

## **BAB III**

### **METODE PENELITIAN**

#### **3.1 Lokasi Penelitian**

Lokasi obyek penelitian pada Unyil Coffee Jalan Mertojoyo Selatan No. 13A Kelurahan Merjosari kecamatan Lowokwaru kota Malang. Alasan pemilihan tempat ini yakni Unyil Coffee merupakan warung kopi yang telah lama berdiri di daerah kota Malang yakni pada tahun 2008 dan mempunyai sekitar 200 pelanggan tetap, dibandingkan dengan warung kopi yang bnyak bermunculan di daerah Malang kota yang sejenis pada satu tahun terakhir. Saat ini tercatat di jalan Mertojoyo saja ada sekitar 8-10 warung kopi yang sejenis. Oleh karena itu unyil Coffee bisa dijadikan acuan bagi warung kopi sejenis yang baru saja berdiri.

#### **3.2 Jenis Dan Pendekatan Penelitian**

Jenis penelitian kuantitatif menggunakan pendekatan deskriptif yang bertujuan untuk membuat deskripsi secara sistematis, faktual, dan akurat mengenai fakta dan sifat populasi atau daerah tertentu.

Sugiyono (2002:1) rnengutatakan bahwa penelitian adalah merupakan cara ilmiah untuk mendapatkan data dengan tujuan dan kegunaan tertentu. Penelitian penting artinya bagi seorang peneliti dalam memecahkan permasalahan atau. menjawab pertanyaan-pertanyaan tentang fenomena yang ada dilingkungannya. Jenis penelitian yang digunakan adalah *explanatory research* atau penelitian penjelasan.

Data kuantitatif adalah data yang berbentuk angka atau data kualitatif yang diangkakan. Data kualitatif yang diangkakan misalnya terdapat dalam skala pengukuran. Suatu pertanyaan yang memerlukan alternatif jawaban, di mana masing-masing sangat setuju diberi angka 4, setuju 3, kurang setuju 2, dan tidak setuju 1 (Sugiyono, 2008: 7).

Penelitian kuantitatif rnengambil jarak antara peneliti dengan objek yang Penelitian kuantitatif menggunakan instrumen-instrumen formal, standar dan bersifat mengukur (Sukmadinata, 2008: 95).

### **3.3 Populasi dan Sampel**

Menurut Sugiyono (2008:115) menyatakan bahwa populasi adalah keseluruhan yang terdiri dari obyek atau subyek yang berkualitas dengan spesifikasi karakteristik yang ditentukan oleh peneliti untuk diolah dan kemudian dapat disimpulkan. Dalam penelitian ini populasinya adalah konsumen yang telah melakukan pembelian di Unyil Coffee karena jumlah populasi yang relatif banyak, maka digunakan metode pengambilan sampel.

Sampel adalah bagian dari populasi dengan jumlah tertentu dan karakteristik tertentu (Sugiyono, 2008:116) Penarikan dengan sampel dilakukan mengingat keterbatasan waktu, tenaga, dandana, menghadapi populasi yang begitu banyak. Data yang diperoleh dari sampel tersebut kemudian dipelajari dan ditarik kesimpulannya dan kesimpulan tersebut berlaku untuk populasi. Karena sampel ini merupakan sebagian jumlah yang mewakili populasi, maka sampel harus betul-betul representatif.

Dalam penelitian ini, akan memberikan kuesioner pada konsumen yang

sudah melakukan pembelian di Unyil Coffee. Karena jumlah populasi dalam penelitian ini tidak diketahui, maka jumlah sampel yang diperlukan adalah paling sedikit 4 atau 5 kali jumlah item yang diteliti, Maholtra dikutip oleh Andriani (2011). Jumlah item yang diteliti adalah sebanyak 24 item, sehingga sampel ditetapkan sebanyak 120 responden.

### **3.4 Teknik Pengambilan Sampel**

Teknik pengambilan sampel yang digunakan dalam penelitian ini adalah teknik Accidental Sampling. Pengambilan sampel dengan teknik aksidental atau accidental sampling ini adalah teknik penentuan sampel berdasarkan kebetulan atau siapa saja yang bertemu dengan peneliti dapat dijadikan sebagai sampel, dan bila orang yang ditemui tersebut dipandang cocok sebagai sumber data (Sugiyono, 2008:96).

### **3.5 Data Dan Sumber Data**

Menurut Iqbal Hasan (2002:82) data merupakan keterangan-keterangan tentang suatu hal, dapat berupa sesuatu yang diketahui atau yang dianggap suatu fakta yang digambarkan lewat angka, simbol, kode dan lain-lain sumber data adalah asal atau darimana data itu diperoleh dan sumber data penelitian merupakan faktor penting yang menjadi pertimbangan dalam penentuan metode pengumpulan data. Data dalam penelitian ini dikumpulkan dari dua sumber yakni data primer dan data sekunder yang dilakukan pengambilan dengan metode teknik wawancara dan angket atau kuesioner.

### **3.5.1 Data Primer**

Data primer adalah data yang diperoleh atau dikumpulkan langsung di lapangan oleh peneliti atau yang bersangkutan yang memerlukannya. Data primer disebut juga data asli atau data baru. Data ini mempunyai 2 metode atau tehnik dalam pengumpulan datanya, yaitu metode interview (wawancara) dan observasi (pengamatan) langsung pada objek selama kegiatan penelitian di lapangan (Hasan 2002:82).

### **3.5.2 Data Skunder**

Data yang diperoleh atau dikumpulkan dari sumber-sumber yang telah ada, yang berupa dokumen, laporan dan arsip-arsip lain yang relevan. Menurut Moleong (2002:113-114) bisa berasal dari sumber-sumber tertulis (buku dan majalah ilmiah, arsip, dokumen pribadi dan dokumen resmi).

## **3.6 Teknik Pengumpulan Data**

Metode pengumpulan data dengan jalan mencatat sebagian kecil dari populasi atau dengan perkataan lain mencatat sampel yang digunakan saja (Supranto, 2006: 53)

Metode pengumpulan data yang digunakan adalah sebagai berikut:

#### **A. Wawancara**

Moleong (2006:186) menyatakan "Wawancara adalah percakapan dengan maksud tertentu. Percakapan itu dilakukan oleh dua pihak, yaitu pewawancara (interviewer /peneliti) yang mengajukan pertanyaan dan yang diwawancarai (interviewee) yang memberikan jawaban atas

pertanyaan itu.

Wawancara dapat dilakukan dengan cara terstruktur maupun tidak terstruktur, dan dapat dilakukan melalui tatap muka (face to face) maupun dengan telepon. (Sugiyono 2008)

#### 1) Wawancara Terstruktur

Dalam pengumpulan data, pengumpul data telah menyiapkan instrumen penelitian berupa pertanyaan-pertanyaan tertulis yang alternatif jawabannya telah disiapkan. Dalam melakukan wawancara, selain pengumpul data harus membawa instrumen sebagai pedoman untuk wawancara, juga dapat membawa alat penunjang lainnya seperti tape recorder, gambar, brosur, dan material lain yang dapat membantu pelaksanaan wawancara menjadi lancar.

#### 2) Wawancara Tidak Terstruktur

Wawancara yang bebas di mana peneliti tidak menggunakan pedoman wawancara yang telah tersusun secara sistematis dan lengkap untuk pengumpulan datanya. Dalam wawancara ini, peneliti belum mengetahui secara pasti data apa yang akan diperoleh, sehingga peneliti lebih banyak mendengarkan apa yang diceritakan responden.

### B. Kuesioner

Kuesioner adalah suatu teknik pengumpulan data dengan menyebarkan daftar pertanyaan pada responden yang akan diteliti untuk diisi guna pengumpulan data-data yang dibutuhkan dalam penelitian,

sehingga mendapatkan data yang akurat berupa tanggapan dari responden.

### 3.7 Definisi Operasional dan Skala Pengukuran

Agar penelitian ini lebih jelas, maka variabel-variabel operasional perlu didefinisikan atau diidentifikasi terlebih dahulu. Definisi operasional adalah suatu definisi yang diberikan pada suatu variabel dengan cara memberikan arti atau menspesifikasikan kegiatan atau memberikan suatu operasional yang diperlukan untuk mengukur variabel tersebut. Definisi operasional variabel bertujuan untuk melihat sejauh mana variabel-variabel suatu faktor berkaitan dengan faktor lainnya.

#### A. Elemen *Store atmosphere*

##### 1. *General interior* (X1)

*General interior* adalah bagian dalam toko yang mempengaruhi suasana hati konsumen ketika masuk kedalam toko. *General interior* menjadi salah satu kunci keberhasilan dari keseluruhan strategi *store atmosphere*.

##### 2. *Eksterior* (X2)

*Eksterior* adalah bagian luar dari toko yang mempengaruhi emosi konsumen ketika pertama kali melihat dan memberikan kesan pertama terhadap toko. Kombinasi *eksterior* dapat membuat bagian luar toko menjadi terlihat unik, menarik serta mengundang orang untuk masuk

kedalam toko.

### 3. *Store Layout* (X3)

*Store layout* adalah tata letak bagian dalam toko yang mampu mengundang konsumen untuk lebih betah ketika berada didalam toko.

### 4. *Interior Display* (X4)

*Interior display* merupakan pengkhususan yang dilakukan untuk menambah kesan berbeda dan menyediakan informasi pada pelanggan untuk mempengaruhi suasana lingkungan toko.

## B. Keputusan pembelian

### 1. Keputusan Pembelian (Y)

Keputusan pembelian merupakan sebuah pendekatan penyelesaian masalah pada kegiatan manusia untuk membeli barang/jasa dalam memenuhi kebutuhan atau keinginannya.

**Tabel 3.1**

**Operasional Variabel**

Konsep	Variabel	Indikator
<i>Store atmosphere</i>	<i>General interior</i> (X1)	X1.1 <i>Lighting</i> (pewarnaan) X1.2 <i>Fixtures</i> (penempatan) X1.3 <i>Temperature</i> (suhu udara) X1.4 <i>Personel</i> (karyawan) X1.5 <i>Technology Modernization</i> (Teknologi) X1.6 <i>Price</i> (harga) X1.7 <i>Cleanliness</i> (kebersihan)

		X1.8 <i>Cash Refister</i> (Kasir) X1.9 <i>Scent</i> ( Aroma) X1.10 <i>Wall Texture</i> (Tekstur Tembok)
	<i>Exterior</i> (X2)	X2.1 <i>Uniqe Building Design</i> (keunikan desain bangunan) X2.2 <i>Entrances</i> (Pintu Masuk) X2.3 <i>Size of Building</i> (luas toko) X2.4 <i>Uniqueness</i> (ciri khas) X2.5 <i>Surronding Store</i> ( keadaan masyarakat sekitar) X2.6 <i>Parking</i> (fasilitas parkir)
	<i>Store Layout</i> (X3)	X3.1 <i>Personal Space</i> (Ruang untuk Karyawan) X3.2 <i>Costumer Space</i> (Ruang untuk Konsumen)
	<i>Interior (Point-Off-Purchase) Display</i> (X4)	X4.1 <i>Theme-Setting</i> (tema khusus) X4.2 <i>Wall Decoration</i> (Dekorasi Ruangan)
Keputusan Pembelian	Proses Keputusan Pembelian (Y)	Y <sub>1.1</sub> keputusan pembelian karena <i>General interior</i> Y <sub>1.2</sub> keputusan pembelian karena <i>Eksteror</i> Y <sub>1.3</sub> keputusan pembelian karena <i>store layout</i> Y <sub>1.4</sub> keputusan pembelian karena <i>Interior (Point-Off- Purchase) Display</i>

Sumber: Data diolah

Dalam penelitian ini, untuk mengukur keputusan pembelian di unyil *coffee* menggunakan jenis pengukuran indeks Skala Likert. Skala Likert berisi pernyataan yang sistematis untuk menunjukkan sikap seorang responden terhadap pernyataan itu. Indeks ini mengasumsikan bahwa masing-masing kategori jawaban ini memiliki intensitas yang sama. Keunggulan indeks ini adalah kategorinya memiliki urutan yang jelas, yaitu:

- 1) Jawaban "Sangat Setuju" diberi skor 5
- 2) Jawaban "Setuju" diberi skor 4
- 3) Jawaban "Kurang Setuju" diberi skor 3

- 4) Jawaban "Tidak Setuju" diberi skor 2
- 5) Jawaban "Sangat Tidak Setuju" diberi skor 1

### 3.8. Uji Instrumen

#### a. Uji Validitas

Menurut Sugiyono (2008:57) Uji validitas adalah suatu langkah pengujian yang dilakukan terhadap isi (*content*) dari suatu instrumen, dengan tujuan untuk mengukur ketepatan instrumen yang digunakan dalam suatu penelitian. Uji Validitas item atau butir dapat dilakukan dengan menggunakan software SPSS. Untuk proses ini, akan digunakan Uji *Korelasi Pearson Product Moment*. Dalam uji ini, setiap item akan diuji relasinya dengan skor total variabel yang dimaksud. Dalam hal ini masing-masing item yang ada di dalam variabel X dan Y akan diuji relasinya dengan skor total variabel tersebut.

Skala pengukuran menurut Sugiyono dalam Hasan (2002) bagian kesepakatan yang digunakan sebagai acuan untuk menentukan panjang pendeknya interval yang ada di dalam alat ukur. Dengan menggunakan alat ukur tersebut dalam pengukuran akan menghasilkan data kuantitatif.

Dari hasil perhitungan korelasi akan didapat suatu koefisien korelasi yang digunakan untuk mengukur tingkat validitas suatu item dan untuk menentukan apakah suatu item layak digunakan atau tidak. Dalam penentuan layak atau tidaknya suatu item yang akan digunakan, biasanya dilakukan uji signifikansi koefisien korelasi pada taraf

signifikansi 0,05, artinya suatu item dianggap valid jika berkorelasi signifikan terhadap skor total. Atau jika melakukan penilaian langsung terhadap koefisien korelasi, bisa digunakan batas nilai minimal korelasi 0,30. Menurut Azwar (1999) semua item yang mencapai koefisien korelasi minimal 0,30 daya pembedanya dianggap memuaskan. Tetapi Azwar mengatakan bahwa bila jumlah item belum mencukupi kita bisa menurunkan sedikit batas kriteria 0,30 menjadi 0,25 tetapi menurunkan batas kriteria di bawah 0,20 sangat tidak disarankan. Untuk pembahasan ini dilakukan uji signifikansi koefisien korelasi dengan kriteria menggunakan  $r$  kritis pada taraf signifikansi 0,05 (signifikansi 5% atau 0,05 adalah ukuran standar yang sering digunakan dalam penelitian).

#### b. Uji Reliabilitas

Menurut Husaini (2003:86) Uji reliabilitas adalah proses pengukuran terhadap ketepatan (konsisten) dari suatu instrumen. Pengujian ini dimaksudkan untuk menjamin instrumen yang digunakan merupakan sebuah instrumen yang handal, konsistensi, stabil dan dependibilitas, sehingga bila digunakan berkali-kali dapat menghasilkan data yang sama. Tujuan dari uji reliabilitas adalah menunjukkan konsistensi skor-skor yang diberikan skor satu dengan skor lainnya.

Uji Reliabilitas dilakukan dengan uji *Alpha Cronbach*. Rumus *Alpha Cronbach* sebagai berikut:

$$\alpha = \left( \frac{K}{K - 1} \right) \left( \frac{s_r^2 - \sum s_i^2}{s_x^2} \right)$$

a: Koefisien reliabilitas *Alpha Cronbach*

K: Koefisien reliabilitas *Alpha Cronbach*

$\sum s_i^2$ : Jumlah varians skor item

$s_x^2$ : Varians skor-skor tes (seluruh item K)

Jika nilai alpha > 0,7 artinya reliabilitas mencukupi (sufficient reliability) sementara jika alpha > 0,80 ini mensugestikan seluruh item reliabel dan seluruh tes secara konsisten secara internal karena memiliki reliabilitas yang kuat.

Jika alpha rendah, kemungkinan satu atau beberapa item tidak reliabel. Segera identifikasi dengan prosedur analisis per item. Item Analysis adalah kelanjutan dari tes Alpha sebelumnya guna melihat item-item tertentu yang tidak reliabel. Lewat item analysis ini maka satu atau beberapa item yang tidak reliabel dapat dibuang sehingga Alpha dapat lebih tinggi lagi nilainya.

### 3.9 Metode Analisis Data

#### 3.9.1 Regresi Linear Berganda

Data regresi adalah data hasil penelitian pengaruh *Store atmosphere* (*General interior, Exterior, Store Layout, Interior (Point-Off- Purchase Display)*) terhadap minat beli. Metode analisis yang digunakan pada

penelitian ini adalah regresi berganda dengan persamaan sebagai berikut:

$$Y = a + b_1 X_1 + b_2 X_2 + b_3 X_3 + b_4 X_4$$

Dimana:

Y = Minat beli

X1 = *General interior*

X2 = *Eksterior*

X3 = *Store Layout*

X4 = *Interior (point of Purchase) Display*

### 3.9.2 Uji Asumsi Klasik

#### 1. Uji Normalitas data

Digunakan untuk mengetahui distribusi data dalam variabel yang akan digunakan dalam penelitian ini. Uji normalitas digunakan untuk mengetahui apakah sampel yang diambil berasal dari populasi berdistribusi normal atau tidak. Data yang baik atau layak adalah data yang memiliki distribusi normal, Sugiyono (2008). Uji normalitas data dilakukan dengan menggunakan test Kolmogorov Smirnov, dasar pengambilan keputusan dilakukan berdasarkan probabilitas (*Asynnotic Significanted*), yaitu :

H0: sampel diambil dari distribusi normal

H1: sampel diambil bukan dari distribusi normal

a : 0,05

Kriteria Uji : jika nilai probabilitas (sig) >  $\alpha$ , maka  $H_0$  diterima

jika nilai probabilitas (sig) <  $\alpha$  maka  $H_0$  ditolak.

## 2. Uji Multikolinearitas

Pengujian ini berguna untuk mengetahui apakah pada model regresi berganda ditemukan adanya korelasi antar variabel bebas. Model regresi yang baik seharusnya tidak terjadi korelasi diantara variabel bebas. Sugiyono (2008) Multikolinearitas dapat diketahui dari nilai tolerance value dan *Variance Inflation Factor* (VIF). Batas tolerance value 0,10 dari batas VIF adalah 10. Apabila hasil analisis menunjukkan nilai VIF dibawah nilai 10 dan tolerance value di atas 0.10, maka terjadi multikolinearitas sehingga model reliabel sebagai dasar analisis.

## 3. Uji Heteroskedastisitas

Sugiyono (2008), Uji Heteroskedastisitas adalah asumsi dalam regresi dimana varians dari residual tidak sama untuk satu pengamatan yang lain. Dalam regresi, salah satu asumsi yang harus dipenuhi adalah bahwa varians dari residual dari suatu pengamatan ke pengamatan yang lain tidak memiliki pola tertentu. Gejala varians yang tidak sama ini disebut gejala heteroskedastisitas, sedangkan adanya gejala varians residual yang sama dari satu pengamatan ke pengamatan yang lain disebut dengan homoskedastisitas. Salah satu uji untuk menguji heteroskedastisitas adalah dengan melihat penyebaran dari varians pada grafik *scatterplot*.

Dasar pengambilan keputusan :

1. Jika pola tertentu, seperti titik-titik yang ada membentuk suatu pola tertentu yang teratur (bergelombang, melebar, kemudian menyempit), maka telah terjadi heteroskedastisitas
2. Jika tidak ada pola yang jelas, serta titik-titik menyebar di atas dan dibawah angka nol maka tidak terjadi heteroskedastisitas.
4. Uji Autokorelasi

Dalam analisis korelasi ini yang dicari adalah koefisien korelasi yaitu angka yang menyatakan derajat hubungan antara variabel independen dengan variabel dependen atau untuk mengetahui kuat atau lemahnya hubungan antara variabel independen dengan variabel dependen. Hubungan yang dimaksud bukanlah hubungan sebab akibat yang berlaku pada metode regresi. Metode korelasi hanya bisa digunakan pada hubungan variabel garis lurus (linier). Adapun rumus untuk koefisien korelasi (r) menurut Sugiyono (2008 :248) adalah sebagai berikut:

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

Dimana : r = Jumlah Koefisien korelasi

$n$  = Banyaknya observasi

$X$  = Variabel independen (*general interior, eksterior, store layout, dan interior display*)

$Y$  = Variabel Dependen (keputusan pembelian)

Dari hasil analisis korelasi dapat dilihat tiga alternatif yaitu apabila nilai  $r = +1$  atau mendekati positif (+) satu berarti variabel  $X$  mempunyai pengaruh yang kuat dan positif terhadap variabel  $Y$ , Sedangkan apabila nilai  $r = -1$  atau mendekati negatif (-) satu berarti variabel  $X$  mempunyai pengaruh yang kuat dan negatif terhadap perkembangan- variabel  $Y$ . Dan apabila  $r = 0$  atau mendekati nol (0) maka variabel  $X$  kurang berpengaruh terhadap perkembangan variabel  $Y$ , hal mill berarti bahwa bertambahnya atau berkurangnya variabel  $Y$  tidak dipengaruhi variabel.

#### 5. Uji Asumsi Linieritas

Untuk mengetahui apakah terdapat hubungan yang positif dan signifikan antara variabel independen secara simultan (bersama-sama) dengan variabel dependen, maka dalam penelitian ini penulis akan menggunakan analisis korelasi berganda. Menurut Sugiyono (2008: 256), analisis korelasi berganda dapat dihitung dengan rumus sebagai berikut:

$$R_{(1,2,3,4)} = \frac{b_1 \sum X_1 Y + b_2 \sum X_2 Y + b_3 \sum X_3 Y + b_4 \sum X_4 Y}{\sum Y^2}$$

Di mana:

$R(1,2,3,4)$  = korelasi antara variabel  $X_1, X_2, X_3, X_4$  secara bersama-sama dengan variabel  $Y$

$X_1$  = variabel independen 1 (*general interior*)

$X_2$  = variabel independen 2 (*eksterior*)

$X_3$  = variabel independen 3 (*store layout*)

$X_4$  = variabel independen, 4 (*interior display*)

$b_1$  = koefisien arah regresi yaitu yang menyatakan perubahan nilai  $Y$  apabila terjadi perubahan nilai  $X_1$

$b_2$  = koefisien arah regresi yaitu yang menyatakan perubahan nilai  $Y$  apabila terjadi perubahan nilai  $X_2$

$b_3$  = koefisien arah regresi yaitu yang menyatakan perubahan nilai  $Y$  apabila terjadi perubahan nilai  $X_3$

$b_4$  = koefisien arah regresi yaitu yang menyatakan perubahan nilai  $Y$  apabila terjadi perubahan nilai  $X_4$

$Y$  = variabel dependen (keputusan pembelian)

### 3.10 Uji Hipotesis

#### 1. Uji F (Uji Simultan)

Untuk menguji signifikansi hubungan variabel independen dengan variabel dependen secara simultan, maka digunakan uji F Menurut

Suugiyono (2008 : 257), rumus yang dapat digunakan untuk dapat melakukan pengujian ini adalah:

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

Dimana:

R<sup>2</sup>= koefisien korelasi berganda

K= jumlah variabel independen

n= jumlah anggota sampel

F= Fhitung yang selanjutnya dibandingkan dengan Ftabel.

Kriteria pengambilan keputusan yang digunakan adalah sebagai berikut:

H<sub>0</sub> diterima jika Fhitung ≤ Ftabel

H<sub>0</sub> ditolak jika Fhitung > Ftabel

α = 0.05

F didasarkan pada derajat kebebasan sebagai berikut:

Derajat pembilang (df<sub>1</sub>) = k

Derajat penyebut (df<sub>2</sub>) = n-k-1

Apabila H<sub>0</sub> diterima maka hal ini menunjukkan bahwa variabel independen tidak mempunyai hubungan yang signifikan dengan variabel dependen dan sebaliknya Apabila H<sub>0</sub> ditolak, maka hal ini menunjukkan bahwa variabel independen mempunyai hubungan yang signifikan dengan

variabel dependen

## 2. Uji t (Uji Parsial)

Hubungan variabel Independen secara parsial dengan variabel dependen akan di uji dengan uji t (menguji signifikansi korelasi) dengan membandingkan ttabel dengan thitung. Adapun rumus yang digunakan menurut Sugiyono (2008:250) dalam menguji hipotesis (Uji t) penelitian ini adalah:

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

Di mana :

t = nilai uji

r = koefisien korelasi

$r^2$  = Koefisien Determinasi

n = Banyak Sampel yang Diobservasi

Setelah dilakukan uji hipotesis (uji t) maka kriteria yang ditetapkan, yaitu dengan membandingkan. nilai thitung dengan nilai ttabel yang diperoleh berdasarkan tingkat signifikansi ( $\alpha$ ) tertentu dan derajat kebebasan ( $df$ ) =  $n-k$  Kriteria pengambilan keputusan yang digunakan adalah sebagai berikut :

$H_0$  diterima jika  $t_{hitung} \leq t_{tabel}$

Ho ditolak jika  $t_{hitung} > t_{tabel}$

Apabila Ho diterima, maka hal ini menunjukkan bahwa variabel independen tidak mempunyai hubungan yang signifikan dengan variabel dependen dan sebaliknya. Apabila Ho ditolak, maka hal ini menunjukkan bahwa variabel independen mempunyai hubungan yang signifikan dengan variabel dependen.

### 3. Uji Dominan ( $R^2$ )

Koefisien determinasi digunakan untuk mengetahui seberapa besar hubungan dari beberapa variabel dalam pengertian yang lebih jelas. Koefisien determinasi akan menjelaskan seberapa besar perubahan atau variasi suatu variabel bisa dijelaskan oleh perubahan atau variasi pada variabel yang lain (Santosa & Ashari, 2005:125). dalam bahasa sehari-hari adalah kemampuan variabel bebas untuk berkontribusi terhadap variabel terikatnya dalam satuan persentase.

Nilai koefisien ini antara 0 dan 1, jika hasil lebih mendekati angka 0 berarti kemampuan variabel-variabel independen dalam menjelaskan variasi variabel amat terbatas. Tapi jika hasil mendekati angka 1 berarti variabel-variabel independen memberikan hampir semua informasi yang dibutuhkan untuk memprediksi variasi variabel dependen. Untuk analisisnya dengan menggunakan output SPSS dapat dilihat pada tabel “Model Summary”.

