

BAB III

METODOLOGI PENELITIAN

3.1 Objek dan Subjek Penelitian

Objek dalam penelitian ini adalah minuman tradisional dan minuman modern yang dijual atau berada di daerah Bandung Timur.

Subjek dalam penelitian ini, yaitu konsumen atau generasi Z yang membeli minuman tradisional dan minuman modern secara langsung untuk membeli produk. Yang merupakan konsumen adalah orang yang melakukan *dine in*, orang yang membeli produk, dan *take away* produk. Lebih jelas lagi, subjek dalam penelitian ini adalah orang yang pernah membeli produk minuman tradisional dan minuman modern di wilayah Bandung Timur.

3.2 Metode Penelitian

Metode penelitian adalah cara yang digunakan untuk mengumpulkan data yang dibutuhkan dalam suatu penelitian untuk diolah dan dianalisis secara ilmiah.

Sementara itu, pengertian metode penelitian kuantitatif menurut Sugiyono (2017, hlm. 8) adalah metode penelitian yang berlandaskan pada filsafat positivisme, digunakan untuk meneliti pada populasi atau sampel tertentu, pengumpulan data menggunakan instrumen penelitian, analisis data bersifat kuantitatif atau statistik, dengan tujuan untuk menguji hipotesis yang ditetapkan.

Metode penelitian ini menggunakan metode kuantitatif karena data yang akan diolah merupakan data rasio dan yang menjadi fokus dari penelitian ini adalah untuk mengetahui besarnya pengaruh antar variabel yang diteliti. Menurut Sugiyono (2017, hlm. 102), instrumen penelitian adalah alat yang digunakan untuk mengukur suatu fenomena alam maupun fenomena sosial. Hasil dari kuesioner ini diukur menggunakan skala *likert*, di mana setiap pertanyaan mempunyai empat alternatif yang memiliki bobot sebagai berikut.

Tabel 3. 1
Alat Ukur Penelitian

Pernyataan Skor	Skor
Sangat Tidak Setuju (STS)	1
Tidak Setuju (TS)	2
Setuju (S)	3
Sangat Setuju (SS)	4

Sumber: Sugiyono (2017, hlm. 137)

3.3 Operasional Variabel

Menurut Sugiyono (2017, hlm. 2), variabel adalah segala bentuk yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari sehingga memperoleh informasi kemudian ditarik kesimpulannya. Penelitian ini memiliki variabel-variabel yang akan diteliti dan bersifat saling berhubungan. Adapun variabel yang akan diuji dalam penelitian ini sebagai berikut.

Tabel 3. 2
Operasional Variabel

Variabel	Konsep Teori	Konsep Empiris	Konsep Analisis	Sumber
Motivasi (X)	Motivasi adalah kekuatan yang ada dalam seseorang, yang mendorong perilakunya untuk melakukan tindakan. (Rayyan & Paryanti, 2021)	Teori Maslow pada hakikatnya manusia mempunyai lima kebutuhan yang secara hierarki bergerak dari tingkat kebutuhan yang paling sederhana atau mendesak, hingga kepada tingkat kebutuhan yang lebih canggih". Kebutuhan yang dimaksud yaitu: 1. Kebutuhan fisiologis 2. Kebutuhan rasa aman 3. Kebutuhan sosial. 4. Kebutuhan ego	Yang akan diteliti dalam penelitian ini adalah Faktor motivasi apa yang mempengaruhi minat beli minuman tradisional dan minuman modern di wilayah Bandung Timur. Tingkat kebutuhan mulai dari yang sederhana hingga tingkat kebutuhan yang mendesak.	Data diperoleh dari konsumen secara langsung dengan menyebarkan kuesioner/angket tertutup

Variabel	Konsep Teori	Konsep Empiris	Konsep Analisis	Sumber
		5. Kebutuhan aktualisasi.		
Minat Beli Konsumen (Y)	Minat beli adalah kegiatan untuk tertarik melakukan pembelian melalui berbagai proses analisis sebelum membeli suatu produk. Minat beli muncul karena sebuah pengamatan atau perhatian konsumen terhadap suatu produk (Herlina <i>et al.</i> , 2021, hlm. 1642)	Proses pembelian meliputi lima hal, yaitu: 1. Kebutuhan 2. Pengenalan 3. Pencarian 4. Evaluasi 5. Keputusan	Yang akan diteliti dalam penelitian ini adalah proses pembelian terhadap minat beli produk.	Data diperoleh dari konsumen secara langsung dengan menyebarkan kuesioner/angket tertutup

Sumber: Data diolah oleh penulis (2022)

3.4 Sumber Data

Sumber data merupakan suatu bentuk pengumpulan data yang bertujuan memaparkan dan menggambarkan keadaan yang ada di perusahaan. “Metode pengumpulan data adalah penelitian lapangan (*field research*), dilakukan dengan cara mengadakan peninjauan langsung pada instansi yang menjadi objek untuk mendapatkan data primer dan sekunder” (Sugiyono 2013, hlm. 27).

Data primer merupakan data yang didapat oleh penulis dengan cara melakukan observasi, wawancara, ataupun dengan memberikan kuesioner secara langsung di lapangan untuk mendapatkan data secara langsung. Data sekunder menurut Sugiyono (2014, hlm. 141) adalah sumber data yang diperoleh dengan cara membaca, mempelajari dan memahami melalui media lain yang bersumber dari literatur, buku-buku, serta dokumen.

PEBRI PRATAMA, 2022

ANALISIS MOTIVASI GENERASI Z TERHADAP MINAT BELI MINUMAN TRADISIONAL DAN MINUMAN MODERN DI BANDUNG TIMUR

Universitas Pendidikan Indonesia | repository.upi.edu | perpustakaan.upi.edu

Berdasarkan pengertian di atas dapat dinyatakan bahwa penelitian ini menggunakan data primer yang dilakukan secara langsung di lapangan serta menggunakan data sekunder dengan berupa data yang diperoleh melalui media yang berkaitan dengan objek penelitian.

3.5 Teknik Pengumpulan Data

Dalam melakukan penelitian tentu saja penulis membutuhkan teknik pengumpulan data yang sesuai dengan penelitian untuk mendukung valid atau tidaknya penelitian tersebut.

Menurut Sugiyono (2017, hlm. 194), cara atau teknik pengumpulan data dapat dilakukan dengan cara *interview* (wawancara), kuesioner (angket), observasi (pengamatan), dan juga gabungan dari ketiganya.

3.5.1 Wawancara

Wawancara menurut Sugiyono (2017, hlm. 194) digunakan sebagai teknik pengumpulan data apabila peneliti ingin melaksanakan studi pendahuluan untuk menemukan permasalahan yang akan diteliti, dan apabila peneliti juga ingin mengetahui hal-hal dari responden yang lebih mendalam dan jumlah dari responden tersebut sedikit.

3.5.2 Kuesioner

Kuesioner dalam penelitian sering digunakan untuk kepentingan pengumpulan data. Biasanya data yang diolah merupakan atau termasuk ke dalam data primer di mana peneliti langsung ke lapangan untuk memberikan kuesioner secara langsung kepada responden.

Sugiyono (2017, hlm. 142) menjelaskan bahwa angket atau kuesioner merupakan teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan cara memberi seperangkat pertanyaan atau pernyataan tertulis kepada responden untuk dijawab. Pada penelitian kali ini, kuesioner diberikan kepada para konsumen yang datang secara langsung baik yang hanya *take away* maupun konsumen yang *dine in*. Pemberian kuesioner ini bertujuan untuk mengetahui faktor motivasi terhadap minat beli minuman tradisional dan minuman modern.

3.5.3 Observasi

Menurut Sugiyono (2017, hlm. 203), observasi merupakan teknik pengumpulan data yang mempunyai ciri spesifik bila dibandingkan dengan teknik yang lainnya. Observasi dilakukan dengan melihat langsung kondisi di lapangan, misalnya kondisi pelayanan dan lingkungan kerja yang dapat digunakan untuk menentukan faktor kepuasan terhadap konsumen yang didukung dengan adanya wawancara dan kuesioner mengenai kepuasan konsumen.

3.6 Populasi dan Sampel

3.6.1 Populasi

Populasi sendiri dapat diartikan sebagai keseluruhan dari suatu objek penelitian yang akan digunakan sebagai sumber data yang mendukung penelitian itu sendiri. Menurut Sugiyono (2017, hlm. 61), populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri atas objek, subjek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari kemudian ditarik kesimpulannya. Populasi bukan hanya sekadar jumlah yang ada pada subjek dan objek saja, melainkan juga meliputi keseluruhan karakteristik sifat yang dimiliki oleh subjek atau objek yang diteliti.

Dalam penelitian ini yang menjadi fokus utama peneliti adalah konsumen yang membeli minuman tradisional dan minuman modern yang merupakan generasi Z. Maka dari itu, yang menjadi populasi dalam penelitian ini adalah seluruh konsumen yang membeli minuman tradisional dan minuman modern di wilayah Bandung Timur yang memiliki rentang umur antara 10-25 tahun, namun jumlah populasi tidak diketahui.

3.6.2 Sampel

Sugiyono (2017, hlm. 62), menjelaskan bahwa sampel adalah bagian dari jumlah dan kerekteristik yang dimiliki oleh populasi. Sampel yang diambil untuk penelitian ini adalah *nonprobability sampling*. Menurut (Sugiyono, 2017, hlm. 82), *nonprobability sampling* adalah teknik pengambilan sampel yang tidak memberikan peluang atau kesempatan yang sama bagi setiap unsur atau anggota populasi untuk dipilih menjadi sampel. Teknik sampling yang digunakan dalam penelitian ini adalah *accidental sampling*. Teknik sampling ini dilakukan dengan

mengambil responden yang kebetulan ada atau tersedia di suatu tempat sesuai dengan konteks penelitian.

Sampel pada penelitian ini adalah konsumen yang membeli minuman tradisional dan minuman modern di wilayah Bandung Timur yang memiliki rentang umur 10-25 tahun. Penentuan sampel menggunakan tabel *Issac* dan *Michael* dari populasi tertentu dengan taraf kesalahan 1%, 5%, dan 10%

Gambar 3. 1 Tabel Issac dan Michael

N	s			N	s			N	s		
	1%	5%	10%		1%	5%	10%		1%	5%	10%
10	10	10	10	280	197	155	138	2800	537	310	247
15	15	14	14	290	202	158	140	3000	543	312	248
20	19	19	19	300	207	161	143	3500	558	317	251
25	24	23	23	320	216	167	147	4000	569	320	254
30	29	28	27	340	225	172	151	4500	578	323	255
35	33	32	31	360	234	177	155	5000	586	326	257
40	38	36	35	380	242	182	158	6000	598	329	259
45	42	40	39	400	250	186	162	7000	606	332	261
50	47	44	42	420	257	191	165	8000	613	334	263
55	51	48	46	440	265	195	168	9000	618	335	263
60	55	51	49	460	272	198	171	10000	622	336	263
65	59	55	53	480	279	202	173	15000	635	340	266
70	63	58	56	500	285	205	176	20000	642	342	267
75	67	62	59	550	301	213	182	30000	649	344	268
80	71	65	62	600	315	221	187	40000	663	348	270
85	75	68	65	650	329	227	191	50000	675	354	274
90	79	72	68	700	341	233	195	75000	698	366	281
95	83	75	71	750	352	238	199	100000	727	377	290
100	87	78	73	800	363	243	202	150000	761	391	299
110	94	84	78	850	373	247	205	200000	799	407	310
120	102	89	83	900	382	251	208	250000	841	425	323
130	109	95	88	950	391	255	211	300000	887	445	338
140	116	100	92	1000	399	258	213	350000	937	467	354
150	122	105	97	1100	414	265	217	400000	991	491	371
160	129	110	101	1200	427	270	221	450000	1049	517	389
170	135	114	105	1300	440	275	224	500000	1111	545	409
180	142	119	108	1400	450	279	227	550000	1177	575	431
190	148	123	112	1500	460	283	229	600000	1247	607	454
200	154	127	115	1600	469	286	232	650000	1321	641	479
210	160	131	118	1700	477	289	234	700000	1399	677	505
220	165	135	122	1800	485	292	235	750000	1481	715	532
230	171	139	125	1900	492	294	237	800000	1567	755	560
240	176	142	127	2000	498	297	238	850000	1657	797	589
250	182	146	130	2200	510	301	241	900000	1751	841	619
260	187	149	133	2400	520	304	243	950000	1849	887	650
270	192	152	135	2600	529	307	245	1000000	1951	935	682
								∞	664	349	272

Sumber: (Sugiyono, 2010, hlm. 128)

Sampel dalam penelitian ini berjumlah **272** responden dengan menggunakan taraf kesalahan 10% di karenakan jumlah populasi tidak didapatkan data yang pasti.

3.7 Instrumen Penelitian

Dalam sebuah penelitian tentunya dibutuhkan suatu instrumen penelitian yang merupakan alat bantu yang digunakan untuk mengumpulkan informasi dalam penelitian. Instrumen pengumpul data menurut Suryabrata (2008, hlm. 51) adalah alat yang digunakan untuk merekam keadaan dan aktivitas atribut-atribut

psikologis. Atribut-atribut psikologis itu secara teknis biasanya digolongkan menjadi kognitif. Sumadi mengemukakan bahwa untuk atribut kognitif, perangsangnya adalah pertanyaan. Sementara untuk atribut non-kognitif, perangsangnya adalah pertanyaan.

Dari pendapat di atas, dapat diartikan bahwa instrumen penelitian adalah alat bantu yang digunakan oleh peneliti untuk mengumpulkan informasi kuantitatif variabel yang diteliti. Instrumen juga dapat diartikan sebagai alat untuk mengumpulkan suatu masalah dan menyajikan data secara sistematis dan objektif.

3.7.1 Uji Validitas

Pengujian validitas digunakan untuk mengukur alat ukur yang digunakan untuk mendapatkan data. Sugiyono (2017, hlm. 177) mengemukakan bahwa instrumen yang valid berarti alat ukur yang digunakan untuk mendapatkan data (mengukur) itu valid. Sebuah instrumen atau penelitian dapat dikatakan valid apabila dapat mengukur apa yang kita inginkan dan dapat mengungkapkan variabel yang kita teliti.

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

Keterangan :

rx_y = koefisien korelasi antara x dan y X = skor item nomor tertentu
N = jumlah responden Y = skor total

Kriteria Uji:

- Item pertanyaan yang diteliti dikatakan valid jika r hitung > r tabel
- Item pertanyaan yang diteliti dikatakan tidak valid jika r hitung ≤ r tabel.

Tabel 3. 3

Hasil Pengujian Validitas

No. Pertanyaan	r Hitung	r Tabel	Keterangan
<i>Motivasi (X)</i>			
1.	0,514	0,167	Valid
2.	0,449	0,167	Valid

PEBRI PRATAMA, 2022

ANALISIS MOTIVASI GENERASI Z TERHADAP MINAT BELI MINUMAN TRADISIONAL DAN MINUMAN MODERN DI BANDUNG TIMUR

Universitas Pendidikan Indonesia | repository.upi.edu | perpustakaan.upi.edu

No. Pertanyaan	r Hitung	r Tabel	Keterangan
3.	0,643	0,167	Valid
4.	0,602	0,167	Valid
5.	0,451	0,167	Valid
6.	0,568	0,167	Valid
7.	0,412	0,167	Valid
8.	0,573	0,167	Valid
9.	0,600	0,167	Valid
10.	0,702	0,167	Valid
Minat Beli (Y)			
11.	0,656	0,167	Valid
12.	0,496	0,167	Valid
13.	0,661	0,167	Valid
14.	0,554	0,167	Valid
15.	0,510	0,167	Valid
16.	0,582	0,167	Valid
17.	0,533	0,167	Valid
18.	0,437	0,167	Valid
19.	0,618	0,167	Valid
20.	0,639	0,167	Valid

Sumber: Pengolahan data oleh penulis (2022)

3.7.2 Uji Reabilitas

Uji reliabilitas adalah alat untuk mengukur suatu kuesioner yang merupakan indikator dari variabel atau konstruk. Suatu kuesioner dikatakan reliabel atau handal jika jawaban seseorang terhadap pertanyaan adalah konsisten atau stabil dari waktu ke waktu (Ghozali, 2016, hlm. 47). Jawaban responden dikatakan reliabel jika masing-masing pertanyaan dijawab secara konsisten (Ghozali, 2016, hlm. 48). Untuk menguji reliabilitas digunakan koefisien *alpha cronbach*. Suatu variabel dikatakan reliabel apabila memberikan *cronbach's alpha* > 0,60, sedangkan sebaliknya data tersebut dapat dikatakan tidak reliabel (Ghozali, 2016, hlm. 45-46). Dalam penelitian ini untuk mengukur reabilitas digunakan koefisien *alpha cronbach* berikut ini adalah rumusnya:

PEBRI PRATAMA, 2022

ANALISIS MOTIVASI GENERASI Z TERHADAP MINAT BELI MINUMAN TRADISIONAL DAN MINUMAN MODERN DI BANDUNG TIMUR

Universitas Pendidikan Indonesia | repository.upi.edu | perpustakaan.upi.edu

$$\alpha = \frac{k}{k-1} \left(1 - \frac{\sum S_b^2}{S_t^2} \right)$$

Purwoto (2007, hlm. 12)

dimana:

α : koefisien reliabilitas yang dicari

k : jumlah butir pertanyaan

S_b^2 : varian butir pertanyaan

S_t^2 : varian skor total

Tabel 3. 4
Uji Reabilitas

Variabel	Ca Hitung	Ca Minimum	Keterangan
Motivasi&Minat Beli	0,88	0,60	Reliabel

Sumber: Pengolahan data oleh penulis (2022)

Berdasarkan hasil pengujian yang telah dilakukan didapatkan angka *alpha cronbach* sebesar 0,88. Angka tersebut lebih besar dari angka minimum yaitu 0,60. Dapat diartikan bahwa instrumen penelitian ini bersifat **reliabel** atau **andal**.

3.8 Uji normalitas

Uji normalitas adalah suatu uji yang dilakukan untuk mengukur dan melihat apakah residual yang didapatkan memiliki distribusi normal. Uji statistik ini menggunakan uji *Kolmogorov-Smirnov* di mana jika nilai signifikan > 0.05 , maka dapat dikatakan residual berdistribusi normal dan sebaliknya apabila nilai signifikan > 0.05 , maka dapat dikatakan residual berdistribusi tidak normal (Sugiyono, 2017).

3.9 Rancangan Analisis Data

3.9.1 Rancangan Analisis Data Deskriptif

Metode penelitian merupakan tahapan atau cara ilmiah yang dilakukan untuk memperoleh data dengan maksud dan tujuan tertentu. Menurut Sugiyono (2017, hlm. 2) dikatakan bahwa metode penelitian pada dasarnya merupakan ciri-ciri ilmiah untuk mendapatkan data dengan tujuan dan kegunaan tertentu, metode yang digunakan dalam penelitian kuantitatif.

PEBRI PRATAMA, 2022

ANALISIS MOTIVASI GENERASI Z TERHADAP MINAT BELI MINUMAN TRADISIONAL DAN MINUMAN MODERN DI BANDUNG TIMUR

Universitas Pendidikan Indonesia | repository.upi.edu | perpustakaan.upi.edu

Analisis deskriptif sendiri digunakan untuk mencari hubungan antar variabel menggunakan analisis korelasi, dimana angket yang telah disusun oleh peneliti berdasarkan variabel yang terdapat dalam data penelitian yang akan memberikan keterangan mengenai motivasi generasi Z terhadap minat beli minuman tradisional dan minuman modern di wilayah Bandung Timur. Analisis deskriptif ini digunakan untuk menjelaskan variabel yang ada dalam penelitian ini:

1. Analisis deskriptif mengenai analisis motivasi generasi Z.
2. Analisis deskriptif mengenai minat beli minuman tradisional dan minuman modern.
3. Analisis deskriptif mengenai analisis motivasi generasi Z terhadap minat beli minuman tradisional dan minuman modern.

3.9.2 Analisis Data Verifikatif

Analisis data verifikatif ini digunakan untuk pengujian hipotesis yang dilakukan dengan uji statistik dan menitikberatkan pada hasil pengungkapan variabel penelitian yang dilakukan. Alat yang digunakan dalam penelitian ini adalah berupa angket atau kuesioner yang telah disusun berdasarkan variabel yang diteliti untuk memberikan keterangan dan data mengenai analisis motivasi generasi Z terhadap minat beli minuman tradisional dan minuman modern.

Data yang diperoleh dari angket atau kuesioner ini adalah sebagai berikut:

1. Variabel yang dinilai diklasifikasikan dalam empat alternatif jawaban dan setiap masing-masing jawaban memiliki poin skor tersendiri.
2. Setiap jawaban memiliki bobot tersendiri menggunakan skala ordinal untuk menunjukkan peringkat dari jawaban tersebut.
3. Setiap peringkat jawaban dapat menjelaskan tentang motivasi generasi Z terhadap minat beli minuman tradisional dan minuman modern.

Data interval penelitian ini disajikan dalam garis kontinum yang dapat menjelaskan setiap skor dari tiap pertanyaan dalam angket penelitian ini. Setelah data ordinal diubah dalam skala interval maka langkah selanjutnya yang perlu dilakukan adalah pengujian hipotesis dengan menggunakan teknik regresi untuk menjelaskan dan menguji pengaruh variabel (X) terhadap variabel (Y).

3.9.3 Analisis Korelasi

Analisis korelasi adalah suatu analisis yang dilakukan untuk mengetahui tingkat keeratan antara variabel independen (X) dengan variabel dependen (Y). Analisis ini dilakukan untuk mengetahui kuat atau lemahnya hubungan antara kedua variabel tersebut. Berikut adalah rumus analisis korelasi *pearson product moment*, Menurut Sugiyono (2017, hlm. 248).

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

Sumber: (Sugiyono, 2017)

Dalam teknik analisis korelasi ini, terdapat dua jenis hubungan variable, yaitu hubungan positif dan hubungan negatif. Ukuran untuk mengetahui kuat atau tidaknya hubungan antara variabel (X) dan variabel (Y) disebut koefisien korelasi (r). Nilai (r) paling rendah adalah -1 dan paling tinggi adalah 1 artinya:

- Jika $r = 1$ atau mendekati 1, maka korelasi antara kedua variabel tersebut sangat kuat dan positif.
- Jika $r = -1$ atau mendekati -1, maka korelasi antara kedua variabel tersebut sangat kuat dan negatif.
- Jika $r = 0$ atau mendekati 0, maka korelasi antara kedua variabel tersebut tidak ada atau sangat lemah.

Berikut ini adalah tabel klasifikasi koefisien korelasi:

Tabel 3. 5

Klasifikasi Koefisien Korelasi

Interval Koefisien	Tingkat Hubungan
0,00 - 0,199	Sangat Rendah
0,20 - 0,399	Rendah
0,40 - 0,599	Sedang
0,60 - 0,799	Kuat
0,80 - 1,000	Sangat Kuat

Sumber: (Sugiyono, 2017)

3.9.4 Koefisien Determinasi

Dalam analisis korelasi terdapat suatu angka yang disebut koefisien determinasi atau dapat disebut dengan koefisien penentu. Besarnya kuadrat koefisien dalam penelitian ini digunakan untuk menunjukkan seberapa besar pengaruh variabel (X) terhadap variabel (Y). Menurut Sugiyono (2017, hlm. 320), koefisien determinasi merupakan ukuran untuk mengetahui kesesuaian atau ketepatan antara garis regresi dengan data sampel. Apabila nilai koefisien korelasi sudah diketahui, maka untuk mendapatkan koefisien determinasi dapat diperoleh dengan mengkuadratkannya. Adapun rumus koefisien determinasi dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

$$KD = (r^2) \times 100\%$$

Keterangan:

KD = koefisien determinasi

r = koefisien korelasi

3.9.5 Analisis Regresi Linier Sederhana

Menurut Sugiyono (2017, hlm. 261), persamaan umum regresi linier sederhana adalah sebagai berikut:

$$\hat{Y} = a + Bx$$

Untuk menentukan nilai a dan b menurut Sugiyono (2017, hlm. 262) ditentukan dengan menggunakan persamaan berikut ini:

$$a = \frac{(\sum Y)(\sum X^2) - (\sum X)(\sum XY)}{n\sum X^2 - (\sum X)^2}$$

$$b = \frac{n\sum XY - (\sum X)\sum Y}{n\sum X^2 - (\sum X)^2}$$

Keterangan :

\hat{Y} = (dibaca Y topi), subjek variabel terikat yang diproyeksikan

X = Variabel independen

Y = Variabel dependen

a = Nilai konstanta harga Y jika X = 0

b = Nilai arah sebagai penentu ramalan (prediksi) yang menunjukkan nilai peningkatan (+) atau nilai penurunan (-) variabel Y

n = Banyaknya sampel

3.10 Pengujian Hipotesis

Pengujian hipotesis pada penelitian ini menggunakan uji statistik seperti yang telah dijelaskan pada bab sebelumnya yaitu dengan uji t. Dengan ketentuan sebagai berikut ini:

H₀ diterima jika $-t \text{ tabel} \leq t \text{ hitung} \leq +t$

H₀ ditolak jika $t \text{ hitung} > t \text{ tabel}$