabel penelitian tidak melebihi nilai yang terdapat dalam r tabel, maka pernyataan tersebut dapat dianggap tidak valid.

Untuk mengkaji lebih lanjut pada pengujian validitas didasari melalui rumus yang tercantumkan berikut:

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

Rumus 3.3 *Pearson Correlation*

Sumber: Sugiyono (2019:246)

Keterangan :

r_{xy} = Koefesiensi korelasi X dan Y

n = Jumlah responden

X = Skor tiap item

Y = Skor total

3.8.2.2 Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas merujuk pada suatu metode untuk dipergunakan dalam menilai sejauh mana kuesioner atau alat pengukuran dapat diandalkan dalam mengukur variabel atau konstruk tertentu. Dalam konteks ini, variabel atau konstruk mengacu pada aspek-aspek tertentu dari fenomena yang ingin diukur, seperti sikap, pengetahuan, atau perilaku. Sebuah kuesioner dianggap dapat diandalkan apabila respons yang diberikan oleh individu yang sama terhadap pernyataan-pernyataan di dalamnya menunjukkan konsistensi atau kestabilan dari waktu ke waktu (Khairani, 2022:6). Dalam menguji reliabilitas suatu penelitian, dapat mengikuti panduan yang telah ditetapkan sebagai pedoman seperti cakupan dibawah ini:

1. Apabila *cronbach's alpha* memiliki nilai melebihi dari 0,60, dapat dengan menyatakan bahwa instrumen penelitian dianggap *reliabel*.
2. Apabila *cronbach's alpha* memiliki nilai yang tidak melebihi dari 0,60, dapat dengan menyatakan bahwa instrumen penelitian dianggap tidak *reliabel*.

Dalam pengujian reliabilitas dapat mempergunakan rumus seperti ditunjukkan dibawah ini:

$$a = \left(\frac{k}{k-1} \right) \left(\frac{s_x^2 - \sum S_i^2}{s_x^2} \right) \quad \text{Rumus 3.4 Alpha Cronbach}$$

Sumber: Winata & Priowidodo (2022)

Keterangan:

a = koefisien reliabilitas *Alpha Cronbach*

k = Jumlah item yang diuji

$\sum S_i^2$ = Jumlah varian item

s_x^2 = Varian skor-skor tes

3.8.3 Uji Asumsi Klasik

3.8.3.1 Uji Normalitas

Uji normalitas adalah suatu prosedur statistik yang dimanfaatkan untuk mengevaluasi apakah data yang terdapat dalam suatu model regresi, termasuk variabel independen, variabel dependen, atau bahkan keduanya, dapat dianggap mengikuti distribusi normal atau tidak. Dalam konteks regresi, penting untuk memastikan bahwa data mengikuti distribusi normal karena banyak metode statistik yang didasarkan pada asumsi ini (Angelina & Mashariono, 2020:7). Dalam studi ini, untuk mengevaluasi normalitas data, digunakan dua metode yang sering dipakai, yaitu pendekatan grafik serta penerapan uji *Kolmogorov-Smirnov*. Untuk melakukan pengambilan keputusan menggunakan histogram dan *normal p-p plot*, dapat mengikuti persyaratan berikut:

1. Ketika titik-titik yang terkandung dalam *normal p-p plot* sejajar di sepanjang garis diagonal atau membentuk kurva seperti lonceng pada histogram, hal ini menunjukkan bahwa model regresi menganut pola distribusi normal.

2. Ketika titik-titik dalam *normal p-p plot* menyimpang dari arah diagonal atau gagal menghasilkan histogram yang menyerupai kurva berbentuk lonceng, hal ini menandakan penyimpangan dari distribusi normal dalam model regresi.

Sementara itu, untuk keputusan menggunakan metode *kolmogorov-smirnov*, dapat memperhatikan hal berikut:

1. Jika hasil pengujian menunjukkan bahwa nilai *Asymp. Sig. (2-tailed)* melebihi 0,05, ini menunjukkan bahwa data berdistribusi normal.
2. Jika hasil pengujian menunjukkan bahwa nilai *Asymp. Sig. (2-tailed)* tidak melebihi 0,05, ini menunjukkan bahwa data tidak berdistribusi normal.

3.8.3.2 Uji Multikolinearitas

Uji multikolinearitas ialah sebagaimana alat statistik yang dievaluasi untuk menilai keberadaan dan kekuatan korelasi substansial antara beberapa variabel independen dalam model regresi. Tujuannya adalah untuk menentukan sejauh mana variabel-variabel independen tersebut saling memengaruhi satu sama lain dalam konteks regresi. Dalam sebuah model regresi yang dianggap baik, seharusnya tidak terdapat korelasi yang kuat atau sempurna di antara variabel independen tersebut (Angelina & Mashariono, 2020:7). Tolak ukur yang terkandung dalam pengujian ini dapat didasari pada *tolerance* serta VIF (*variance inflation factor*) dengan persyaratan berikut:

1. Ketika *tolerance* melampaui 0,10 dan secara bersamaan nilai VIF tetap di bawah 10,00, maka analisis tidak adanya masalah multikolinearitas pada data.
2. Ketika *tolerance* tidak melampaui 0,10 dan secara bersamaan nilai VIF di atas 10,00, maka analisis terdapat adanya masalah multikolinearitas pada data.

3.8.3.3 Uji Heteroskedastisitas

Uji heteroskedastisitas adalah alat analisis yang memeriksa apakah pola variasi dari kesalahan residual dalam suatu model regresi menunjukkan perbedaan yang signifikan di antara berbagai pengamatan. Pengujian ini tujuan utamanya adalah untuk mengevaluasi apakah variasi dalam kesalahan prediksi model regresi cenderung meningkat atau menurun seiring dengan perubahan nilai prediksi. Jika variasi ini tetap konstan, maka pada model regresi dianggap homoskedastisitas. Namun, jika variasi ini berbeda di berbagai tingkat nilai prediksi, maka pada model regresi dianggap heteroskedastisitas (Angelina & Mashariono, 2020:8). Dalam penentuan apakah terdapat heteroskedastisitas dalam data dapat dilakukan dengan melihat *scatterplot*, seperti acuan dibawah ini:

1. Ketika *scatterplot* mengandung adanya susunan titik-titik berbeda yang membentuk pola yang konsisten, bergelombang, atau bergantian menunjukkan potensi terjadinya heteroskedastisitas.
2. Ketika *scatterplot* mendandung tanpa pola yang mencolok, di mana titik-titik data tersebar secara seragam baik di atas maupun di bawah angka nol sepanjang sumbu Y, tidak adanya tren yang terlihat menandakan tidak adanya heteroskedastisitas.

3.8.4 Uji Pengaruh

3.8.4.1 Analisis Regresi Linier Berganda

Analisis regresi linear berganda merupakan suatu teknik statistik yang sering dipakai dalam penelitian untuk mengeksplorasi relasi antara satu variabel dependen pada dua atau lebih variabel independen. Dalam ranah ini, analisis

regresi linear berganda memberikan pandangan yang lebih terperinci mengenai bagaimana setiap variabel independen memainkan perannya dalam memengaruhi variabel dependen. Dengan penerapan metode ini, peneliti dapat menilai sejauh mana dampak variabel bebas terhadap variabel dependen dan dalam arah apa pengaruh tersebut termanifestasi (Nurmaningsih, 2023:9). Pada persamaan dalam analisis ini dapat disampaikan seperti berikut:

$$Y = a + b_1X_1 + b_2X_2 + b_3X_3 + e$$

Rumus 3.5 Regresi Linear Berganda

Sumber: Nurmaningsih (2023:9)

Keterangan:

Y	= Keputusan pembelian
a	= Konstanta
X1	= Kemudahan akses
X2	= Promo gratis ongkos kirim
X3	= <i>Customer rating</i>
b1 b2b3	= Koefisien Regresi
e	= Eror

3.8.4.2 Analisis Koefisien Determinasi (R^2)

Analisis koefisien determinasi (R^2) adalah ukuran statistik yang dievaluasi untuk menilai seberapa baik model statistik tertentu menangkap keragaman yang diamati dalam variabel terikat. Metrik ini beroperasi dalam spektrum nilai mulai dari 0 hingga 1, yang menggambarkan proporsi varians dalam variabel dependen yang dapat diperhitungkan oleh model yang diteliti. Nilai R^2 yang lebih tinggi

menandakan kapasitas model yang lebih kuat dalam menjelaskan dan memahami variasi yang ada pada variabel terikat, sehingga memberikan penjelasan yang lebih kuat dan komprehensif mengenai keanekaragaman yang diamati (Nurmaningsih, 2023:10). Kriteria pada analisis ini dapat menggambarkan seperti berikut:

1. Jika nilai R^2 mendekati 1, itu berarti sebagian besar variasi dalam variabel terikat dapat dijelaskan oleh variabel bebas.
2. Ketika nilai R^2 mendekati 0, hal itu menandakan bahwa hubungan antara variabel bebas dan variabel terikat sangat lemah.

Untuk mengkaji analisis koefisien determinasi (R^2) dilalui dengan rumus yang dicantumkan dibawah ini:

$$Kd = r^2 \times 100\%$$

Rumus 3.6 Koefisien Determinasi

Sumber: Winata & Priyowidodo (2022)

Keterangan:

Kd = Koefisien Determinasi

R = Nilai Koefisien Korelasi

3.9 Uji Hipotesis

3.9.1 Uji Hipotesis Secara Parsial – Uji t

Uji t merupakan suatu teknik statistik yang bermanfaat dalam mengevaluasi sejauh mana pengaruh variabel independen secara parsial terhadap variabel dependen dalam suatu penelitian. Dalam konteks penelitian, metode ini memungkinkan pengukuran seberapa besar dampak yang ditimbulkan oleh satu variabel independen terhadap variabel dependen. Proses ini melibatkan

perbandingan antara perolehan nilai t hitung yang ditemukan dari analisis data dengan nilai t tabel, dengan didasari yang terkandung pada tingkat signifikansi 5% atau 0,05 (Khairani, 2022). Acuan yang digunakan pada uji t dapat disampaikan dibawah ini:

1. Jika nilai t hitung melebihi nilai t tabel dan nilai signifikansi kurang dari 0,05, hal ini mengindikasikan bahwa secara parsial variabel bebas memiliki pengaruh yang signifikan terhadap variabel terikat.
2. Jika nilai t hitung kurang dari nilai t tabel dan nilai signifikansi melebihi 0,05, hal ini mengindikasikan bahwa secara parsial variabel bebas tidak memiliki pengaruh yang signifikan terhadap variabel terikat.

Untuk mengkaji lebih lanjut dalam uji t, maka rumus yang diterapkan seperti ditunjukkan dibawah ini:

$$t = \frac{r\sqrt{n-2}}{\sqrt{1-r^2}}$$

Rumus 3.7 Uji t

Sumber: Sugiyono (2019:200)

Keterangan :

r = Koefien korelasi

n = Jumlah Sampel

3.9.1 Uji Hipotesis Secara Simultan – Uji F

Uji F merupakan suatu pada teknik statistik yang dapat diterapkan untuk mengevaluasi apakah sekumpulan variabel bebas yang dimasukkan ke dalam suatu model memiliki kemampuan secara bersamaan atau secara simultan untuk mempengaruhi dalam variabel terikat. Dalam konteks penelitian ini, dilakukan

perhitungan dengan mengandung nilai f hitung yang kemudian dibandingkan dengan nilai f tabel, dengan didistribusikan untuk tingkat signifikansi sebesar 5% atau 0,05. Proses perbandingan ini bertujuan untuk menentukan apakah variabel-variabel bebas secara bersama-sama memiliki pengaruh yang signifikan terhadap variabel terikat (Khairani, 2022). Acuan yang digunakan pada uji f dapat disampaikan dibawah ini:

1. Jika nilai f hitung melebihi nilai f tabel dan nilai signifikansi kurang dari 0,05, hal ini mengindikasikan bahwa secara simultan variabel bebas memiliki pengaruh yang signifikan terhadap variabel terikat.
2. Jika nilai f hitung kurang dari nilai f tabel dan nilai signifikansi melebihi 0,05, hal ini mengindikasikan bahwa secara simultan variabel bebas tidak memiliki pengaruh yang signifikan terhadap variabel terikat.

Dalam uji F penerapan dengan menggunakan rumus seperti ditunjukkan dibawah ini:

$$F_{\text{hitung}} = \frac{R^2/K}{1-R^2(n-k-1)}$$

Rumus 3.8 Uji f

Sumber: Sugiyono (2019:257)

Keterangan :

R² = Koefisien korelasi berganda

K = Jumlah variabel independen

n = Jumlah anggota sampel