

BAB III

METODE PENELITIAN

3.1 Lokasi Penelitian

Lokasi penelitian ini dilakukan di lingkungan Universitas Islam Negeri Maulana Malik Ibrahim Malang. Alasan dipilihnya lokasi penelitian ini adalah, dari wawancara singkat yang dilakukan di lokasi parkir utama Universitas Islam Negeri Maulana Malik Ibrahim Malang pada 20 responden (mahasiswa yang menggunakan Satria FU 150 di UIN Maliki Malang) antara tanggal 10-12 April 2013, di dapat hasil alasan responden membeli Satria FU 150 adalah karena spesifikasi mesin dari Suzuki Satria FU 150 yang telah dijelaskan di bab sebelumnya, dan juga bentuk dan model kendaraan Suzuki Satria FU 150 yang menjadi pembeda dengan kendaraan sport lainnya. Untuk itu peneliti tertarik untuk melakukan penelitian lebih lanjut di Universitas Islam Negeri Maulana Malik Ibrahim Malang.

3.2 Jenis dan Pendekatan Penelitian

Metode penelitian kuantitatif digunakan untuk meneliti data pada populasi dan sampel tertentu, pengumpulan data menggunakan instrumen penelitian, analisis data bersifat kuantitatif /statistik, dengan tujuan untuk menguji hipotesis yang telah ditetapkan. Tujuan dari penelitian kuantitatif yaitu untuk menunjukkan hubungan antar variable, menguji teori, dan mencari generalisasi yang mempunyai nilai prediktif. (Sugiyono, 2011)

3.3 Populasi dan Sampel

Populasi bisa diartikan wilayah generalisasi yang terdiri atas: obyek atau subyek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya. Jadi Populasi bukan hanya orang, tetapi juga obyek dan benda-benda alam yang lain. Populasi juga bukan sekedar jumlah yang ada pada obyek/subyek yang dipelajari, tetapi meliputi seluruh karakteristik/sifat yang dimiliki oleh subyek atau obyek itu. (Sugiyono 2011). Populasi pada penelitian ini adalah keseluruhan mahasiswa atau mahasiswi yang memiliki Suzuki Satria FU 150.

Sampel adalah suatu bagian dari populasi tertentu yang menjadi perhatian (Suharyadi dan Purwanto, 2004:323). Sampel dalam penelitian adalah Mahasiswa atau mahasiswi yang memiliki Satria FU yang mempunyai karakteristik yang sesuai dengan yang dibutuhkan dalam penelitian dan dapat di jadikan responden. Penentuan jumlah sampel yang *representative* menurut Hair *et al.* (1995 dalam Kiswati 2010) adalah tergantung pada jumlah indikator dikali 5 sampai 10. Jumlah sampel dalam penelitian ini adalah :

$$\text{Sampel} = \text{jumlah indikator} \times 5$$

$$= 16 \times 5$$

$$= 80$$

Berdasarkan perhitungan di atas di dapat untuk sampel minimum menggunakan 80 sampel responden.

Pada penelitian tahap pertama untuk menguji validitas dari kuesioner yang di gunakan dalam penelitian, dengan menyebarkan 30 kuesioner di peroleh nilai untuk

variabel Motivasi pada item pertanyaan (X1.1) “ Harga jual kembali Suzuki Satria FU 150 yang tinggi “ di peroleh nilai signifikansi sebesar (0,98), yang berrarti nilai ini lebih besar dari nilai $\alpha = 0,05$, maka untuk item pertanyaan (X1.1) mempunyai nilai yang tidak valid, sehingga item pertanyaan (X1.1) dikeluarkan dari kuesioner.

Maka untuk menentukan jumlah responden dengan item pertanyaan setelah di

lakukan uji validitas adalah : = Jumlah indikator x 5

$$= 15 \times 5$$

$$= 75$$

Maka untuk responden minimum yang dibutuhkan untuk penelitian setelah dilakukan uji validitas adalah sebesar 75 responden.

3.4 Teknik Pengambilan Sampel

Teknik pengambilan sampel dalam penelitian ini dilakukan dengan teknik *Accidental Sampling*. Sedangkan *Accidental Sampling* merupakan tekni pengambilan sampel berdasarkan kebetulan, yaitu siapa saja yang secara kebetulan bertemu dengan peneliti bisa dijadikan sampel bila dipandang orang yang kebetulan ditemui itu cocok sebagai sumber data (Sugiyono 2011). Pelaksanaan *accidental sampling* dalam penelitian ini diberikan kepada Mahasiswa atau Mahasiswi Universitas Islam Negeri Maulana Malik Ibrahim Malang yang memiliki Satria FU yang di jumpai oleh peneliti di lingkungan kampus.

3.5 Data dan Jenis Data

Jenis data dalam penelitian ini adalah data primer. Data primer adalah data yang diperoleh dari sumber pertama, baik dari individu atau perseorangan (Umar,2005). Adapun sumber Data primer ini berupa data identitas responden dan tanggapan responden yang akan dijawab langsung oleh responden mengenai pengaruh motivasi konsumen, sikap konsumen dan persepsi kualitas terhadap keputusan pembelian.

3.6 Teknik Pengumpulan data

Metode pengumpulan data yang digunakan adalah angket atau kuesioner. Angket atau kuesioner merupakan cara pengumpulan data dengan memberikan pertanyaan secara tertulis yang akan dijawab oleh responden, agar peneliti memperoleh data lapangan/empiris untuk memecahkan masalah penelitian dan menguji hipotesis yang telah ditetapkan (Supardi,2005:127 dalam Rully Priyamitra 2012). Cara pengumpulan data tersebut dilakukan dengan prosedur :1) responden diberi kuesioner, 2) sambil mengisi kuesioner, ditunggu dan diberikan penjelasan jika belum jelas terhadap apa yang dibaca, 3) setelah responden mengisi kemudian jawaban tersebut ditabulasi, diolah, dianalisis dan disimpulkan.

Penelitian ini mulai dilakukan pada tanggal 29 Mei 2014, pada hari kamis peneliti mulai meenyebarkan kuesioner kepada responden yaitu kepada mahasiswa yang memiliki Suzuki Satria FU 150 di Universitas Islam Negeri Maulana Malik Ibrahim Malang. Penyebaran kuesinoner di fokuskan pada tempat-tempat parkir yang ada di kampus seperti, parkirana utama kampus, tempat parkir mahasiwa yang berada

di depan gedung perkuliahan (Gedung B), tempat parkir Fakultas Ekonomi dan Fakultas Saintek, tempat parkir gedung Student Centre (SC), dan terakhir adalah tempat parkir yang berada di samping masjid At-Tarbiyah UIN Malang. Peneliti menyebarkan 80 Kuesioner dengan jumlah responden yang sudah di tentukan sebelumnya yaitu sebanyak 80 responden, total kuesioner yang di dapat sebanyak 80 kuesioner.

3.7 Definisi Operasional Variabel

Definisi operasional adalah menjelaskan karakteristik dari obyek (property) ke dalam elemen-elemen yang dapat diobservasi yang menyebabkan konsep dapat diukur dioperasionalkan di dalam riset. Hasil dari pengoperasional konsep ini adalah definisi konsep dari masing-masing variabel dan konsep yang digunakan di riset (Jogiyanto, 2004 dalam Priyamiitra 2012).

Definisi operasional adalah melekatkan arti pada suatu variabel dengan cara menetapkan kegiatan atau tindakan yang perlu untuk mengukur variabel itu. Pengertian operasional variabel ini kemudian diuraikan menjadi indikator empiris yang meliputi :

3.7.1 Variabel Bebas

1. Motivasi Konsumen (X1)

Motivasi konsumen adalah keadaan di dalam pribadi seseorang yang mendorong keinginan individu untuk melakukan kegiatan-kegiatan guna mencapai suatu tujuan. (Setiadi 2003). Mengacu pada teori proses salah satu teori motivasi yang di kemukakan Kotler (2005) yang sudah di jelaskan di bab sebelumnya, “dasar dari

motivasi adalah adanya pengharapan”, pengharapan adalah sesuatu yang akan terjadi di masa yang akan datang. Kendaraan merupakan aset yang punya nilai jual, kebutuhan konsumen di masa yang akan datang yang tidak terduga menjadi salah satu pertimbangan konsumen dalam melakukan keputusan pembelian. Harga jual kembali Suzuki satria FU yang tinggi menjadi salah satu indikator konsumen dalam melakukan keputusan pembelian. Perawatan mesin yang mudah dengan didukung banyaknya bengkel resmi Suzuki menjadi faktor pendukungnya.

2. Persepsi (X2)

Sebuah proses dimana kita memilih, mengatur, dan menerjemahkan masukan informasi untuk menciptakan gambaran dunia yang berarti (Kotler 2009). Proses pemahaman dalam persepsi yang di jelaskan kotler pada proses retensi selektif adalah proses mengingat poin yang bagus mengenai sebuah produk yang disukai dan melupakan poin yang bagus mengenai produk pesaing. Retensi selektif selalu bekerja pada merek yang kuat di pasaran. Satria FU mempunyai karakter yang berbeda dengan motor sport lainya dengan *body* atau kerangka motor yang ramping dan kecil, dengan kapasitas mesin besar yaitu 150 cc namun dalam kecepatan tinggi mesin tetap stabil dengan *body* nya yang ramping.

3. Pembelajaran (X3)

Pembelajaran merupakan perubahan perilaku yang terjadi sebagai hasil akibat adanya pengalaman. Hasil belajar ini akan memberikan tanggapan tertentu yang cocok dengan rangsangan-rangsangan yang mempunyai tujuan tertentu. Amirullah (2002). Pembelajaran secara efektif yang di paparkan Amirullah menjelaskan bahwa konsumen akan mempelajari keinginan, tujuan, dan motif sampai

benar-benar puas akan suatu produk. Satria FU mempunyai kualitas suku cadang yang terjamin dan bergaransi, suku cadang tidak cepat rusak dengan perawatan yang sederhana sekalipun seperti ganti oli rutin. Suku cadang Satria FU yang mudah di dapat di bengkel-bengkel resmi Suzuki. Dan juga slogan iklan Satria FU “ *Satria bikin loe beda*” sesuai dengan spesifikasi dan design serta akselerasi mesin yang unggul dan beda dengan kendaraan lain.

4. Keyakinan dan Sikap (X4)

Sikap adalah suatu evaluasi yang menyeluruh dan memungkinkan seseorang untuk merespon dengan cara yang menguntungkan atau tidak terhadap objek yang dinilai. Sikap adalah pernyataan-pernyataan atau penilaian evaluatif berkaitan dengan objek, orang atau suatu peristiwa (Robbins, 2006). Keyakinan adalah suatu pikiran yang sudah melekat dibenak konsumen terhadap suatu produk dapat berupa pengetahuan, pendapat, ataupun sekadar percaya dan yakin (Kotler, 2005). Konsumen akan melakukan evaluasi menyeluruh dari semua informasi yang di dapat sebelum melakukan pembelian, Untuk ukuran motor dengan mesin besar model Satria FU relative kecil dan ramping, kecanggihannya dan Akselerasi mesin DOHC yang di usung Satria akan membentuk keyakinan konsumen bahwa Satria FU 150 adalah motor *sport* yang unggul.

3.7.2 Variabel Terikat

1. Keputusan Pembelian (Y)

Amirullah (2002), keputusan pembelian konsumen adalah “Proses dimana konsumen melakukan penilaian terhadap berbagai alternatif pilihan dan memilih salah satu atau lebih alternatif yang diperlukan konsumen berdasarkan pertimbangan-

pertimbangan tertentu. Motivasi, persepsi, pembelajaran, serta keyakinan dan sikap adalah faktor yang mempengaruhi keputusan pembelian SATRIA FU 150.

Tabel 3.1
Variable independen

Konsep	Variabel	Indikator	Item
Psikologi Konsumen	Motivasi Konsumen (X1)	a.) Harga produk c.) Bengkel resmi	a.) Harga Satria FU 150 yang relative murah untuk ukuran motor <i>sport</i> . b.) Kemudahan <i>service</i> Satria FU 150 dengan bengkel resmi yang tersebar di Indonesia.
	Persepsi (X2)	a.) Karakteristik tambahan untuk menjadi pembeda b.) Keunggulan mesin Suzuki Satria FU c.) Kestabilan mesin	a.) Satria FU 150 memiliki bentuk bodi yang unik. b.) Mesin Suzuki Satria FU DOHC 4-valve 6 kecepatan yang unggul. c.) Satria FU 150 memiliki kestabilan mesin pada kecepatan tinggi.

	Pembelajaran (X3)	<ul style="list-style-type: none"> a.) Kualitas produk b.) Suku cadang mudah di dapat c.) Kesesuaian iklan produk 	<ul style="list-style-type: none"> a.) Satria FU 150 merupakan motor sport yang berkualitas. b.) Suku cadang Satria FU mudah di dapat di bengkel-bengkel Suzuki. c.) Spesifikasi dan karakter Satria FU 150 sesuai dengan iklan yang disuguhkan.
	Keyakinan dan Sikap (X4)	<ul style="list-style-type: none"> a.) Model produk b.) Kecanggihan produk c.) Akselerasi mesin yang unggul. 	<ul style="list-style-type: none"> a.) Untuk ukuran motor <i>sport</i> Satria FU 150 relatif memiliki bodi yang ramping. b.) Teknologi mesin Satria FU 150 memiliki DOHC 4-valve 6 kecepatan yang canggih. c.) Satria FU 150 memiliki akselerasi mesin yang unggul.

Keputusan Pembelian	Keputusan Pembelian (Y)	a.) Motivasi b.) Persepsi c.) Pembelajaran d.) Keyakinan dan sikap	a) Keputusan pembelian Satria FU dipengaruhi oleh motivasi. b) Keputusan pembelian Satria FU dipengaruhi oleh persepsi c) Keputusan pembelian Satria FU dipengaruhi oleh pembelajaran. d) Keputusan pembelian Satria FU dipengaruhi oleh keyakinan dan sikap
---------------------	-------------------------	---	---

3.8 Analisis data

3.8.1 Uji Instrumen

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 (Muranaka, 2012).

3.8.1.1 Uji Validitas

Ukuran yang menunjukkan sejauh mana instrumen pengukur mampu mengukur apa yang ingin diukur, misalnya menyusun kuesioner maka validitas kuesioner adalah sejauh mana kuesioner ini mampu mengukur obyek yang diteliti (Sulhan, dkk. 2010). Untuk mengetahui validitas item, maka penelitian ini

menggunakan rumus korelasi product moment Pearson dengan level signifikan 5% yang dibantu dengan program SPSS 16.00 for windows. Adapun rumus korelasi product moment pearson tersebut adalah sebagai berikut (Sulhan, dkk., 2010:5) :

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

Keterangan :

r_{xy} = indeks korelasi pearson

n = banyaknya sampel

X = skor item pertanyaan

Y = skor total item pertanyaan

Bila nilai signifikansi (sig) hasil korelasi lebih kecil dari 0,05 (5%) maka dinyatakan valid dan sebaliknya dinyatakan tidak valid (artinya butir pertanyaan tersebut gugur).

3.8.1.2 Uji Reliabilitas

Apabila suatu alat pengukuran telah dinyatakan valid, maka tahap berikutnya adalah mengukur reliabilitas dari instrument kuesioner tersebut. Reliabilitas adalah ukuran yang menunjukkan konsistensi dari alat ukur dalam mengukur gejala yang sama dilain kesempatan. Konsistensi disini berarti kuesioner tersebut konsisten jika digunakan untuk mengukur konsep atau konstruk dari suatu kondisi ke kondisi yang lain (Sulhan, dkk., 2010:8).

Untuk menentukan reliabel dari tiap item, maka penelitian ini menggunakan metode cronbach alpha yang dibantu dengan program SPSS 16.00 for windows,

dimana kuesioner dikatakan reliabel jika nilai cronbach alpha lebih besar dari 0,60. Rumus yang digunakan untuk cronbach's Alpha adalah sebagai berikut (Sulhan, dkk., 2010:8) :

$$r_{11} = \left(\frac{k}{k-1} \right) \left(1 - \frac{\sum \sigma_b^2}{\sigma_t^2} \right)$$

dimana :

r_{11} = reliabilitas instrumen

k = banyaknya butir pertanyaan atau banyaknya soal

σ_b^2 = jumlah varians butir

σ_t^2 = varians total

3.8.2 Analisis Regresi Linier Berganda

Analisis regresi adalah analisis tentang bentuk hubungan linier antara variabel dependen (*respon*) dengan variabel independen (*predictor*). Dalam analisa regresi akan dikembangkan sebuah estimating equation (persamaan regresi) yaitu suatu formula matematika yang mencari nilai variabel dependent dari nilai variabel independent yang diketahui. Analisis regresi digunakan terutama untuk tujuan peramalan, dimana dalam model tersebut ada sebuah variabel dependent (tergantung) dan variabel independen. (Sulhan, dkk, 2010: 9)

Formulasi persamaan regresi berganda sendiri adalah sebagai berikut:

$$Y = a + b_1X_1 + b_2X_2 + b_3X_3 + b_4X_4 + e$$

Keterangan :

- Y : Keputusan Pembelian
- a : Konstanta
- X_1 : Motivasi
- X_2 : Persepsi
- X_3 : Pembelajaran
- X_4 : Keyakinan dan Sikap
- b : Koefisien regresi
- e : Kesalahan Residual (*error*)

3.8.3 Uji Asumsi Klasik

3.8.3.1. Uji Multikolinearitas

Salah satu asumsi model regresi linier adalah tidak adanya korelasi yang sempurna atau korelasi yang tidak sempurna tetapi relative sangat tinggi antara variabel-variabel bebas. (Sulhan, dkk., 2010: 15)

Deteksi adanya multikolinearitas : (Sulhan, dkk., 2010: 15)

- a. Dilakukan uji simultan (uji F) signifikan, kemudian dilakukan uji parsial (uji t) semua variabel bebas juga signifikan. Hal ini menunjukkan tidak ada masalah multikolinearitas.
- b. Besarnya VIF (*Variance Inflation Factor*) dan Tolerance

Pedoman suatu model regresi yang bebas multiko adalah :

- Mempunyai nilai VIF disekitar angka 1 dan tidak melebihi 10.
- Mempunyai angka Tolerance mendekati 1

Dimana Tolerance = $1/VIF$

c. Besaran kolerasi antar variabel independen (bebas)

Pedoman suatu model regresi yang bebas dari multiko adalah koefisien kolerasi antar variabel independen haruslah lemah, yaitu dikatakan kolerasi rendah $< 0,05$ dan korelasi tinggi $>0,05$.

Jika terjadi problem multiko, dapat diatasi dengan beberapa cara:

- Mengeluarkan salah satu diantara variabel-variabel yang mempunyai hubungan kuat. Penghilangan variabel-variabel yang diketahui menyebabkan terjadinya masalah multikolinearitas adalah cara yang paling mudah, akan tetapi ini memiliki konsekuensi terjadinya bias spesifikasi model (specification error). Apalagi kalau variabel bebasnya hanya 2 variabel, maka akan menyebabkan bias spesifikasi model dari semula model regresi beranda menjadi model regresi sederhana.
- Menambah data baru
Multikolinearitas merupakan suatu gejala yang terjadi pada sampel, boleh jadi untuk sampel lain dengan variabel-variabel yang sama gejala multikolinearitas sangat kecil. Oleh karenanya dengan mengubah sampel, yaitu dengan menambah jumlah elemen sampel dapat mengatasi masalah ini.

3.8.3.2 Uji Autokorelasi

Uji asumsi ini bertujuan untuk mengetahui apakah dalam sebuah regresi linier ada kolerasi atara kesalahan pengganggu pada periode t dengan kesalahan

pengganggu pada periode $t-1$ (sebelumnya). Jika terjadi korelasi, maka dinamakan ada problem autokorelasi. (Sulhan., dkk, 2010: 22)

Cara mendeteksi Autokolerasi :

Ada beberapa cara untuk melakukan pengujian terhadap asumsi Autokolerasi, salah satunya Durbin-Watson d test. Durbin Watson d test ini mempunyai masalah yang mendasar yaitu tidak diketahuinya secara tepat mengenai distribusi dari statistic d itu sendiri. Namun demikian, Durbin dan Watson telah mentabelkan nilai d_u dan d_l untuk taraf nyata 5% dan 1% yang selanjutnya dikenal dengan Tabel Durbin Watson. Selanjutnya Durbin dan Watson juga telah menetapkan kaidah keputusan sebagai berikut:

Table 3.2
Tabel Durbin Watson

Range	Keputusan
$0 < dw < d_l$	Terjadi masalah autokolerasi yang positif yang perlu perbaikan
$d_l < dw < d_u$	Ada antokolerasi positif tetapi lemah, di mana perbaikan akan lebih baik.
$d_u < dw < 4-d_u$	Tidak ada masalah autokolerasi
$4 - d_u < dw < 4-d_l$	Masalah autokolerasi lemah, di mana dengan perbaikan akan lebih baik
$4 - d_l < d_u$	Masalah autokolerasi serius

Sumber : (Sulhan, dkk, 2010: 16)

3.8.3.3 Uji Heteroskedastisitas

Uji asumsi ini bertujuan untuk mengetahui apakah dalam sebuah model regresi terjadi ketidaksamaan varians dari residual antara satu pengamatan dengan

pengamatan yang lain. Jika varians dari residual antara satu pengamat dengan pengamat yang lain berbeda disebut Heteroskedastisitas, sedangkan model yang baik adalah tidak terjadi Heteroskedastisitas. (Sulhan, dkk, 2010: 16)

Heteroskedastisitas diuji dengan menggunakan uji koefisien korelasi Rank Spearman yaitu mengkorelasikan antara absolut residual hasil regresi dengan semua variabel bebas. Bila signifikansi hasil korelasi lebih kecil dari 0,05 (5%) maka persamaan regresi tersebut mengandung heteroskedastisitas dan sebaliknya berarti non heteroskedastisitas atau homoskedastisitas. Heteroskedastisitas diuji dengan menggunakan uji koefisien korelasi Rank Spearman yaitu mengkorelasikan antara absolut residual hasil regresi dengan semua variabel bebas.

3.8.3.4 Uji Normalitas

Uji normalitas dimaksudkan untuk mengetahui apakah residual model regresi yang diteliti berdistribusi normal atau tidak. Metode yang digunakan untuk menguji normalitas adalah dengan menggunakan uji Kolmogorov-Smirnov. Jika nilai signifikansi dari hasil uji Kolmogorov-Smirnov $> 0,05$, maka asumsi normalitas terpenuhi. (Sulhan, dkk, 24)

3.8.4 Uji Hipotesis

3.8.4.1 Uji F (Uji Simultan)

Uji F digunakan untuk menguji variabel-variabel bebas secara bersama-sama (simultan) terhadap variabel terikat. Pengujian ini dilakukan dengan cara membandingkan nilai F hitung dengan F tabel. Apabila F hitung $> F$ table dengan sigifikasi dibawah 0,05 (5%) maka secara bersama-sama (simultan) variabel bebas berpengaruh signifikan terhadap variabel terikat, begitu juga sebaliknya.

Rumus yang dikemukakan oleh Sugiyono (2004:190) untuk mengetahui *F hitung*, adalah sebagai berikut :

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

Dimana:

F = *F hitung* yang selanjutnya dibandingkan dengan *F tabel*

*R*² = Koefisien determinasi

N = Jumlah sampel

K = Jumlah variabel bebas (*independent variabel*)

Kriteria pengambilan keputusan

Jika *F hitung* $p \leq 0,05$ maka *H*₀ ditolak

Jika *F hitung* $p > 0,05$ maka *H*₀ diterima

Bila *H*₀ ditolak maka *H*_a diterima berarti variabel-variabel bebas yang diuji mempunyai hubungan yang bermakna dengan variabel terikat.

Dalam uji ini akan dilakukan dengan program SPSS 16.00 for windows sehingga korelasi dalam perhitungan dapat dipercaya.

3.8.4.2 Uji t (Uji Parsial)

Uji t digunakan untuk menguji signifikansi konstanta dari variabel bebas secara parsial atau individual terhadap variabel terikat. Pengujian ini dilakukan dengan cara membandingkan nilai *t hitung* dengan *t tabel* . Apabila *t hitung* $> t tabel$ dengan signifikansi dibawah 0,05 (5%), maka secara parsial atau individual variabel bebas berpengaruh signifikan terhadap variabel terikat, begitu juga sebaliknya.

Rumus *t* hitung

$$t = \frac{b_1}{Sb_1}$$

Dimana :

b_1 : Koefisien regresi

Sb_1 : Standar *error* koefisien regresi

Kriteria pengambilan keputusan:

Jika *t* hitung $p < 0,05$ maka H_0 ditolak

Jika *t* hitung $p > 0,05$ maka H_0 diterima

Dalam uji ini akan dilakukan dengan program SPSS 16.00 for windows sehingga korelasi dalam perhitungan dapat dipercaya.

3.8.4.3 Uji Dominan

Untuk menguji variabel dominan, terlebih dahulu diketahui kontribusi masing-masing variabel bebas yang di uji terhadap variabel terikat. Kontribusi masing-masing variabel diketahui dari koefisiens determinasi regresi sederhana terhadap variabel terikat atau diketahui dari kuadrat korelasi sederhana variabel bebas dan terikat. (Sulhan,dkk 2010)

3.8.5 Koefisien Determinasi (RSquare)

Koefisien Determinasi (R^2) pada intinya digunakan untuk mengukur seberapa jauh kemampuan model regresi dalam menerangkan variasi variabel dependen (Ghozali, 2006). Nilai koefisien determinasi adalah antara nol (0) dan satu

(1). Nilai (R^2) yang kecil berarti kemampuan variabel-variabel independen dalam menjelaskan variabel dependen amat terbatas. Nilai yang mendekati satu (1) berarti variabel-variabel independen memberikan hampir semua informasi yang dibutuhkan untuk memprediksi variabel dependen.

Kelemahan mendasar penggunaan koefisien determinasi (R^2) adalah bias terhadap jumlah variabel independen yang dimasukkan ke dalam model. Setiap tambahan satu variabel independen, maka (R^2) pasti meningkat tidak peduli apakah variabel tersebut berpengaruh secara signifikan terhadap variabel dependen. Maka digunakan nilai *Adjusted* (R^2) pada saat mengevaluasi model regresi yang terbaik karena *Adjusted* R^2 dapat naik turun apabila satu variabel independen ditambahkan ke dalam model.