

## **BAB III**

### **METODELOGI PENELITIAN**

#### **3. 1 Objek Penelitian dan Subjek Penelitian**

##### **a. Objek Penelitian**

Penelitian ini menggunakan pendekatan manajemen pemasaran khususnya mengenai pengaruh diferensiasi produk terhadap keputusan pembelian. Menurut Sugiyono (2012, hal. 59) “Variabel bebas merupakan variabel yang mempengaruhi atau yang menjadi sebab perubahannya atau timbulnya variabel dependent (terikat), sedangkan variabel terikat merupakan variabel yang dipengaruhi atau yang menjadi akibat karena adanya variabel bebas”.

Adapun objek penelitian yang menjadi variabel bebas atau (*independent variable*) yaitu diferensiasi produk (X), sedangkan yang menjadi variabel terikat (*dependent variable*) adalah keputusan pembelian (Y).

Subjek pada penelitian ini adalah Rumah Makan Mie Reman, dan yang akan dijadikan subyek dalam penelitian ini adalah konsumen di Rumah Makan Mie Reman Bandung yang berada di tiga cabang yaitu di Jln. Braga , Jln. Teuku Umar, dan Jln H. Wasid.

#### **3. 2 Metode Penelitian**

Dalam sebuah penelitian, seorang peneliti perlu menetapkan metode penelitian yang akan dipakai agar mempermudah langkah-langkah penelitian sehingga masalah dapat diselesaikan.

Metode penelitian pada dasarnya merupakan cara ilmiah untuk mendapatkan data dengan tujuan dan kegunaan tertentu (Sugiyono, 2013 hal. 2). Berdasarkan hal tersebut terdapat empat kata kunci yang perlu diperhatikan yaitu, cara ilmiah, data, tujuan, dan kegunaan. Cara ilmiah berarti kegiatan penelitian itu didasarkan pada ciri-ciri keilmuan, yaitu rasional, empiris, dan sistematis. Rasional berarti kegiatan penelitian ini dilakukan dengan cara-cara yang masuk akal, sehingga terjangkau oleh penalaran manusia. Empiris berarti cara-cara yang dilakukan itu dapat diamati oleh indera manusia, sehingga orang lain dapat

mengamati dan mengetahui cara-cara yang digunakan. Sistematis artinya, proses yang digunakan dalam penelitian itu menggunakan langkah-langkah tertentu yang bersifat logis.

Berdasarkan variabel yang diteliti maka jenis penelitian dari penelitian ini yang digunakan adalah jenis penelitian kuantitatif. Metode ini disebut kuantitatif menurut Sugiyono (2013, Hal 7) karena metode kuantitatif berdasarkan pada filsafat positivisme, telah memenuhi kaidah-kaidah ilmiah yang konkrit/ empiris, obyektif, terukur, rasional dan sistematis, dan metode ini dapat ditemukan dan dikembangkan berbagai iptek baru. Metode ini disebut metode kuantitatif karena data penelitian berupa angka-angka dan analisis menggunakan statistik.

Adapun penelitian yang digunakan dalam jenis penelitian ini berupa penelitian yang bersifat deskriptif dan verifikatif. Sebagaimana dikemukakan oleh Sugiyono (2008, hal. 21) Metode deskriptif adalah metode yang digunakan untuk menggambarkan atau menganalisis suatu hasil penelitian tetapi tidak digunakan untuk membuat kesimpulan yang lebih luas. Tujuan dari penelitian deskriptif ini adalah untuk membuat deskripsi, gambaran secara sistematis, faktual dan akurat mengenai fakta-fakta, sifat-sifat serta hubungan antar fenomena yang diselidiki. Adapun penelitian verifikatif yang dikemukakan oleh Suharsimi Arikunto (2010, hal. 8) pada dasarnya ingin menguji kebenaran suatu hipotesis yang dilaksanakan melalui pengumpulan data di lapangan.

### **3. 3 Operasionalisasi Variabel**

Seperti yang diungkapkan dalam objek penelitian, bahwa perlunya penjabaran melalui operasionalisasi variabel. Adapun yang dikaji dalam operasionalisasi variabel ini meliputi variabel bebas/*independent* variabel (X) diferensiasi produk serta keputusan pembelian pada RM. Mie Reman sebagai variabel terikat/*dependent* (Y).

**Tabel 3. 1**  
**Operasionalisasi Variabel**

Variabel	Konsep Teoritis	Indikator	Ukuran	Skala
( X ) Diferensiasi Produk	Diferensiasi adalah tindakan merancang satu set perbedaan yang berarti untuk membedakan penawaran perusahaan dari penawaran para pesaing Philip Kotler (1997:251)	a. Bentuk (Form)	- Tingkat tampilan produk - Porsi produk	Interval
		b. Fitur (Features)	Kualitas produk berdasarkan: - Tingkat kualitas rasa - Tingkat kualitas aroma	Interval
		c. Penyesuaian (Customization)	- Tingkat variasi produk	Interval
		d. Kualitas Kinerja (Performance Quality)	- Tingkat konsistensi produk	Interval
		e. Kualitas Kesesuaian (Conformance Quality)	- Kesesuaian Produk percabang	Interval
		f. Daya Tahan (Durability)	- Tingkat ketahanan Produk	Interval
		g. Keandalan (Reliability)	- Keandalan produk dan kemasan produk	Interval
		h. Mudah Diperbaiki	- Produk mudah diperbaiki bila	Interval

Fauziah Eka Putri, 2014

PENGARUH DIFERENSIASI PRODUK TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PADA RUMAH MAKAN MIE REMAN

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

		(Repairability)	tidak sesuai	
		i. Gaya (Style)	- Kekhasan produk yang berbeda dari produk restoran lain	Interval
( Y ) Keputusan Pembelian	Keputusan Pembelian didasarkan pada hasil evaluasi alternative yang berimplikasi pada adanya niat untuk membeli barang/ jasa. (Kotler dan Armstrong 2012:154)	1. Pilihan Produk	- Tingkat Keputusan membeli berdasarkan kemenarikan produk	Interval
		2. Pilihan Merek	- Tingkat Kepopuleran Merek Mie Reman - Tingkat kepercayaan terhadap merek	Interval
		3. Pilihan Penyalur	- Tingkat kemudahan dalam mendapatkan produk berdasarkan lokasi - Tingkat kesesuaian dalam mendapatkan produk	Interval

			berdasarkan harga	
		4. Jumlah Pembelian	- Tingkat jumlah pembelian produk makanan dan minuman restoran	Interval
		5. Waktu Pembelian	- Tingkat keputusan berdasarkan keseringan jangka waktu pembelian	Interval
		6. Metode Pembayaran	- Tingkat kemudahan transaksi pembayaran - Tingkat Ketepatan transaksi pembayaran	Interval

*Sumber : Data diolah 2014*

### **3. 4 Populasi, Sampel, dan Teknik Sampling**

#### **3. 4. 1 Populasi**

Populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri atas: obyek/subyek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya (Sugiyono, 2013, hal. 80). 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.

Adapun populasi berdasarkan pengertian tersebut yang menjadi populasi dalam penelitian ini adalah konsumen Rumah Makan Mie Reman Bandung yang berada di Jln. Braga, Jln Teuku Umar dan Jln. H. Wasid. Berikut adalah tabel populasinya :

**Tabel 3. 2**  
**Jumlah Pengunjung RM. Mie Reman**  
**Periode Januari 2014 – Mei 2014**

No	Periode Bulan	Jumlah Pengunjung	Presentase (%)
1.	Januari	25.461	-
2.	Februari	22.439	-11,87
3.	Maret	19.845	-11,56
4.	April	21.668	8,41
5.	Mei	23.118	6,69
<b>Jumlah</b>		<b>112.531 orang</b>	
<b>Rata-rata per bulan</b>		<b>22.507 orang</b>	

*Sumber : Data diperoleh dari Manajemen Mie Reman*

### 3. 4. 2 Sampel

Sebagaimana dikemukakan oleh Sugiyono (2013, hal. 62) Sample adalah bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi. Bila populasi besar, dan populasi tidak mungkin mempelajari yang ada pada populasi, misalnya karena keterbatasan dana, tenaga, atau waktu maka peneliti dapat menggunakan sampel yang diambil dari populasi itu. Apa yang dipelajari dari sampel, kesimpulannya akan dapat diberlakukan untuk populasi. Untuk itu sampel yang diambil dari populasi harus betul-betul representative (mewakili).

Teknik yang digunakan dalam menentukan besarnya ukuran sampel yang diteliti adalah dengan cara menggunakan rumus Slovin. Dari data yang diperoleh

dalam penelitian ini dilihat dari berdasarkan pada banyaknya jumlah pengunjung Rumah Makan Mie Reman Bandung maka jumlah sampel yang diperlukan yaitu:

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

Keterangan :

n = Ukuran sampel keseluruhan

N = Ukuran populasi keseluruhan

e = Resiko kekeliruan yang mungkin terjadi (10%)

Berdasarkan rumus Slovin maka ukuran sampel adalah sebagai berikut :

N= 22.507orang perbulan

e = 10%=0,1

maka :

$$n = \frac{22.507}{1 + 22.507 (0,1^2)}$$

n = 99,55

n = 100

Berdasarkan perhitungan diatas, maka diperoleh sampel minimal dalam penelitian ini adalah sebesar 100 orang responden.

### 3. 4. 3 Teknik Sampling

Sugiyono (2013, hal. 81) mengemukakan teknik sampling adalah merupakan teknik pengambilan sampel. Teknik sampling yang akan digunakan oleh penulis dalam penelitian ini adalah *probability sampling* menggunakan *Simple random sampling* karena pengambilan populasi dilakukan secara acak kepada konsumen Rumah Makan Mie Reman Bandung .

### 3. 5 Teknik dan Alat Pengumpulan Data

Fauziah Eka Putri, 2014

PENGARUH DIFERENSIASI PRODUK TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PADA RUMAH MAKAN MIE REMAN

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

Untuk memperoleh data yang dibutuhkan, penulis menggunakan berbagai teknik pengumpulan data berdasarkan tekniknya. Adapun teknik pengumpulan data yang akan digunakan adalah:



- Wawancara (*interview*)  
Wawancara digunakan sebagai teknik pengumpulan data apabila peneliti ingin melakukan studi pendahuluan untuk menemukan permasalahan yang harus diteliti. Wawancara ini digunakan untuk mengetahui variable yang diteliti lebih mendalam tentang isu-isu permasalahan.
- Penelitian (Observasi)  
Observasi yang dilakukan oleh penulis adalah dengan meninjau dan melakukan pengamatan langsung terhadap objek yang diteliti yaitu Rumah Makan Mie Reman. Penelitian dilakukan untuk menganalisis diferensiasi produk di Rumah Makan Mie Reman.
- Angket (Kuisisioner)  
Kuisisioner merupakan teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan cara memberi seperangkat pertanyaan atau pernyataan tertulis pada konsumen Rumah Makan Mie Reman.  
Dalam kuisisioner ini penulis mengemukakan beberapa pertanyaan yang berhubungan dengan faktor diferensiasi produk dan keputusan pembelian.
- Studi Literatur  
Merupakan salah satu teknik untuk mendapatkan informasi dan data dengan mempelajari sumber diantaranya buku-buku, hasil penelitian, jurnal, skripsi, yang relevan dan berkaitan dengan objek yang akan diteliti.

### **3. 6 Pengujian Validitas dan Realibilitas**

#### **3. 6. 1 Uji Validitas**

Hasil penelitian yang valid bila terdapat kesamaan antara data yang terkumpul dengan data yang sesungguhnya terjadi pada objek yang diteliti. Instrument Yang valid berarti alat ukur yang digunakan untuk mendapatkan data

(mengukur) itu valid. Valid berarti instrument tersebut dapat digunakan untuk mengukur apa yang hendak diukur.

Dalam uji validitas digunakan metode *Koefesien Korelasi Product Moment*. Menurut Sugiyono (2013, hal. 228) teknik korelasi ini digunakan untuk mencari hubungan dan membuktikan hipotesis hubungan dua variabel bila data kedua variabel berbentuk interval atau ratio, dan sumber data dari dua variabel atau lebih tersebut adalah sama.

Dapat dilihat dengan rumus :

$$r_{xy} = \frac{n (\sum X_i Y_i - (\sum X_i)(\sum Y_i))}{\sqrt{(n \sum X_i^2 - (\sum X_i)^2)(n \sum Y_i^2 - (\sum Y_i)^2)}} \quad (\text{Sugiyono, 2013, hal. 228})$$

Keterangan :

Keputusan pengujian validitas menggunakan taraf signifikan sebagai berikut:

- a. Jika nilai  $r_{hitung}$  lebih besar atau sama dengan ( $\geq$ ) dari nilai  $r_{tabel}$ , maka item instrumen dinyatakan valid.
- b. Jika nilai  $r_{hitung}$  lebih kecil ( $<$ ) dari nilai  $r_{tabel}$ , maka item instrument dinyatakan tidak valid.

Berdasarkan jumlah angket yang diuji pada 30 responden dengan tingkat signifikansi 5% dan derajat kebebasan (df)  $n-2$  ( $30-2=28$ ) maka didapat nilai  $r_{tabel}$  sebesar 0,374. Berdasarkan hasil pengolahan data dengan menggunakan software computer SPSS 17 for windows menunjukkan bahwa item-item pertanyaan dalam kuisisioner valid. Berikut tabel 3. 3 tentang hasil dari uji validitas dari instrument penelitian ini :

**Tabel 3. 3**  
**Pengujian Validitas**

No	Variabel	Nilai r Hitung	Nilai r Tabel	Keterangan
1	(X) Diferensiasi Produk	0,523	0,374	Valid
2		0,566		Valid
3		0,542		Valid
4		0,476		Valid
5		0,719		Valid
6		0,572		Valid
7		0,476		Valid
8		0,445		Valid
9		0,719		Valid
10		0,452		Valid
11		0,684		Valid
12		0,476		Valid
13	(Y) Keputusan Pembelian	0,624	0,374	Valid
14		0,567		Valid
15		0,748		Valid
16		0,521		Valid
17		0,444		Valid
18		0,723		Valid
19		0,719		Valid
20		0,422		Valid
21		0,384		Valid

*Sumber : Hasil Pengolahan Data 2014*

### 3. 6. 2 Uji Realibilitas

Realibilitas menunjukkan pengertian bila terdapat kesamaan data dalam waktu yang berbeda. Instrument yang reliabel berarti instrument yang bila

Fauziah Eka Putri, 2014

PENGARUH DIFERENSIASI PRODUK TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PADA RUMAH MAKAN MIE REMAN

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

digunakan beberapa kali untuk mengukur objek yang sama, akan menghasilkan data yang sama (Sugiyono, 2013, hal. 348). Jika suatu instrument dapat dipercaya, maka data yang dihasilkan oleh instrument tersebut dapat dipercaya.

Dalam uji reabilitas ini menggunakan *Alpha Cronbach*, menurut Nunnally and Bernstein (Uyanto, 2009, hal. 247) “*Alpha Cronbach* yang mengemukakan salah satu koefisien reliabilitas yang paling sering digunakan dengan skala pengukuran yang reliabel dengan nilai *Alpha Cronbach* minimal 0,70.

Dalam perhitungan uji reabilitas ini menggunakan SPSS 17 for windows, hasil pengujian reabilitas ditunjukkan pada tabel berikut :

**Tabel 3. 4**  
**Reliability Statistics**

Cronbach's Alpha	N of Items
.917	21

*Sumber : Hasil Pengolahan Data 2014*

Berdasarkan tabel diatas menunjukkan nilai Cronbach's Alpha 0,917 > 0,70 sehingga dapat disimpulkan bahwa data penelitian reliabel.

### 3. 7 Teknik Analisis Data dan Pengujian Hipotesis

Menurut Sugiyono (2013, hal. 147) kegiatan dalam analisis data adalah mengelempokan data berdasarkan variable dan jenis responden, mentabulasi data berdasarkan variable dari seluruh responden, menyajiakan data tiap variable yang diteliti, melakukan perhitungan untuk menjawab rumusan masalah, dan melakukan perhitungan untuk menguji hipotesis yang telah diajukan.

Teknik analisis data yang akan digunakan oleh penulis adalah statistik inferensial, (sering juga disebut statistik induktif atau statistik probabilitas), adalah “teknik statistik yang digunakan untuk menganalisis data sampel dan hasilnya diberlakukan untuk populasi” (Sugiyono, 2013, hal. 148). Statistik ini akan cocok digunakan bila sampel diambil dari populasi yang jelas, dan teknik pengambilan sampel dari populasi itu dilakukan secara random.

Dalam penelitian kuantitatif analisis data dilakukan apabila seluruh data telah terkumpul. Kegiatan analisis data dalam penelitian dilakukan melalui tahapan sebagai berikut :

1. Menyusun data dengan mengecek kelengkapan data
2. Menyeleksi data
3. Tabulasi data yang dilakukan dalam penelitian ini adalah :
  - a. Memberi skor pada setiap item

Dalam penelitian ini akan diteliti pengaruh diferensiasi produk (X) terhadap keputusan pembelian (Y) dengan skala pengukuran menggunakan skala *semantic differensial*. Menurut Sugiyono (2012, hal. 138) :

Skala *semantic differensial* digunakan untuk mengukur sikap hanya bentuknya tidak pilihan ganda atau checklist, tetapi tersusun dalam garis kontinum yang jawabannya sangat positif terletak pada bagian kanan garis dan jawabannya sangat negatif terletak pada kiri garis atau sebaliknya. Data yang diperoleh adalah data interval. Responden yang memberi penilaian dengan angka 7, berarti sangat positif, sedangkan bila memberi penilaian dengan angka 1 berarti persepsi responden terhadap pernyataan itu sangat negative.

Berikut adalah setiap pertanyaan dari angket terdiri dari 7 kategori dapat dilihat dalam tabel ini :

**Tabel 3. 5**  
**Skor Alternatif Jawaban Pertanyaan Positif dan Negatif**

Alternatif jawaban	Setuju	Rentang Jawaban							Tidak Setuju
		7	6	5	4	3	2	1	
Positif		7	6	5	4	3	2	1	

*Sumber : Hasil Pengolahan Data 2014*

- b. Menjumlahkan skor pada tiap item
- c. Menyusun ranking skor pada setiap variabel penelitian.

4. Menganalisis dan menafsirkan hasil perhitungan berdasarkan angka-angka yang diperoleh dari perhitungan statistik. Adapun metode analisis ini adalah deskriptif dan verifikatif.
5. Pengujian Hipotesis

### 3. 7. 1 Analisis Regresi

Menurut Sugiyono (2013, hal. 260) analisis regresi adalah analisis yang digunakan untuk memprediksikan seberapa jauh perubahan nilai variabel dependen, bila nilai variabel independen di manipulasi/dirubah-rubah atau dinaik turunkan.

Bila koefisien korelasi ( $r$ ) tinggi, pada umumnya koefisien regresi ( $b$ ) juga tinggi, sehingga daya prediktifnya akan tinggi. Bila koefisien korelasi minus (-), maka pada umumnya koefisien regresi juga minus (-) dan sebaliknya. Jadi antara korelasi dan regresi terdapat hubungan yang fungsional sebagai alat untuk analisis.

Manfaat dari analisis regresi adalah untuk membuat keputusan apakah naik dan menurunnya variabel dependen dapat dilakukan melalui peningkatan variabel independen atau tidak. Sebelum analisis regresi digunakan maka diperlukan uji linearitas dan keberartian.

### 3. 7. 2 Regresi Linier Sederhana

Jenis data yang akan terkumpul pada penelitian ini adalah data interval. Regresi linier sederhana didasarkan pada hubungan fungsional ataupun kausal satu variabel independen (diferensiasi produk) dengan satu variabel dependen (keputusan pembelian). Penelitian ini untuk mengetahui pengaruhnya terhadap dua variabel tersebut pada Rumah Makan Mie reman Bandung. Maka penelitian ini menggunakan analisis regresi linier sederhana:

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

( Sugiyono 2013, hal. 261 )

Dimana :

- $\hat{Y}$  = Subyek dalam variabel dependen yang diprediksikan
- a = Harga Y ketika harga X=0 (harga konstanta)
- b = Angka arah atau koefisien regresi, yang menunjukkan angka peningkatan ataupun penurunan variabel dependen yang didasarkan pada perubahan variabel independen. Bila (+) arah garis naik, dan bila (-) maka arah garis turun.
- X = subjek pada variabel independen yang mempunyai nilai tertentu.

### 3. 7. 3 Analisis Korelasi

Analisis korelasi digunakan untuk mencari arah dan kuatnya hubungan antara dua variabel atau lebih, baik hubungan yang bersifat simetris, *kausal*, dan *reciprocal*. Setelah data terkumpul berhasil diubah menjadi data interval, maka selanjutnya adalah menghitungnya dengan menggunakan analisis korelasi yang bertujuan mencari hubungan antara dua variabel atau lebih.

Hubungan dua variabel atau lebih dikatakan positif, bila nilai suatu variabel ditingkatkan, maka akan meningkatkan variabel yang lain dan sebaliknya bila suatu variabel diturunkan maka akan menurunkan variabel lain. Hubungan dua variabel atau lebih dikatakan negative, bila nilai suatu variabel dinaikkan, maka akan menurunkan variabel yang lain dan juga sebaliknya bila suatu variabel diturunkan maka akan menurunkan nilai variabel lain.

Ukuran yang dipakai untuk mengetahui kuat atau tidaknya hubungan antara X dan Y disebut koefisien korelasi ( $r$ ) paling sedikit -1 dan paling besar 1 ( $-1 < r < 1$ ).

Artinya jika:

$r = 1$ , hubungan X dan Y sempurna dan positif (mendekati 1, hubungan sangat kuat dan positif)

$r = -1$ , hubungan X dan Y sempurna dan negative (mendekati -1, hubungan sangat kuat dan negatif)

$r = 0$ , hubungan X dan Y lemah sekali dan tidak ada hubungannya sama sekali

Penentuan koefisien korelasi ( $r$ ) dalam penelitian ini menggunakan rumus koefisien korelasi Pearson Product Moment yaitu :

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

**Tabel 3.6**  
**Pedoman Untuk Memberikan Interpretasi Terhadap 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 (2013:231)

### 3. 7. 4 Koefisien Determinasi

Menurut Sugiyono (2013, hal. 231) dalam analisis korelasi terdapat suatu angka yang disebut dengan Koefisien Determinasi, yang besarnya adalah kuadrat dari koefisien korelasi ( $r^2$ ).

Adapun rumusnya adalah sebagai berikut :

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

(Sugiyono, 2013, hal. 231)

Keterangan :

KD = Koefisien Determinasi

$r$  = Koefisien Korelasi

Koefisien ini disebut koefisien penentu karena varian yang terjadi pada variabel dependen dapat dijelaskan melalui varians yang terjadi pada variabel independen. Untuk mengetahui kuat lemahnya pengaruh dapat dilihat dari tabel dibawah ini:



**Tabel 3. 7**  
**Pedoman Untuk Memberikan Interpretasi Terhadap Koefisien Determinasi**

<b>Interval Koefisien</b>	<b>Tingkat Hubungan</b>
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 (2011:184)

Koefisien determinasi ini digunakan untuk mengetahui presentasi pengaruh yang terjadi dari variabel bebas terhadap variabel tidak bebas dengan asumsi sebagai berikut:

$$0 \geq r^2 \geq 1$$

Koefisien determinasi  $r^2$  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 presentase perubahan variabel tidak bebas (Y) yang disebabkan oleh variabel (X).

### **3. 7. 5 Pengujian Hipotesis**

#### **3. 7. 5. 1 Uji Parsial ( Uji t )**

Uji t yaitu suatu uji untuk mengetahui signifikan pengaruh variabel independen terhadap variabel dependen secara individual dan menganggap variabel yang lain konstant. Sugiyono (2012:230) menyatakan bahwa, “pengujian signifikan koefisien korelasi, selain dapat menggunakan tabel, juga dapat dihitung dengan uji t”. Untuk uji hipotesis, dilakukan uji t statistik dengan rumus :

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

Sugiyono (2013, hal. 230)

Keterangan :

t = nilai kolerasi

n = jumlah responden

r<sup>2</sup> = besarnya pengaruh

Kriteria dalam pengambilan keputusan untuk hipotesis yang diajukan adalah :

- Jika t<sub>hitung</sub> > t<sub>tabel</sub> maka Ho ditolak dan Ha diterima
- Jika t<sub>hitung</sub> < t<sub>tabel</sub> maka Ho diterima dan Ha ditolak

Pengujian hipotesis ini akan dilakukan dengan membandingkan t<sub>hitung</sub> dengan t<sub>tabel</sub> dengan tingkat kesalahan 5% dengan dk (n-2) , dengan menggunakan program spss 17 *for windows*.