

BAB III

METODE PENELITIAN

2.1 Lokasi Penelitian

Lokasi yang dijadikan tempat penelitian adalah pada PT. Telekomunikasi Indonesia, Tbk. DCS Kediri, Jalan Hayam Wuruk No 45 – 47, Kode Pos 65100, dengan alasan Kediri dan sekitarnya yang meliputi Nganjuk, Tulung Agung, Trenggalek, Blitar merupakan kota berkembang yang belum banyak pemakai internet dan akan menuju kesana dalam beberapa tahun mendatang. Dan PT. Telkom cabang Kediri akan menghadapi pasar potensial kedepannya serta segmentasi pelanggannya agar dapat bertahan ditengah persaingan yang semakin ketat, ini yang mendorong Peneliti untuk meneliti di tempat tersebut.

2.2 Jenis dan Pendekatan Penelitian.

Penelitian yang mementingkan kedalaman data, penelitian kuantitatif tidak terlalu menitikberatkan pada kedalaman data, yang penting dapat merekam data sebanyak – banyaknya dari populasi yang luas. Walaupun populasi penelitian besar, tetapi dengan mudah dapat dianalisis, baik melalui rumus – rumus statistik maupun komputer. Jadi pemecahan masalahnya didominasi oleh peran statistik. Pendekatan penelitian kuantitatif adalah penelitian yang identik dengan pendekatan deduktif, yaitu berangkat dari persoalan umum (*teori*) ke hal khusus sehingga penelitian ini harus ada landasan teorinya (Asnawi dan Masyhuri, 2011:20).

2.3 Populasi dan Sampel.

Populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri atas objek atau subjek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya (Sugiyono 2002:72)

Pada penelitian ini, Peneliti menjadikan konsumen Telkom Speedy di Kediri sebagai populasi dalam penelitian ini. Prosedur yang kemudian digunakan untuk pengumpulan data adalah teknik *probability sampling*, yaitu teknik sampling yang memberikan peluang yang sama bagi setiap unsur (anggota) populasi untuk dipilih menjadi anggota sampel. Kemudian digunakan metode *Simple Random Sampling*, yaitu pengambilan sampel anggota populasi dilakukan secara acak tanpa memperhatikan strata yang ada dalam populasi itu. Cara demikian dilakukan karena anggota populasi dianggap homogen.

Menurut Malhotra dalam Asnawi dan Masyhuri (2011:143), responden yang akan dijadikan sebagai sampel dalam penelitian dengan populasi yang tidak diketahui jumlahnya, maka ditentukan paling sedikit 4 sampai 5 kali jumlah item pertanyaan. Penelitian ini menggunakan 21 pertanyaan. Sehingga jumlah sampel yang diambil adalah 105 sampel (21 pertanyaan kali 5).

2.4 Metode Pengumpulan Data

Dalam penelitian ini Peneliti mengumpulkan data yang diperlukan dengan cara melakukan penyebaran kuesioner kepada konsumen, dan wawancara. Penelitian Lapangan dilakukan dengan cara :

1. Wawancara adalah metode untuk mendapatkan data dengan cara melakukan tanya jawab secara langsung dengan pihak-pihak yang bersangkutan guna mendapatkan data dan keterangan yang menunjang analisis dalam penelitian.
2. Kuesioner, adalah pengumpulan data dengan cara menyebarkan daftar pertanyaan kepada responden yang dijadikan sebagai sampel penelitian.

2.5 Data dan Jenis Data

Menurut Asnawi dan Masyhuri, (2011:153) data adalah catatan keterangan sesuai bukti kebenaran; bahan – bahan yang dipakai sebagai dukungan penelitian. Sumber data dalam penelitian ada dua, yaitu data primer dan sekunder.

1. Data primer (*Primary*)

Data yang di ambil dari lapangan (enumerator) yang diperoleh melalui pengamatan, wawancara dan kuensioner. Data yang diambil tergantung dari variable yang diteliti, misalnya variable umur, pendidikan, pekerjaan, dan lainnya disebut dengan data demografi atau sosial ekonomi. Dalam (Asnawi dan Masyhuri, 2011:153).

Menurut, (Indriantoro, 1999:146), data primer merupakan sumber data penelitian yang diperoleh secara langsung dari sumber asli (tidak melalui perantara). Karena data primer dikumpulkan oleh peneliti, maka diperlukan sumber daya yang cukup memadai. Seperti biaya, waktu, tenaga, dan sebagainya. Begitu juga menurut Malhotra (2009:120), data primer dibuat oleh peneliti untuk maksud menyelesaikan permasalahan yang sedang ditangani.

2. Data sekunder (*Secondary*)

Menurut Hermawan (2009:169) data sekunder merupakan struktur data historis mengenai variabel – variabel yang telah dikumpulkan dan dihimpun sebelumnya oleh pihak lain. Terdapat dua jenis skunder :

1. Data sekunder *internal*, Merupakan data yang dikumpulkan oleh suatu perusahaan secara individual untuk tujuan akunting, laporan kegiatan pemasaran dan *customer knowledge* (data base)
2. Data sekunder *eksternal*, Merupakan data yang dikumpulkan oleh lembaga – lembaga eksternal seperti : pemerintah (misalnya, biro pusat statistik, departemen perdagangan atau penindustrian)

2.6 Teknik Pengumpulan Data

Untuk memperoleh data secara terperinci dan baik maka peneliti menggunakan beberapa metode, yaitu daftar pertanyaan (*questionnaire*), wawancara dan dokumentasi.

1. Menurut Sugiyono dalam Asnawi dan Masyhuri (2011:162) kuesioner (*questionnair*) merupakan teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan cara memneri seperangkat pertanyaan atau pertanyaan tertulis kepada responden untuk dijawabnya. Sedangkan menurut Supranto (2001:61) bisa dijalankan dengan menggunakan daftar pertanyaan yang telah tertulis dan tersusun rapi yang akan ditanyakan kepada responden dan merupaka suatu alat yang penting dalam riset. Menurut Maholtra dalam Asnawi dan Masyhuri (2011:162) sebuah kuesioner, baik itu disebut formulir atau skedul, bentuk wawancara atau instrument pengukuran, merupakan serangkaian pertanyaan yang diformulirkan untuk mendapatkan informasi dari responden selengkap mungkin. Sehubung dengan penelitian ini, peneliti menyebarkan kuesioner kepada responden yaitu, seluruh konsumen yang membeli produk *Agriseta* yang ditemui di daerah Malang.
2. Menurut Nazir dalam Asnawi dan Masyhuri (2011:163) wawancara (*Interview*) adalah proses memperoleh keterangan untuk tujuan penelitian dengan cara Tanya jawab, sambil bertatap muka antara si penanya atau pewawancara dengan si penjawab atau responden dengan menggunakan alat yang dinamakan *Interview guide* (panduan wawancara). *Interview* dapat dipandang sebagai metode pengumpulan data dengan jalan Tanya jawab sepihak yang dikerjakan dengan sistematik dan berlandasankan kepada tujuan penelitian.

Menurut Hadi dalam Asnawi dan Masyhuri (2011:163) dalam hal ini, peneliti melakukan tanya jawab atau wawancara secara langsung kepada konsumen yang membeli produk Agriset. Wawancara ini dilakukan peneliti untuk mendukung data yang dilakukan melalui penyebaran kuesioner dan hal - hal yang berkaitan dengan penelitian. (Supranto, 2001:57) ialah tanya jawab antara petugas, membawa daftar pertanyaan, untuk diisi dengan keterangan - keterangan yang dia peroleh dengan wawancara.

3. Menurut Arikunto dalam Asnawi dan Masyhuri (2011:163) dokumentasi adalah mencari data mengenai hal - hal atau variabel yang berupa catatan, transkrip, buku, surat kabar, majalah, prasasti, notulen rapat, lengger, agenda dan sebagainya. Dalam melaksanakan metode dokumentasi, peneliti menyelidiki benda - benda tertulis, seperti buku - buku, majalah, dokumen, peraturan - peraturan, notulen rapat, catatan harian, dan sebagainya. Teknik ini digunakan untuk mengambil data internal perusahaan seperti sejarah perusahaan, profil perusahaan, struktur organisasi. Dalam penelitian ini dilakukan dengan melihat *majalah*, *brosur*, *internet* dan sebagainya yang berhubungan dengan bermerek Agriset untuk memperoleh landasan teori dan mendapatkan data yang dapat menunjang penelitian.

Selain itu, instrumen pengumpulan data atau tahap pengolahan data menggunakan *Skala Likert* adalah skala yang digunakan secara luas yang meminta responden menandai derajat persetujuan atau ketidak setujuan terhadap masing - masing dari serangkaian pertanyaan mengenai objek stimulus (Malhotra, 2009:298).

Telah ditetapkan secara spesifik oleh peneliti yang selanjutnya disebut sebagai variabel penelitian. Dengan *Skala Likert* maka variabel yang akan diukur dikabarkan menjadi indikator variabel. Kemudian indikator tersebut dijadikan sebagai titik tolak untuk menyusun item – item instrument yang dapat berupa pertanyaan (Sugiyono, 1999:86)

Dalam *Skala Likert* ini, menentukan skor atas setiap pertanyaan dalam kuesioner yang disebarkan. Jawaban dari responden dibagi lima kategori penilaian dimana masing – masing pertanyaan diberi skor satu sampai lima, antara lain:

Tabel 3.1
Skala Likert

No.	Kategori	Skor
1	Sangat /selalu/sangat positif	5
2	Setuju/sering/positif	4
3	Ragu – ragu/kadang – kadang/netral	3
4	Tidak setuju/ hampir tidak pernah/negatif	2
5	Sangat tidak setuju/tidak pernah/sangat negatif	1

2.7 Definisi Operasional Variabel

Untuk menggunakan teori ini maka dibutuhkan variabel bebas dan terikat, dan variabel-variabel bebasnya sebadai berikut :

1. Variabel bebas

a. Geografis (X1)

Segala sesuatu yang berkaitan dengan variabel geografis adalah sebagai berikut :

1. Wilayah (X1.1)
2. Iklim (X1.2)
3. Desa atau kota (X1.3)

b. Demografis (X2)

Variabel demografis harus meliputi beberapa indikator sebagai berikut :

1. Usia (X2.1)
2. Ukuran keluarga (X2.2)
3. Siklus kehidupan keluarga (X2.3)
4. Penghasilan (X2.5)
5. Pekerjaan (X2.6)
6. Agama (X2.8)
7. Kewarganegaraan (X2.10)
8. Kelas sosial (X2.11)

Karena penelitian kami di Telkom dan dirasa jenis kelamin dan ras tidak dapat mengukur dan menjelaskan keputusan pembelian maka kami tidak memakai item tersebut

c. Psikografis (X3)

Beberapa hal yang mencakup variabel psikografis adalah sebagai berikut :

1. Gaya hidup (X3.1)

2. Kepribadian (X3.2)

d. Tingkah Laku (X4)

Adapun pengelompokan berdasarkan tingkah laku adalah sebagai berikut

1. Pengetahuan (X4.1)

2. Sikap (X4.2)

3. Pemakaian (X.3)

4. Tanggapan (X3.4)

2. Variabel terikatnya adalah keputusan pembelian (Y)

Yaitu suatu tindakan atau tingkah laku individu untuk memenuhi suatu kebutuhan dengan jalan memilih jasa yang diinginkan. Keputusan pembelian konsumen ini didasarkan pada berbagai faktor yaitu :

a. Keputusan memilih Telkom Speedy karena geografisnya (Y1.1).

b. Keputusan memilih Telkom Speedy karena demografisnya (Y1.2).

c. Keputusan memilih Telkom Speedy karena psikografisnya (Y1.3).

d. Keputusan memilih Telkom Speedy karena tingkah lakunya (Y1.4).

Tabel 3.6

Definisi Operasional dan Indikator Variabel

No	Konsep	Variabel	Indikator
1.	Segmentasi	Geografis (X1)	<ol style="list-style-type: none"> 1. Wilayah (x1.1) 2. Iklim (x1.2) 3. Desa atau Kota (x1.3)
		Demografis (X2)	<ol style="list-style-type: none"> 1. Usia (X2.1) 2. Ukuran keluarga (X2.2) 3. Siklus kehidupan keluarga (X2.3) 4. Penghasilan (X2.5) 5. Pekerjaan (X2.6) 6. Agama (X2.7) 7. Kewarganegaraan (X2.9) 8. Kelas sosial (X2.10)
		Psikografis (X3)	<ol style="list-style-type: none"> 1. Gaya hidup (X3.1) 2. Kepribadian (X3.2)
		Tingkah Laku (X4)	<ol style="list-style-type: none"> 1. Pengetahuan (X4.1) 2. Sikap (X4.2) 3. Pemakaian (X.3) 4. Tanggapan (X3.4)
2.	Keputusan Pembelian	Keputusan pembelian produk Telkom Speedy (Y)	<ol style="list-style-type: none"> 1. Keputusan memilih Telkom Speedy karena geografisnya (Y1.1). 2. Keputusan memilih Telkom Speedy karena demografisnya (Y1.2). 3. Keputusan memilih Telkom Speedy karena psikografisnya (Y1.3). 4. Keputusan memilih Telkom Speedy karena tingkah lakunya (Y1.4).

2.8 Teknik Analisis Data

2.8.1 Uji Validitas dan Uji Reliabilitas

Instrumen penelitian (*kuisisioner*) yang baik harus memenuhi persyaratan yaitu valid dan reliabel. Untuk mengetahui validitas dan reliabilitas kuesioner perlu dilakukan pengujian atas *kuisisioner* dengan menggunakan uji validitas dan uji reliabilitas. Karena validitas dan reliabilitas ini bertujuan untuk menguji apakah kuesioner yang disebarkan untuk mendapatkan data penelitian adalah valid dan reliabel, maka untuk itu, Peneliti juga akan melakukan kedua uji ini terhadap instrumen penelitian (*kuisisioner*) yaitu :

1. Uji Reliabilitas

Uji realibilitas adalah ukuran yang menunjukkan konsistensi dari alat ukur dalam mengukur gejala yang sama dilain kesempatan. Konsistensi disini, berarti *kuisisioner* disebut konsisten jika digunakan untuk mengukur konsep dari suatu kondisi ke kondisi yang lain. Pada program SPSS, metode ini dilakukan dengan metode *Cronbach Alpha*, dimana *kuisisioner* dikatakan reliabel jika nilai *Cronbach Alpha* lebih besar dari 0,60. Rumus yang digunakan untuk *Cronbach Alpha* adalah

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

Dimana :

r_n = reliabilitas instrumen

k = banyaknya butir pertanyaan

σb^2 = jumlah varian

σt^2 = total varian

2. Uji Validitas

Validitas menunjukkan sejauh mana alat pengukur untuk mengukur apa yang diukur (Sulhan Muhammad 2001:17). Valid tidaknya suatu item instrumen dapat diketahui dengan membandingkan indeks korelasi *product moment* Pearson dengan level signifikansi 5% dengan nilai kritisnya, dimana r dapat digunakan rumus (Arikunto, 1998:162):

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

Keterangan :

- r = koefisien korelasi
- n = banyaknya sampel
- X = skor item X
- Y = skor item Y

Bila probabilitas hasil korelasi lebih kecil dari 0,05 (5%) maka dinyatakan valid dan sebaliknya dinyatakan tidak valid.

2.8.2 Uji Asumsi Klasik

1. Uji Multikolinearitas

Untuk mengetahui ada tidaknya multikolinearitas antar variabel bebas dengan melihat nilai *Variance Inflation Factor* (VIF) dan Tolerance dari masing-masing variabel bebas terhadap variabel terikat. Yang baik adalah tidak terjadi korelasi yang biasa disebut *non multikolinearitas*.

Pedoman untuk mendeteksi multikolinearitas adalah :

a. Besar VIF (*Variance Inflation Factor*) dan *Tolerance*

- Mempunyai Nilai VIF ± 1
- Mempunyai angka *Tolerance* ± 1
- Atau *Tolerance* = $1/\text{VIF}$ dan $\text{VIF} = 1/\text{Tolerance}$
- Dan apabila Nilai VIF > 5 dipastikan terjadi *Multikolinearitas*
(Untuk menilai VIF dan *Tolerance* dilihat pada tabel *Coefficients*)

b. Besar korelasi antar variabel independennya bebas multikolinearitas

- Koefisien korelasi harus lemah ($<0,5$)
- Jika ada nilai $r >0,5$ harus dikeluarkan dari model.
(Untuk menilai koefisien korelasi dilihat pada tabel *Coefficients Correlations*) Sulhan Muhammad, 2011:18).

2. Uji Heteroskedastisitas

Tujuan dari uji ini adalah melihat apakah ada ketidaksamaan varians dari residual dari suatu pengamatan ke pengamatan lain dari tabel ANOVA (Sulhan Muhammad, 2011:19). Suatu variabel dinyatakan terjadi heteroskedastisitas apabila memiliki probabilitas $<0,5$. Sebaliknya dinyatakan terjadi homoskedastisitas (yang diharapkan) apabila memiliki probabilitas $>0,5$ (Sulhan Muhammad, 2011:19).

Untuk menilainya berdasarkan grafik *scatter plot* dimana :

- a. Jika tidak ada pola yang jelas serta titik-titik menyebar (secara acak) di atas dan dibawah angka 0 pada sumbu y maka tidak terjadi heteroskedastisitas,
- b. Jika ada pola tertentu serta titik-titik yang membentuk pola tertentu diatas dan dibawah angka 0 pada sumbu y maka terjadi heteroskedastisitas.

3. Uji Normalitas

Salah satu cara untuk mengetahui kenormalan data dalam penelitian adalah dengan uji *kolmogorov-smirnov* atau disebut dengan uji K-S yang tersedia dalam program SPSS. Uji ini berfungsi untuk mengetahui signifikansi data yang terdistribusi normal, dengan pedoman pengambilan keputusan (Sulhan 2011:20)

- 1) Jika nilai Sig. $> 0,05$ (di atas), maka H_0 ditolak, artinya data yang digunakan dalam penelitian ini berdistribusi normal.
- 2) Jika nilai Sig. $< 0,05$ (di bawah), maka H_0 diterima. Artinya data yang digunakan tidak berasal dari distribusi normal.

4. Uji Autokorelasi

Uji asumsi ini bertujuan untuk mengetahui apakah dalam sebuah model regresi linier ada korelasi antara kesalahan pengganggu pada periode t dengan kesalahan pengganggu pada periode t-1 (Sebelumnya). Jika terjadi korelasi, maka dinamakan ada problem autokorelasi. Ada beberapa cara untuk melakukan pengajuan terhadap asumsi Autokorelasi, salah satunya adalah *Durbin-Watson d test*.(Sulhan 2012:22)

Salah satu cara untuk mendeteksi adanya autokorelasi menggunakan besaran Durbin-Watson. (Sulhan 2012:23) menjelaskan pedoman yang dapat dijadikan pengambilan keputusan adalah sebagai berikut.

1. Nilai $D-W < -2$, berarti ada hubungan autokorelasi positif
2. Nilai $-2 < D-W < +2$, berarti tidak ada hubungan autokorelasi
3. Nilai $D-W > +2$, berarti ada hubungan autokorelasi negatif

Atau untuk kriteria pengambilan keputusan bebas autokorelasi juga dapat dilakukan dengan cara melihat nilai *Durbin-Watson*, Dimana jika nilai d dekat dengan 2, maka asumsi tidak terjadi autokorelasi terpenuhi.

5. Uji Linearitas

Dilakukan untuk mengetahui model yang dibuktikan merupakan model linear atau tidak. Uji linearitas dilakukan dengan menggunakan *curve estimate*, yaitu gambaran hubungan linier antara variabel X dengan variabel Y. jika nilai signifikan $f > 0,05$, maka variabel X tersebut memiliki hubungan linear dengan Y (Asnawi dan Masyhuri, 2011:179).

2.8.3 Analisis Regresi Berganda

Analisis regresi berganda merupakan teknik analisis yang umum dipergunakan dalam menganalisis hubungan dan pengaruh antara satu variabel terikat dengan dua atau lebih variabel bebas. Teknik analisis regresi berganda dapat dihitung dengan menggunakan rumus (Fandy Prasetya 2011:53)

$$Y = a + b_1x_1 + b_2x_2 + b_3x_3 + \dots + b_kx_k$$

keterangan:

Y : nilai prediksi dari Y

a : bilangan konstan

$b_1, b_2, b_3, \dots, b_k$: koefisien variabel bebas

$x_1, x_2, x_3, \dots, x_k$: variabel independen

x_1 : geografis

x_2 : demografis

x_3 : psikografis

x_4 : tingkah laku

Berdasarkan hipotesa yang telah dikemukakan di muka, maka untuk hipotesis pertama, metode pengujiannya berdasarkan tabel *Anova* (uji F) dan dasar pengambilan keputusan sebagai berikut :

- a. Jika $\text{sig (p-value)} > (0,05)$ maka H_0 diterima berarti variabel independen secara bersama-sama (simultan) tidak berpengaruh signifikan terhadap variabel dependen
- b. Jika $\text{sig (p-value)} < (0,05)$ maka H_a diterima berarti variabel independen secara bersama-sama (simultan) berpengaruh signifikan terhadap variabel dependen

Untuk pengujian hipotesis kedua pengujiannya berdasarkan statistik uji t dan dasar pengambilan keputusan adalah sebagai berikut :

- a. Jika sig (p-value) > (0,05) maka Ho diterima berarti variabel independen secara parsial tidak berpengaruh signifikan terhadap variabel dependen
- b. Jika sig (p-value) < (0,05) maka Ha diterima berarti variabel independen secara parsial berpengaruh signifikan terhadap variabel dependen

2.8.4 Uji Hipotesis

2.8.4.1 Uji Signifikansi Simultan

Menurut Asnawi dan Masyhuri (2011:182) uji F digunakan untuk menguji pengaruh variabel bebas secara bersama – sama terhadap variabel terikat

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

Keterangan :

F = pendekatan distribusi probabilitas fischer

R = koefisien korelasi berganda

K = jumlah variabel bebas

n = banyak sampel

Adapun langkah-langkah uji F atau uji simultan adalah:

1) Perumusan Hipotesis

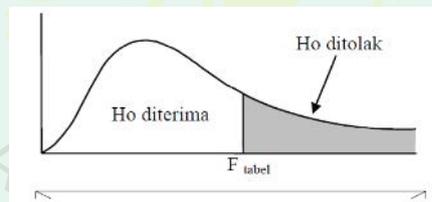
H_0 : Diduga variabel segmentasi (X) tidak berpengaruh Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen (Y) wilayah Kediri (Secara simultan)

H_a : Diduga variabel Segmentasi (X) mempunyai pengaruh Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen (Y) Di Wilayah Kediri (Secara simultan)

2) Nilai kritis distribusi F dengan level of signifikan = 5%

$$F_{Tabel} = F_{; \text{numerator}; \text{denominator}} \\ = F_{0.05; k-1; n-k}$$

3) Daerah kritis H_0 melalui kurva distribusi F



4) Kriteria penolakan atau penerimaan

H_0 diterima jika :

$F_{hitung} < F_{tabel}$ maka H_0 diterima dan H_a ditolak ini berarti tidak terdapat pengaruh simultan oleh variable X dan Y.

$F_{hitung} > F_{tabel}$ maka H_0 ditolak dan H_a diterima hal ini berarti terdapat pengaruh yang simultan terhadap variable X dan Y.

2.8.4.2 Uji Signifikansi Parsial (Uji T)

Menurut Asnawi dan Masyhuri (2011:182) uji statistik ini digunakan untuk membuktikan signifikan atau tidaknya pengaruh variabel bebas terhadap variabel tak bebas secara individual *parsial* sebagai berikut:

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

Keterangan :

r = koefisien regresi

n = jumlah responden

t = uji hipotesis

Adapun langkah-langkah uji t atau uji parsial adalah:

1) Perumusan Hipotesis

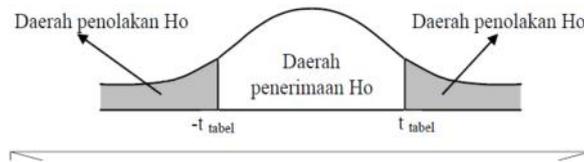
Ho : Diduga variabel segmentasi pasar (X) tidak berpengaruh Terhadap *Keputusan Pembelian* Konsumen (Y) Telekomunikasi Indonesia Cabang Kediri (Secara parsial)

Ha : Diduga variabel segmentasi pasar (X) mempunyai pengaruh Terhadap *Keputusan Pembelian* Konsumen (Y) PT. Telekomunikasi Indonesia Cabang Kediri (Secara parsial)

2) Menentukan nilai kritis dengan level of signifikan = 5%

$$T_{tabel} = t (\alpha/2; n-k-1)$$

3) Daerah penerimaan dan penolakan



4) Penentuan kriteria penerimaan dan penolakan.

Ho diterima jika :

Apabila $t_{hitung} < t_{tabel}$ maka H_a ditolak dan H_0 diterima, ini berarti tidak ada pengaruh yang bermakna oleh variabel X dan Y

Apabila $t_{hitung} > t_{tabel}$ maka H_a diterima dan H_0 ditolak, ini berarti ada pengaruh yang bermakna oleh variabel X dan Y

2.8.4.3 Koefisien Determinasi R

Koefisien determinasi (R^2) *Adjusted R Square* dimaksudkan untuk mengetahui tingkat ketepatan paling baik dalam analisa regresi dimana hal yang ditunjukkan oleh besarnya koefisien determinasi (R^2) antara 0 (nol) dan 1 (satu). Koefisien determinasi (R^2) nol variabel independen sama sekali tidak berpengaruh terhadap variabel dependen. Apabila koefisien determinasi semakin mendekati satu, maka dapat dikatakan bahwa variabel independen berpengaruh terhadap variabel dependen, Selain itu koefisien determinasi (R^2) dipergunakan untuk mengetahui *prosentase* perubahan variabel tidak bebas (Y) yang disebabkan oleh variabel bebas (X) (Sulhan, 2011:13)

2.8.4.4 Uji Variabel Dominan

Untuk menguji variabel dominan adalah terlebih dahulu diketahui kontribusi masing – masing variabel bebas yang diuji terhadap variabel terikat. Kontribusi masing – masing diketahui dari koefisien determinasi regresi sederhana terhadap variabel terikat atau diketahui bahwa variabel yang paling dominan pengaruhnya adalah variabel yaitu memiliki kontribusi besar dan kemudian dikuadratkan dalam bentuk persen.

(Sulhan, 2011:14)

