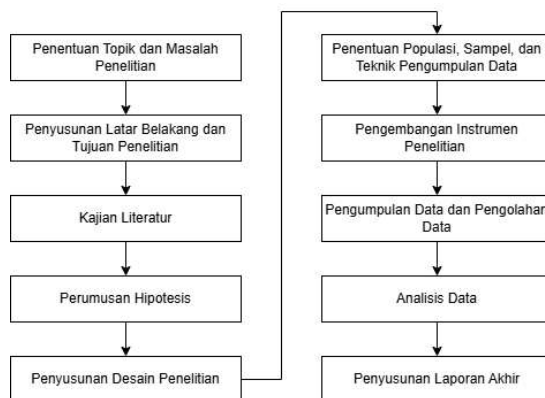


BAB III

METODE PENELITIAN

3.1 Desain Penelitian

Metode penelitian yang digunakan adalah kuantitatif yang dimana upaya peneliti untuk mencari pengetahuan dengan memberikan angka-angka pada data. Data yang diperoleh menggunakan Analisa. Penelitian kuantitatif adalah penelitian ilmiah yang dilakukan secara sistematis yang mempunyai tujuan untuk dapat menentukan hubungan antar variable dengan melihat terlebih dahulu dalam populasi dan sampel (Rahmatika & Fajar 2019) Perancangan penelitian berikut diawali dengan memberikan definisi mengenai ruang lingkup suatu permasalahan penelitian yang ada, menganalisa permasalahan dengan menggunakan cara merincikan dalam bentuk rumus, mengumpulkan data beserta informasi, mengolah data, menganalisa data serta membuat kesimpulan. Berikut merupakan table maupun gambar desain penelitian.



Gambar 3. 1 Desain Penelitian

3.2 Operasional Variabel

Definisi operasional variable adalah suatu bentuk penelitian yang memberikan informasi atau petunjuk untuk mengukur suatu variable. Definisi operasional dapat membantu peneliti lain yang ingin melakukan penelitian dengan variable serupa.

Menurut Sugiono (2019:221), operasional variable adalah segala sesuatu yang dipelajari oleh peneliti tanpa memandang keputusan untuk mendapatkan informasi mengenai hal tersebut dan kemudian akan digunakan untuk mengambil keputusan.

Operasional variable menjelaskan bahwa variable yang diteliti dari sudut pandang peneliti berdasarkan eksplorasi konsep yang dipahami. Peneliti mempertimbangkan variable dalam pikirannya sehingga semua pengamat yang melihat variable tersebut dengan kejelasan yang sama. Peneliti menjelaskan cara mengukur variable penelitian dan alat yang diperlukan untuk mencapai pengukuran tersebut (Machali,2021).

Dalam penelitian berikut, penulis menggunakan 2 jenis variable yaitu variable terikat dan variable bebas. Variable minat penggunaan *fintech* sebagai alat pembayaran yang digunakan oleh mahasiswa di Kota Batam sebagai variable dependen yang diukur dengan variable independent sebagai berikut: (1) *Hedonic Motivation*, (2) *Price Value*, (3) *Risk Perception*.

3.2.1 Variabel Dependen

Variable dependen menurut (Sugiyono, 2019:69) sering disebut sebagai variable terikat, yang dimana merupakan variable yang dipengaruhi atau dapat menjadi suatu akibat, dengan adanya variable bebas. Pada penelitian ini variable dependennya adalah *Fintech Adoption*. *Fintech Adoption* merupakan suatu layanan yang tercipta dari perpaduan teknologi, dan finansial berbasis digital yang mendukung proses transaksi untuk menjadi lebih cepat yang mengubah model bisnis dari tradisional menjadi *modern*.

Berikut merupakan beberapa factor yang digunakan sebagai indicator untuk memahami *fintech*:

1. Niat mahasiswa/konsumen dalam menggunakan layanan *fintech* dalam transaksi keuangan

Niat konsumen untuk menggunakan layanan *fintech* dalam suatu transaksi keuangan menjadi semakin signifikan di era digitalisasi ini. Layanan *fintech* terdiri dari berbagai metode pembayaran elektronik, seperti *mobile banking*, platform pembayaran *online*. Penyebab utama muncul suatu niat tersebut adalah karena adanya kemudahan serta kenyamanan yang ditawarkan oleh layanan *fintech*. Konsumen tidak lagi perlu repot untuk membawa uang tunai ataupun menggunakan kartu fisik saat berbelanja atau saat melakukan transaksi, dikarenakan cukup dengan membawa perangkat pintar mereka seperti *smartphone* mereka dapat melakukan pembayaran dengan cepat dan mudah.

2. Minat konsumen dalam mengikuti perkembangan dan inovasi dalam *fintech*

Minat konsumen dalam mengikuti perkembangan serta inovasi dalam layanan *fintech* menjadi semakin tinggi dikarenakan adanya peran yang semakin penting dari teknologi dalam kehidupan sehari-hari. Layanan *fintech* seiring berjalan waktu terus mengalami perubahan dan perkembangna yang menghadirkan fitur-fitur yang baru, keamanan yang lebih maksimal dan pengalaman pengguna yang semakin efektif.

3. Niat konsumen untuk merekomendasikan layanan *fintech* kepada orang lain

Niat konsumen untuk merekomendasikan layanan *fintech* kepada orang lain dapat terpengaruhi oleh beberapa factor yang dapat mencerminkan pengalaman positif mereka dalam menggunakan layanan tersebut. Ketika konsumen merasa puas dengan layanan *fintech* yang digunakan, mereka akan cenderung ingin berbagi pengalaman tersebut dengan orang lain.

Tujuan utama dari *Fintech* adalah untuk mempermudah proses keuangan, meningkatkan aksesibilitas, efisiensi, efektivitas serta menyajikan pengalaman pengguna yang lebih maksimal. Dengan menggunakan teknologi, *Fintech* dapat membuahkan suatu solusi yang lebih fleksibel, terjangkau serta mudah untuk diakses oleh individu, bisnis kecil, maupun usaha besar (Pambudi, 2019). *Adoption* dalam konteks *Fintech* mengacu pada niat serta keinginan individu maupun organisasi untuk mengadopsi ataupun menggunakan produk serta layanan *fintech* yang telah didasarkan dengan pertimbangan manfaat, kemudahan

penggunaan, sikap, norma, dan factor lain yang mempengaruhi keputusan adopsi. Hal tersebut merupakan langkah awal yang penting sebelum seseorang ataupun entitas mengadopsi ataupun menggunakan teknologi keuangan.

3.2.2 Variabel Independen

Variable independen atau sering disebut dengan variable stimulus, variable predictor dan *antecedent*. Variable bebas atau variable independent ini dapat mempengaruhi atau menyebabkan adanya perubahan ataupun munculnya suatu variable terikat yang disebut dengan variable dependen (Sugiyono, 2019). Variabel terikat atau independent dalam penelitian ini adalah: *Hedonic Motivation* (X_1), *Price Value* (X_2), dan *Risk Perception* (X_3).

3.2.2.1 Hedonic Motivation (X_1)

Hedonic Motivation merupakan kebahagiaan maupun kesenangan yang berasal dari pengalaman dengan menggunakan suatu teknologi. *Hedonic Motivation* merupakan konstruksi yang sangat penting karena jika suatu individu itu senang dan menyukai penggunaan suatu teknologi maka dia akan meningkatkan (*behavioral intention*) (Gomes & Wangdra, 2024). Menurut El-Adly (2019), variable motivasi hedonic dapat diukur dengan menggunakan metrik seperti berikut: berbelanja adalah pengalaman yang unik, berbelanja merupakan cara untuk mengatasi stress, konsumen juga lebih suka berbelanja untuk kepentingan orang lain dibandingkan kepentingan sendiri, mereka lebih suka mencari tempat perbelanjaan yang mempunyai harga yang murah dengan diskon

dan akan menjadi suatu kenikmatan dalam berbelanja jika telah menghabiskan waktu bersama-sama untuk berbelanja.

Terdapat 5 indikator motivasi hedonis, yaitu:

1. Kesenangan (Pleasure)

Kesenangan adalah tujuan yang memberikan perasaan gembira, puas, dan bahagia dalam menjalani aktivitas tertentu. Seseorang cenderung merasa lebih baik ketika mendapatkan pengalaman positif dari produk atau layanan, yang menjadikannya motivasi utama dalam mengadopsi suatu teknologi.

2. Kebaruan (Novelty)

Kebaruan mencerminkan kebutuhan individu untuk mencoba hal-hal baru yang memberikan pengalaman atau sensasi unik. Keinginan untuk menjelajahi sesuatu yang belum pernah dialami sebelumnya dapat mendorong seseorang untuk menggunakan produk atau layanan baru.

3. Kejutan (Surprise)

Kejutan adalah pengalaman tidak terduga yang memunculkan rasa senang atau terkesan. Produk atau layanan yang mampu memberikan elemen kejutan akan meningkatkan ketertarikan pengguna karena menciptakan pengalaman yang berkesan.

4. Menyenangkan (Fun)

Menyenangkan mengacu pada suasana hati yang muncul setelah seseorang merasa puas atau senang menggunakan suatu produk atau layanan.

Perasaan ini memberikan dampak positif yang mendorong individu untuk terus menggunakan produk tersebut.

5. Emosi Positif (Positive Emotion)

Emosi positif adalah tindakan yang dilakukan untuk mendapatkan perasaan senang dan hal-hal positif. Seseorang cenderung lebih terdorong untuk menggunakan teknologi atau layanan yang mampu memberikan dampak emosional yang menyenangkan.

3.2.2.2 Price Value (X_2)

Menurut (Sudirjo et al., 2023), nilai harga atau *price value* adalah suatu dorongan eksternal untuk konsumen pada saat memilih barang maupun jasa. Dikarenakan hal tersebut dapat menggambarkan bagaimana kualitas produk dan harga secara langsung.

Menurut Venkatesh (dalam Permana et al., 2024), *price value* dalam mengambil keputusan mengenai penggunaan teknologi merupakan suatu komponen yang penting dan dapat mempengaruhi keinginan untuk menggunakan teknologi.

Terdapat 3 indikator nilai biaya, yaitu:

1. Biaya yang relative rendah

Biaya adalah nilai pengorbanan yang terdiri dari biaya langsung dan biaya tidak langsung, dimana konsumen akan lebih suka menggunakan

layanan pembayaran *mobile* jika biaya tidak besar. Sebaliknya, jika factor biaya rendah cenderung akan mendorong seseorang untuk menggunakan teknologi tersebut.

2. Nilai terbaik untuk keuangan

Dalam hal berikut, pengguna cenderung memaksimalkan nilai dalam hal batasan biaya pencarian, pengetahuan, dan lain-lain. Apakah sesuai atau tidak penawaran dengan harapan yang akan mempengaruhi kepuasan pelanggan dan kemungkinan akan menggunakan layanan tersebut lagi.

3. Nilai baik untuk harga penggunaan.

Pelanggan membayar untuk mendapatkan, memiliki dan memanfaatkan suatu layanan yang dikenal sebagai harganya. Penggunaan teknologi membutuhkan biaya pastinya. Menurut manfaat yang diberikan kepada pengguna, harga yang ditawarkan oleh layanan pembayaran *mobile* adalah harga terbaik untuk layanan tersebut

3.2.2.3 Risk Perception (X₃)

Menurut Hartono (2023) persepsi adalah proses untuk mengatur, memilih, dan menerjemahkan informasi masukan untuk membuat suatu gambaran dunia yang signifikan. Persepsi tidak hanya bergantung pada rangsangan fisik, namun terkait juga dengan adanya rangsangan di lingkungan. Pada awal munculnya persepsi risiko, Resa & Andjarwati (2019) menyatakan bahwa psikologi adalah salah satu komponen yang mempengaruhi

keputusan konsumen tentang pembelian *online*. *Risk Perception* atau dikenal sebagai persepsi resiko adalah ketidakpastian yang dihadapi seseorang saat membuat keputusan (Pienaar et al., 2019).

Menurut Putra & Oktaria (2024), persepsi resiko adalah persepsi yang dimiliki oleh konsumen mengenai konsekuen atau hasil yang meragukan setelah mereka membeli barang maupun jasa atau melakukan transaksi. Persepsi resiko ini juga berkaitan dengan penggunaan system ataupun teknologi yang dapat berupa ancaman dalam keamanan dan privasi data maupun informasi pengguna yang dapat disalahgunakan oleh individu yang tidak bertanggung jawab ((Resa & Andjarwati, 2019). Menurut Prihartanti & Yuliani (2022) indicator untuk persepsi risiko antara lain:

1. Kekhawatiran terhadap fungsi system pembayaran digital

Banyak pengguna yang merasa khawatir terhadap penggunaan pembayaran digital tersebut karena adanya kekhawatiran terhadap keamanan data, ketidakpastian dengan system, risiko transaksi, dan kemampuan system tersebut dalam menanggapi masalah

2. Perasaan tidak aman dan nyaman saat menggunakan

Sejauh mana suatu pengguna merasa aman maupun tidak aman ketika menggunakan pembayaran digital termasuk seberapa aman transaksi mereka, perlindungan terhadap data pribadi, kenyamanan saat penggunaan, dan pemahaman terhadap suatu risiko yang mungkin dapat

terjadi. Semakin besar perasaan tidak aman, maka semakin besar pula kemungkinan keraguan dalam menggunakan *fintech* sebagai alat pembayaran maupun alat transaksi. Sebaliknya, semakin nyaman dan aman mereka maka akan semakin besar kemungkinan daya tarik untuk menggunakannya.

3. Penggunaan *fintech* sebagai metode transaksi serta pembayaran mengandung banyak risiko.

Beberapa pengguna merasa bahwa menggunakan *fintech* pada saat melakukan transaksi keuangan dapat membawa banyak risiko sehingga melibatkan kekhawatiran terhadap keamanan informasi pribadi, adanya risiko penipuan, ketidakjelasan, dan kesulitan dalam menanggapi masalah. Jadi semakin besar suatu pandangan bahwa penggunaan *fintech* membawa suatu risiko yang tinggi, semakin besar pula kemungkinan pengguna untuk merasa ragu untuk menggunakannya sebagai alat pembayaran maupun transaksi.

3.3 Populasi dan Sampel

3.3.1 Populasi

Populasi merujuk pada keseluruhan elemen yang diteliti dan mempunyai karakteristik yang serupa. Hal tersebut mencakup individu dalam suatu kelompok kejadian tertentu atau objek yang menjadi objek penelitian (Amin et al., 2023). Populasi pada penelitian ini adalah seluruh mahasiswa dan mahasiswi Akuntansi

di Universitas Kota Batam yang terdaftar di PDDIKTI pada tahun 2023 berjumlah 1.334.

3.3.2 Sampel

Sampel adalah sebagian dari total populasi yang memiliki karakteristik serupa dengan keseluruhan populasi, ini merupakan bagian kecil dari populasi yang dipilih mengikuti prosedur tertentu dengan tujuan untuk mewakili populasi secara keseluruhan (Amin et al., 2023). Pada penelitian ini teknik *sampling* yang digunakan adalah *purposive sampling*. Dalam penelitian ini, responden diminta untuk mengisi kuesioner yang mempunyai kriteria sebagai berikut:

1. Mahasiswa ataupun mahasiswi Akuntansi di Universitas Kota Batam
2. Mahasiswa ataupun mahasiswi Akuntansi yang menerapkan *fintech* dalam kegiatan sehari-hari
3. Besar sample yang digunakan pada penelitian berikut dengan jumlah total 1.334.

Teknik yang digunakan untuk membuat pengukuran sampel adalah dengan menggunakan metode perhitungan Slovin. Penggunaan metode Slovin digunakan untuk menghitung sample perwakilan ataupun *representative* yang berdasar dengan model. Sampel pada penelitian akan diambil berdasarkan perhitungan penentuan sampel yang menggunakan rumus Slovin:

$$n = \frac{N}{1 + ne^2}$$

Rumus 3. 1 Rumus Slovin

Keterangan:

n = Jumlah sampel

N = Jumlah populasi

e = Toleransi ketidakteelitian atau terhadap eror pada pengambilan sampel sebanyak 10% (0,1)

Berdasarkan penjelasan diatas, berikut merupakan perhitungan ukuran sampel yang menggunakan Rumus Slovin:

$$n = \frac{N}{1 + Ne^2} = \frac{1.334}{1 + 1.334 \times (0.1)^2} = \frac{1.334}{14.34} = 93.0264$$

$n = 93.0264$. Dibulatkan menjadi 100 responden

3.4 Jenis dan Sumber Data

3.4.1 Jenis Data

Jenis data penelitian menggunakan data kuantitatif, dikarenakan penelitian berikut dilakukan secara sistematis untuk mempelajari suatu fenomena tertentu menggunakan data yang telah dikumpulkan, yang kemudian dapat dianalisa dengan statistic, komputasi atau matematika (Ali et al., 2022).

3.4.2 Sumber Data

3.4.2.1 Data Primer

Ali et al. (2022) memberikan definisi bahwa data primer merupakan data yang diperoleh serta dikumpulkan langsung di lapangan oleh orang yang melakukan penelitian tersebut. Dalam penelitian berikut, yang menjadi sumber data primer adalah seluruh data yang diperoleh dari subjek penelitian yaitu Mahasiswa atau Mahasiswi Universitas Putera Batam.

3.4.2.2 Data Sekunder

Ali et al. (2022) mendefinisikan bahwa data sekunder adalah data yang diperoleh dari orang yang melakukan penelitian yang berasal dari sumber yang telah ada atau dari pihak maupun lembaga yang telah menggunakan dan mempublikasikan. Pada penelitian berikut, data sekunder yang digunakan oleh peneliti sebagai suatu acuan adalah jurnal-jurnal yang sebelumnya telah dipublikasikan oleh peneliti lainnya.

3.5 Teknik Pengumpulan Data

Sugiyono (2019) mengemukakan bahwa “Kuesioner adalah suatu teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan cara memberikan sejumlah pertanyaan kepada responden untuk dijawab”. Teknik yang digunakan peneliti untuk mengumpulkan data penelitian adalah dengan menyebarkan *google form* sebagai suatu media kuesioner yang sudah disiapkan sehingga dapat memudahkan peneliti

untuk mendapatkan hasil yang lebih akurat serta cepat. Kuesioner tersebut ditujukan kepada mahasiswa serta mahasiswi Universitas Putera Batam. Kuesioner yang digunakan pada penelitian berikut berupa kuesioner yang berbentuk skala Likert. Simamora (2022) menyatakan bahwa Skala Likert merupakan skala yang digunakan untuk mengukur sikap, pendapat serta persepsi seseorang mengenai suatu objek maupun fenomena tertentu. Berikut merupakan kategori dari skala Likert

Tabel 3.1 Nilai Pilihan Jawaban Responden

No	Pilihan	Nilai
1	Sangat Setuju	5
2	Setuju	4
3	Netral	3
4	Tidak Setuju	2
5	Sangat Tidak Setuju	1

3.6 Metode Analisis Data

3.6.1 Uji Statistik Deskriptif

Tujuan dari uji statistik deskriptif adalah untuk menguji dan menjelaskan karakteristik sampel yang akan diobservasi. Hasil dari uji statistic berupa table yang berisi nama variable yang diobservasi, mean, deviasi standar, maksimum dan minimum, yang kemudian diikuti dengan adanya penjelasan berupa narasi yang menjelaskan interpretasi tabel (Nurdin et al., 2020).

3.6.2 Uji Instrumen

3.6.2.1 Uji Validitas

Sugiyono (2019) mendefinisikan bahwa uji validitas merupakan instrument utama yang digunakan pada penelitian yang berupa daftar pertanyaan yang disebarkan kepada responden. Kuesioner akan dianggap valid jika pertanyaan pada kuesioner dapat mengungkapkan sesuatu yang diukur oleh kuesioner tersebut. Sebuah item akan dinyatakan valid membentuk suatu kelompok jika mempunyai nilai $< 0,05$. Jika suatu item pertanyaan mempunyai nilai $> 0,05$ maka akan dianggap tidak valid (Ghozali,2018).

3.6.2.2 Uji Reliabilitas

Sugiyono (2019) mendefinisikan bahwa uji reliabilitas dimaksudkan untuk mengetahui konsistensi alat ukur dalam penggunaannya, dengan kata lain alat ukur yang berupa kuesioner yang mempunyai hasil yang konsisten apabila digunakan

berkali-kali pada waktu yang berbeda. Uji Reliabilitas menggunakan teknik Alpha Cronbach, yang dimana suatu instrument dapat dikatakan reliabel bila mempunyai koefisien keandalan atau Alpha sebesar 0,6 atau lebih.

$$a = \left[\frac{b}{(b - 1)} \right] \left[\frac{Vt - \sum Vt}{Vt} \right]$$

Rumus 3. 2 Rumus Cronbach Alpha

Keterangan

A = Cronbach Alpha

B = Banyaknya butir angket

Vt = Varian skor total

V_i = Varian butir $i=1, 2, \dots, n$

3.6.3 Uji Asumsi Klasik

Uji Asumsi Klasik digunakan untuk menguji suatu pengaruh dari beberapa variable independent terhadap variable dependen, sehingga hipotesis dapat diuji

dengan menggunakan persamaan regresi linear berganda. Uji asumsi klasik terdiri dari uji normalitas, multikolinearitas, dan heteroskedastisitas (Sugiyono, 2019).

3.6.3.1 Uji Normalitas

Menurut Sugiyono (2019:97) uji normalitas menguji data variable bebas (X) dan data variable yang terikat (Y) pada persamaan regresi yang dihasilkan. Uji Normalitas bertujuan untuk menguji apakah variable independent serta dependen dibagikan normal atau mendekati normal. Pengujian Normalitas data dilakukan dengan menggunakan Kolmogorof Smirnov. Jika nilai signifikasn lebih besar dari 0,05 maka data terdistribusi dengan normal, jika kurang dari 0,05 maka data terdistribusi dengan tidak normal (Ghozali, 2018).

3.6.3.2 Uji Multikolinieritas

Uji Multikolinearitas digunakan untuk menguji jika model regresi ditemukan adanya korelasi antar variable independent. Suatu model regresi yang baik seharusnya tidak akan terjadinya korelasi antar variable independent (Indri & Putra, 2022). Pengujian ini dapat diketahui dengan melihat nilai toleransi dan nilai *variance inflation factor* (VIF).

Terdapat beberapa kriteria pengambilan kesimpulan jika tidak terdapat multikolinearitas:

- a. Apabila nilai $VIF < 10$ dan toleransi $> 0,1$ = Tidak terdapat multikolinearitas
- b. Apabila nilai $VIF > 10$ dan toleransi $< 0,1$ = Terdapat multikolinearitas

3.6.3.3 Uji Heteroskedastisitas

Uji ini dimaksud untuk menguji apabalika model regresi terjadi adanya ketidaksamaan varians dari residual satu pengamatan ke pengamatan lainnya (Indri & Putra, 2022). Suatu model regresi yang baik adalah jika varians dari residual satu pengamatan dengan yang lainnya bersifat homogen. Ada juga metode yang digunakan untuk mendeteksi heteroskedastisitas adalah dengan melihat pola dari gambar Scatterplots. Terdapat beberapa ketentuan untuk melihat tidak terjadi masalah heteroskedastisitas jika:

- a. Titik data penyebar di atas dan dibawah atau sekitar angka 0
- b. Titik tidak mengumpul hanya di atas atau di bawah saja
- c. Penyebaran titik data tidak boleh membentuk suatu pola yang bergelombang melebar kemudian menyempit lalu melebar kembali
- d. Penyebaran titik data tidak berpola

3.6.4 Analisis Regresi Berganda

Menurut Sugiyono (2019:) regresi linear berganda merupakan model regresi yang melibatkan beberapa variable bebas dan 1 buah variable yang terikat. Metode analisa tersebut berisi mengenai pengujian data yang diperoleh dari hasil jawaban responden yang diterima. Pada penelitian ini, analisis regresi linear berganda mempunyai beberapa manfaat yaitu:

- a. Untuk menganalisa hubungan yang kasual
- b. Untuk menganalisa data dalam studi eksperimental
- c. Untuk melakukan hubungan korelasional dengan tujuan yang prediktif

Persamaan regresi linear berganda adalah sebagai berikut

$$Y = a + \beta_1 X_1 + \beta_2 X_2 + \beta_3 X_3 + \beta_n X_n + \dots + e$$

Rumus 3. 3 Rumus Regresi Linear Berganda

Keterangan

Y = Mahasiswa di Universitas Putera Batam

X_1 = *Hedonic Motivation*

X_2 = *Price Value*

X_3 = *Risk Perception*

a = Konstanta

β = Koefisien estimasi

e = *Error*

n = Jumlah hipotesis

3.6.5 Uji Hipotesis

Setelah dilakukannya uji kualitas data dan asumsi klasik maka Langkah berikutnya yang harus dilakukan adalah uji hipotesis. Uji hipotesis pada dasarnya digunakan untuk metode pengambilan keputusan yang berdasarkan pada analisa

data. Pada penelitian berikut akan dilakukan uji hipotesis yang meliputi Uji F dan Uji t.

3.6.5.1 Uji t (Parsial)

Sugiyono (2019) mendefinisikan bahwa uji t digunakan untuk menentukan seberapa besar pengaruh variable bebas secara parsial kepada variable terikat. Hipotesis diuji dengan menggunakan analisis persamaan linear berganda yang telah dijelaskan diatas.

Menurut Ghozali (2018) kriteria kesamaan hipotesis dengan nilai $\alpha = 5\%$ menggunakan kriteria sebagai berikut:

- a. Jika $\text{Sig}.t < \alpha (0,05)$ maka H_a didukung, yang dimana terdapat pengaruh signifikan dari variable independent secara individual terhadap variable dependen
- b. Jika $\text{Sig}.t > \alpha (0,05)$ maka H_a tidak didukung, yang dimana tidak terdapat pengaruh signifikan dari variable independent secara individual terhadap variable dependen.

Penentuan hipotesis diterima dan ditolak dapat dilakukan dengan 2 cara yang berbeda yaitu:

- a. Membandingkan T_{hitung} dengan T_{table}
 1. Jika $T_{\text{hitung}} > T_{\text{table}}$ maka hipotesis diterima. Yang dimana artinya adanya pengaruh signifikan dari variable independent secara individu terhadap variable dependen

2. Jika $T_{hitung} < T_{tabel}$ maka hipotesis ditolak. Yang dimana artinya tidak adanya pengaruh signifikan dari variable independent secara individu terhadap variable dependen

3.6.5.2 Uji F (Serempak/*Simultant*)

Menurut Sugiyono (2019) uji F digunakan untuk menguji apakah kedua variable independent secara bersamaan mempunyai pengaruh yang secara signifikan terhadap variable dependen. Uji F digunakan untuk menguji keberartian pengaruh dari seluruh variable bebas (X) terhadap variable terikat (Y).

Untuk menguji kebenaran hipotesis tersebut digunakan uji F untuk menguji keberartian regresi secara keseluruhan dengan rumus hipotesis, sebagai berikut:

$H_0: \beta_1 = 0$ = artinya variable bebas tidak berpengaruh terhadap variable terikat

$H_2: \beta \neq 0$ = artinya variable bebas berpengaruh terhadap variable terikat.

Pengujian hipotesis dengan menggunakan uji F, variannya dapat diperoleh dengan membandingkan F_{hitung} dengan F_{tabel} pada taraf $\alpha = 0,05$ dengan syarat sebagai berikut:

- a. Jika $F_{hitung} > F_{tabel}$ maka artinya variable independent berpengaruh signifikan terhadap dependen
- b. Jika $F_{hitung} \leq F_{tabel}$ maka artinya variable independent tidak mempunyai pengaruh signifikan terhadap dependen.

Uji F bersifat *necessary condition*, yaitu suatu kondisi yang harus dipenuhi sebelum melakukan suatu uji signifikan variable. Sehingga sangatlah penting dalam melakukan uji data dan uji asumsi klasik terlebih dahulu agar tidak adanya masalah pada uji model tersebut. Uji T tidak dapat dilakukan jika Uji F tidak signifikan, karena hal tersebut mengartikan bahwa modelnya sudah tidak tepat.

3.6.5.3 Uji Koefisien Determinasi

Sugiyono (2019) menyatakan bahwa koefisien determinasi (R^2) mengukur seberapa besar kemampuan model dalam menerangkan suatu variable terikat. Semakin tinggi R^2 , maka semakin penting pula suatu variable karena dalam suatu penelitian terdapat beberapa variable. Koefisien determinasi dilakukan dengan menggunakan nilai pada R^2 dengan rentang 0 – 1. Kesimpulan yang didapatkan adalah sebagai berikut:

1. Jika hasil pengujian $R^2 < 1$ atau mendekati 0 (nol) maka dapat disimpulkan bahwa variable bebas (X) tidak dapat mewakili adanya sebab akibat pada variable terikat (Y)
2. Jika hasil pengujian $R^2 > 1$ atau mendekati 1 (satu) maka dapat disimpulkan bahwa variable bebas (X) dapat mewakili adanya sebab akibat pada variable terikat (Y)
3. Jika pengujian $R^2 = 0$ maka dapat ditarik kesimpulan tidak mampu
4. Jika pengujian $R^2 = 1$ maka dapat ditarik kesimpulan mampu

Rumus yang digunakan untuk mencari koefisien determinasi (R^2) adalah sebagai berikut

$$\text{Koefisien Determinasi} = R^2 \times 100\%$$

Rumus 3. 4 Rumus Koefisien Determinasi

Keterangan:

R^2 = Nilai koefisien kolerasi suatu variable independent dan variable dependen

