

BAB III

METODE PENELITIAN

3.1 Objek dan Subyek Penelitian

3.1.1 Objek Penelitian

Objek penelitian adalah sifat keadaan dari suatu benda, orang, atau yang menjadi pusat perhatian dan sasaran penelitian (Sugiyono 2022). Objek dalam penelitian ini adalah cita rasa, Lokasi, dan *word of mouth* sebagai variabel bebas dan keputusan pembelian menjadi variabel terikat.

3.1.2 Subjek Penelitian

Subjek penelitian adalah sesuatu yang diteliti baik orang, benda, ataupun lembaga (organisasi). Subjek penelitian pada dasarnya adalah yang akan dikenai kesimpulan hasil penelitian (Wahyudi et al., 2022:95). Subjek dalam penelitian ini adalah semua masyarakat Kebumen khususnya yang pernah melakukan pembelian di Mie Kiro Kebumen.

3.2. Variabel Penelitian

Variabel penelitian adalah segala sesuatu yang akan menjadi objek pengamatan penelitian. Pengertian yang dapat diambil dari definisi tersebut ialah bahwa dalam penelitian terdapat sesuatu yang menjadi sasaran, yaitu variabel (Sugiyono 2022).

3.2.1. Variabel Terikat

Variabel terikat (*dependent variable*) adalah variabel respon atau *output*. Variabel terikat atau dependen atau disebut variabel output adalah variabel yang dipengaruhi atau yang menjadi akibat karena adanya variabel bebas. Variabel terikat tidak dimanipulasi, melainkan diamati variasinya sebagai hasil yang dipradugakan berasal dari variabel bebas. Biasanya variabel terikat adalah kondisi yang hendak kita jelaskan. Dalam eksperimen-eksperimen, variabel bebas adalah variabel yang dimanipulasikan/dimainkan oleh pembuat eksperimen (Sugiyono 2022). Variabel terikat dalam penelitian ini adalah keputusan pembelian.

3.2.2. Variabel Bebas

Variabel bebas (*independent variable*) adalah variabel yang diduga sebagai sebab munculnya variabel variabel terikat. Variabel bebas sering disebut juga dengan variabel stimulus, prediktor, antecedent. Variabel bebas adalah variabel yang mempengaruhi atau yang menjadi sebab perubahannya atau timbulnya variabel terikat. Variabel bebas biasanya dimanipulasi, diamati, dan diukur untuk diketahui hubungannya (pengaruhnya) dengan variabel lain (Sugiyono 2022). Variabel bebas dalam penelitian ini adalah cita rasa, Lokasi, dan *word of mouth*.

3.3. Definisi Operasional Variabel

Menurut Sugiyono (2022), definisi operasional variabel adalah suatu karakteristik atau atribut dari individu atau organisasi yang dapat diukur atau di observasi yang mempunyai variasi tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dijadikan pelajaran dan kemudian ditarik kesimpulan nya.

3.3.1. Variabel Terikat (Y) Dependent Variabel

Keputusan pembelian (*purchase decision*) konsumen adalah membeli merek yang paling disukai, tetapi dua faktor dapat muncul antara niat untuk membeli dan keputusan pembelian (Hendrayani & Siwiyanti, 2021:53). Menurut (Arianto, 2023) mengemukakan bahwa indikator keputusan pembelian yaitu :

Tabel III- 1

Indikator dan Distributor Kuesioner Keputusan Pembelian			
No	Indikator	Butir Pernyataan	Jumlah
1	Kemantapan pada sebuah produk	1	1
2	Kebiasaan dalam membeli produk.	2	1
3	Saya akan merekomendasikan	3	1
4	Saya tetap tertarik untuk membeli ulang	4	1
Jumlah			4

3.3.2. Variabel Bebas (X) Independent Variabel

1. Cita Rasa

Menurut (Maimunah, 2020) cita rasa adalah hasil dari kombinasi kompleks berbagai indera yang memberikan pengalaman menyeluruh saat menikmati makanan atau minuman. Menurut

Wahida dalam Resky, (2021) ada lima indikator yang akan digunakan untuk mengukur cita rasa yaitu antara lain:

Tabel III- 2
Indikator dan Distributor Kuesioner Cita Rasa

No	Indikator	Butir Pernyataan	Jumlah
1	Bentuk makanan	1	1
2	Aroma makanan	2	1
3	Rasa makanan	3	1
4	Tekstur makanan	4	1
5	Suhu	5	1
Jumlah			5

2. Lokasi

Menurut Fandy Tjiptono (dalam Suryati & Rahmat, 2020) mendefinisikan lokasi adalah tempat perusahaan beroperasi atau tempat perusahaan melakukan kegiatan untuk menghasilkan barang dan jasa yang mementingkan segi ekonominya. Menurut Tjiptono (dalam Prasetyo & Santoso, 2023) mengemukakan bahwa indikator lokasi yaitu:

Tabel III- 2
Indikator dan Distributor Kuesioner Lokasi

No	Indikator	Butir Pernyataan	Jumlah
1	Lokasi mudah di jangkau konsumen	1	1
2	Lokasi yang strategis	2	1
3	Lokasi yang mudah ditemukan	3	1
4	Terdapat parkir yang aman	4	1
5	Lalu lintas selalu lancar	5	1
Jumlah			5

3. *Word Of Mouth*

Word Of Mouth (WOM) atau informasi mulut ke mulut dapat diartikan secara umum merupakan kegiatan memberikan informasi penilaian atau pandangan terhadap suatu produk barang dan jasa kepada orang terdekat apakah produk atau jasa tersebut layak dikonsumsi atau tidak bagi para calon konsumen lainnya dikemukakan oleh Bakti (2021). Menurut Astuti & Hasbi, (2020) terdapat tiga indikator *word of mouth* yaitu:

Tabel III- 3
Indikator dan Distributor Kuesioner Word Of Mouth

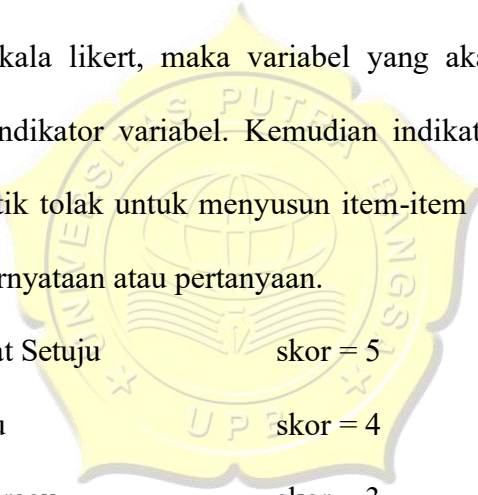
No	Indikator	Butir Pernyataan	Jumlah
1	Kemauan konsumen dalam membicarakan hal-hal positif tentang kualitas pelayanan dan produk kepada orang lain	1	1
2	Rekomendasi produk perusahaan kepada orang lain.	2	1
3	Dorongan terhadap teman atau relasi untuk melakukan pembelian terhadap produk	3	1
Jumlah			4

3.4. Instrumen atau Alat Pengumpulan Data

3.4.1. Instrumen

Metode yang digunakan oleh peneliti dalam pengumpulan data survey ialah dengan metode kuesioner (angket), dimana metode ini digunakan untuk memperoleh data dengan mengajukan seperangkat pertanyaan maupun pernyataan tertulis kepada responden. Pertanyaan atau pernyataan yang digunakan adalah pertanyaan atau pernyataan

yang telah disediakan jawabannya sehingga responden menjawab sesuai dengan keadaan yang ada. Setelah data dari penyebaran kuesioner terkumpul, kemudian dilakukan proses *scoring* yaitu pemberian nilai yang berupa angka pada jawaban untuk memperoleh data kuantitatif yang diperlukan dalam pengujian hipotesis dengan menggunakan skala likert. Menurut Sugiyono (2022), skala likert yaitu skala yang digunakan untuk mengukur sikap, pendapat, dan persepsi seseorang atau sekelompok orang tentang fenomena sosial. Dengan skala likert, maka variabel yang akan diukur dijabarkan menjadi indikator variabel. Kemudian indikator tersebut dijadikan sebagai titik tolak untuk menyusun item-item instrumen yang dapat berupa pernyataan atau pertanyaan.

- 
1. Sangat Setuju skor = 5
 2. Setuju skor = 4
 3. Ragu-ragu skor = 3
 4. Tidak Setuju skor = 2
 5. Sangat Tidak Setuju skor = 1

Modifikasi kuesioner dengan menghilangkan skala netral (menjadi 4 pilihan) dilakukan untuk menghindari jawaban tengah (*central tendency effect*) dan memaksa responden memilih salah satu kutub (setuju/tidak setuju) agar data lebih jelas, didukung ahli Sugiyono (2022), sering disebut *modified Likert scale* 4 skala, efektif mencegah responden tidak bersikap tegas atau ragu-ragu. Untuk

keperluan analisis kuantitatif dalam penelitian ini, maka jawaban tersebut dimodifikasi sebagai berikut:

1. Sangat Setuju (SS) skor = 4
2. Setuju (S) skor = 3
3. Tidak Setuju (TS) skor = 2
4. Sangat Tidak Setuju (STS) skor = 1

Menurut Sugiyono (2022), jawaban setiap instrumen yang menggunakan skala likert mempunyai gradasi dari sangat positif sampai sangat negatif, yang dapat berupa kata-kata kemudian diberi skor.

1. Kategori netral mempunyai arti ganda sehingga sulit diartikan sesuai atau tidak sesuai. Kategori yang mempunyai arti ganda tentu tidak diharapkan dalam suatu instrumen penelitian.
2. Tersedianya jawaban ditengah dapat menimbulkan kecenderungan memilih jawaban tengah-tengah tersebut bagi subyek yang ragu-ragu atas arah kecenderungan jawaban.
3. Maksud kategori SS-S-TS-STS adalah untuk melihat kecenderungan pendapat subyek ke salah satu.

3.4.2. Jenis Data

Dalam menjalankan penelitian data merupakan tujuan utama yang hendak dikumpulkan dengan menggunakan instrumen, instrumen penelitian adalah nafas dari penelitian, data merupakan

dasar kebenaran empirik dari penemuan atau kesimpulan penelitian (Sugiyono 2022).

1. Data Primer

Data primer mengacu pada data yang telah dikumpulkan secara langsung (Sugiyono 2022).

2. Data Sekunder

Data sekunder adalah data yang tersedia sebelumnya yang dikumpulkan dari sumber-sumber tidak langsung atau tangan kedua misalnya dari sumber-sumber tertulis milik pemerintah atau perpustakaan (Sugiyono 2022).

3.4.3. Teknik Pengumpulan Data

1. Observasi

Pengamatan (observasi) adalah teknik pengumpulan data dengan melakukan pengamatan langsung pada obyek penelitian. Pengamatan yang disertai pencatatan secara sistematis terhadap obyek yang diteliti baik dalam situasi buatan di laboratorium atau situasi alamiah, sebenarnya di lapangan.

2. Kuesioner

Angket dapat diartikan sebagai sederetan daftar pertanyaan yang dibuat secara tertulis oleh peneliti untuk memperoleh data atau informasi yang berupa jawaban-jawaban yang diberikan oleh responden. Daftar pertanyaan tersebut disusun berdasarkan indikator-indikator, variabel-variabel dalam

rumusan masalah yang akan diteliti yang kemudian diuraikan ke dalam beberapa pertanyaan (Fatihudin, 2020:120).

Angket terdiri dari beberapa bentuk, yaitu: angket berstruktur, yaitu angket yang menyediakan beberapa kemungkinan jawaban: angket tak berstruktur, yaitu bentuk angket yang memberikan jawaban secara terbuka dimana responden secara bebas menjawab pertanyaan tersebut (Sugiyono 2022).

3. Studi Pustaka

Studi pustaka (atau sering disebut juga studi literatur-literatur review, atau kajian pustaka) merupakan sebuah proses mencari, membaca, memahami, dan menganalisis berbagai literatur, hasil kajian (hasil penelitian) atau studi yang berhubungan dengan penelitian yang akan dilakukan. Studi pustaka dapat diibaratkan sebuah kunci yang akan membuka semua hal yang dapat membantu memecahkan masalah penelitian (Amruddin et al., 2022:9).

3.5. Populasi dan Sampel Penelitian

3.5.1. Populasi Penelitian

Menurut sudjana (Sugiyono 2022) menyatakan populasi adalah totalitas semua nilai yang mungkin, hasil menghitung atau pengukuran, kuantitatif atau kualitatif dari pada karakteristik tertentu mengenai sekumpulan obyek yang lengkap dan jelas yang

ingin dipelajari sifat-sifatnya. Populasi dalam penelitian ini adalah semua masyarakat kabupaten Kebumen yang pernah melakukan pembelian di Mie Kiro Kebumen.

3.5.2. Sampel

Sampel adalah sebagian dari populasi. Jenis sampel bisa berupa sifat, benda, gejala, peristiwa, manusia, perusahaan, jenis produksi, keuangan, saham, obligasi, surat berharga lainnya. *Nonprobability Sampling* adalah teknik pengambilan sampel yang tidak memberi peluang/kesempatan sama bagi setiap unsur atau anggota populasi untuk dipilih menjadi sampel. *Purposive Sampling* adalah teknik penentuan sampel dengan pertimbangan tertentu (Soegiyono, 2021). *Purposive sampling* adalah teknik penentuan sampel dengan pertimbangan tertentu sesuai dengan tujuan penelitian. Pemilihan sekelompok subjek dalam *purposive sampling*, didasarkan atas ciri-ciri tertentu seperti usia, minimal 17 tahun, dan konsumen yang pernah melakukan pembelian minimal 1 kali di Mie Kiro Kebumen. Unit sampel yang dihubungi disesuaikan dengan kriteria-kriteria tertentu yang diterapkan berdasarkan tujuan penelitian (Sugiyono 2022).

Ukuran populasi dalam penelitian sangat banyak dan tidak dapat diketahui dengan pasti, maka besar sampel yang digunakan menurut (Sugiyono 2022) menggunakan rumus sebagai berikut :

$$n = \frac{Z^2}{4(moe)^2}$$

Keterangan

n = sampel

Z = tingkat kepercayaan yang diperlukan dalam penentuan sampel, pada $\alpha = 5\%$ maka $Z = 1,96$. Tingkat kepercayaan yang digunakan dalam penelitian ini adalah 95% atau $z = 1,96$ (tabel distribusi normal)

moe = margin of error yang merupakan kesalahan maksimum yang dapat ditoleransi sebesar 10%

Maka jumlah sampel pada penelitian ini adalah sebagai berikut:

$$n = \frac{Z^2}{4(moe)^2}$$

$$n = \frac{(1,96)^2}{4(0,1)^2}$$

$$n = 96,04$$

Berdasarkan pada rumus diatas, sampel yang dapat diambil dari populasi sebanyak 96 responden dan untuk memudahkan penelitian maka diambil 100 responden dengan asumsi menghindari data cacat dan tidak normal. Sampel dalam penelitian ini adalah masyarakat di Kebumen yang sudah pernah melakukan keputusan pembelian di Mie Kiro Kebumen minimal satu kali.

3.6. Teknik Analisis

Teknik analisis adalah langkah berikutnya setelah pengolahan data dilakukan. Tentu saja pengolahan datanya harus dilakukan dengan benar dan

siap untuk dianalisis oleh peneliti. Analisis data adalah proses mencari dan menyusun secara sistematis data yang diperoleh dari hasil wawancara, catatan lapangan, dan dokumentasi dengan cara mengorganisasikan data ke dalam kategori, menjabarkannya ke dalam unit-unit, melakukan sintesa, menyusun ke dalam pola, memilih mana yang penting untuk dipelajari dan membuat kesimpulan sehingga mudah dipahami oleh diri sendiri maupun orang lain (Fatihudin, 2020:145). Teknik data dapat dibedakan menjadi:

3.6.1. Analisis Deskriptif

Penelitian Deskriptif adalah penelitian yang hanya memaparkan atau menggambarkan saja suatu karakteristik tertentu dari suatu fenomena (Fatihudin, 2020:27). Penelitian kuantitatif adalah penelitian yang menggunakan pendekatan yang bersifat obyektif, mencakup pengumpulan dan analisis data kuantitatif serta menggunakan metode pengujian statistik (Fatihudin, 2020:28).

3.6.2. Analisis Statistik

Analisis data kuantitatif ini menggunakan kuesioner sebagai alat bantu analisis. Adapun teknik analisis data dalam penelitian ini yaitu menggunakan pengujian validitas dan reliabilitas dengan program SPSS Versi 25.0 (*statistical product and services solutions*)

3.7. Alat Analisis

Analisis data merupakan suatu proses penyederhanaan data ke dalam bentuk yang mudah dibaca dan diinterpretasikan. Adapun analisis yang digunakan meliputi:

1. Uji Validitas

Uji validitas menurut Ghazali (2021), bertujuan untuk mengukur sah atau valid tidaknya pernyataan dalam kuesioner yang telah dibuat. Suatu kuesioner dikatakan valid jika pernyataan pada kuesioner mampu untuk mengungkapkan sesuatu yang akan diukur oleh kuesioner tersebut. Jadi validitas ingin mengukur apakah pertanyaan dalam kuesioner yang sudah kita buat betul-betul dapat mengukur apa yang hendak kita ukur. Untuk mengukur validitas digunakan rumus yaitu sebagai berikut:

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

Keterangan:

r	=	koefisien korelasi <i>product moment</i>
x	=	nilai dari jawaban kuisisioner
y	=	nilai dari total jawaban kuisisioner
n	=	jumlah sampel (responden)

Dasar pengambilan keputusan:

- Jika r hasilnya positif, serta $r_{hasil} > r_{tabel}$, maka variable tersebut dinyatakan valid.
- Jika r hasilnya negatif, serta $r_{hasil} < r_{tabel}$, maka variable tersebut dinyatakan tidak valid

2. Uji Reliabilitas

Menurut Ghazali (2021), reliabilitas adalah alat untuk mengukur suatu kuesioner yang merupakan indikator dari variabel atau konstruk. Suatu kuesioner dikatakan handal jika jawaban seseorang terhadap pernyataan

adalah konsisten atau stabil dari waktu ke waktu. Pengujian reliabilitas dilakukan untuk melihat suatu instrument cukup dapat dipercaya untuk digunakan sebagai alat pengumpul data, apakah instrument tersebut sudah baik atau belum, sehingga akan menghasilkan data yang dapat dipercaya pula. Dengan perkataan lain reliabilitas digunakan untuk menunjukkan sejauh mana hasil pengukuran relatif konsisten apabila pengukuran diulangi dua kali atau lebih. Untuk mengukur reliabilitas digunakan rumus koefisien *alpha cronbach* Sugiyono, (2022).

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

Keterangan:

r_i = koefisien reliabilitas

k = mean kuadrat antara subyek

$\sum S_i^2$ = mean kuadrat kesalahan

S_t^2 = varians total

Kriteria pengujian:

- a. Jika *alpha conbarch* > 0,60 atau 60 %, maka butir atau variabel tersebut reliabel.
- b. Jika *alpha conbarch* < 0,60 atau 60 %, maka variabel tersebut tidak reliabel.

3. Uji Asumsi Klasik

Pengujian asumsi klasik pada penelitian ini meliputi:

a. Uji Normalitas P-Plot

Menurut Ghozali (2021), pengujian ini bertujuan untuk mengetahui dan menguji apakah dalam model regresi, variabel pengganggu atau residual memiliki distribusi normal. Data yang berdistribusi normal dikatakan valid dalam uji statistik. Metode yang dipakai untuk menguji normalitas pada penelitian ini yaitu dengan Grafik Histogram dan P-Plot. Dasar analisis pengambilan keputusan yaitu

- 1) Jika data menyebar di atas garis diagonal dan mengikuti arah garis diagonal, maka model regresi tersebut memenuhi asumsi normalitas.
- 2) Jika data menyebar jauh dari garis diagonal atau tidak mengikuti arah garis diagonal, maka model regresi tersebut tidak memenuhi asumsi normalitas.

b. *Kolmogorov Smirnov*

Uji *kolmogorov smirnov* adalah salah satu uji statistik yang digunakan untuk menguji normalitas sebuah data selain menggunakan analisis grafik. Pengambilan keputusan uji kolmogorov smirnov dikatakan data terdistribusi normal jika nilai signifikansi yang diperoleh dari output SPSS kolom one sample kolmogorov smirnov test diatas 0,05.

c. Uji Heteroskedastisitas Scatterplot

Menurut Ghozali (2021), Uji heteroskedastisitas bertujuan menguji apakah dalam model regresi terjadi ketidaksamaan variance dari residual satu pengamatan ke pengamatan yang lain. Model regresi linear yang baik adalah yang tidak mengandung gejala heteroskedastisitas. Pengujian ini dilakukan untuk menguji apakah dalam sebuah model regresi terjadi ketidaksamaan varian dan residual dari satu pengamatan ke pengamat yang lain. Metode pengujian heteroskedastisitas pada Penelitian ini menggunakan Grafik Scatterplot. Grafik Plot antara nilai prediksi variabel dependen yaitu ZPRED dengan residualnya SRESID. Tidak terjadi heteroskedastisitas apabila tidak ada pola yang jelas. Deteksi adanya heterokedasitas adalah sebagai berikut:

- 1) Jika ada pola tertentu, seperti titik-titik (poin-poin) yang ada membentuk suatu pola tertentu yang teratur (bergelombang, melebur, kemudian menyempit) maka telah terjadi heteroskedastisitas.

d. Uji Multikolinieritas

Menurut Ghozali (2021), uji multikolinearitas bertujuan untuk menguji apakah model regresi ditemukan adanya korelasi antar variabel bebas (*independent*). Model regresi yang baik seharusnya tidak terjadi korelasi diantara variabel *independen*. Jika variabel saling berkorelasi, maka variabel-variabel ini tidak *orthogonal*.

Variabel *ortogonal* adalah variabel independen yang nilai korelasi antar sesama variabel independen sama dengan nol. Uji multikolinieritas dilakukan untuk mengetahui apakah antara variabel yang bebas yang satu dengan yang lain dalam model regresi memiliki hubungan yang sempurna atau mendekati sempurna (koefisien korelasinya tinggi atau bahkan mendekati). Cara mengetahui adanya multikolinieritas adalah dengan melihat besaran *tolerance* dan besaran VIF (*variance inflation faktor*) dengan ketentuan sebagai berikut:

- 1) Jika nilai *tolerance* lebih besar dari 0,1 dan jika nilai VIF lebih kecil dari 10 maka artinya tidak terjadi multikolinieritas terhadap data yang diuji.
- 2) Jika nilai *tolerance* lebih kecil dari 0,1 dan nilai VIF lebih besar dari 10 maka artinya terjadi multikolinieritas terhadap data yang diuji

4. Regresi Linier Berganda

Untuk melakukan analisis pengaruh cita rasa (X_1), lokasi (X_2), *word of mouth* (X_3), terhadap keputusan pembelian (Y), dapat digunakan rumus:

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

Dimana:

Y = Keputusan pembelian

X_1 = Cita rasa

X_2 = Lokasi

$X_3 = \text{Word of mouth}$

$\epsilon = \text{error}$

$a = \text{konstanta}$

$b_1 = \text{Koefisien regresi variabel cita rasa}$

$b_2 = \text{Koefisien regresi variabel lokasi}$

$b_3 = \text{Koefisien regresi variabel } \textit{Word of mouth}$

$e = \text{Standard error/residu}$

3.8. Uji Hipotesis

Pengujian ini dilakukan untuk mengetahui pengaruh secara parsial antar variabel independent terhadap dependent Ghozali, (2021).

a. Uji Hipotesis Parsial (Uji t)

Pengujian ini dilakukan untuk mengetahui pengaruh secara parsial antar variabel bebas (cita rasa, lokasi, dan *word of mouth*) terhadap variabel terikat (keputusan pembelian), dengan tingkat signifikansi $\alpha=0,05$. Rumus yang digunakan sebagai berikut:

$$t = \frac{bj}{Sbj}$$

Keterangan:

$t =$ nilai

$bj =$ koefisien regresi

$Sbj =$ standar deviasi

Hipotesis statistiknya adalah sebagai berikut:

a. Jika $t_{hitung} < t_{tabel}$, maka H_i diterima dan H_a ditolak

b. Jika $t_{hitung} > t_{tabel}$, maka H_0 ditolak dan H_a diterima

b. Uji Simultan (Uji F)

Uji simultan F pada dasarnya menunjukkan apakah semua variabel independen atau bebas yang dimasukkan ke dalam model mempunyai pengaruh secara bersama-sama terhadap variabel dependen/terikat Ghazali, (2021).

Analisis ini digunakan untuk mengetahui secara bersama-sama pengaruh antara variabel bebas (cita rasa, lokasi, dan *word of mouth*) terhadap variabel terikat (keputusan pembelian).

Analisis ini menggunakan rumus:

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

Keterangan:

F = Nilai F_{hitung}

R^2 = Koefisien determinasi

n = Jumlah sampel

k = Jumlah variabel bebas

Rumus untuk menentukan F tabel digunakan rumus sebagai berikut ini:

$df_1 = k-1$

$df_2 = n-k$

Keterangan:

K = jumlah variabel bebas dan terikat

n = jumlah sampel responden

Hipotesis statistiknya adalah sebagai berikut:

Jika $t_{hitung} < t_{tabel}$, maka H_0 diterima dan H_a ditolak

Jika $t_{hitung} > t_{tabel}$, maka H_0 ditolak dan H_a diterima

c. Koefisien Determinasi

Koefisien determinasi (R^2) dimaksudkan untuk mengetahui tingkat kepadatan paling baik dalam analisis 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 variabel independen berpengaruh terhadap variabel dependen. Koefisien determinasi memiliki kelemahan yaitu bias terhadap jumlah variabel bebas yang dimasukan dalam model regresi, dimana setiap penambahan satu variabel bebas dan pengamatan dalam model akan meningkatkan nilai R^2 meskipun variabel yang dimasukan itu tidak memiliki pengaruh yang signifikan terhadap variabel tergantungnya, untuk mengurangi kelemahan tersebut maka digunakan koefisien determinasi R Square.

Dibawah ini rumus yang digunakan untuk menghitung koefisien determinasi.

$$KD = r^2 \times 100 \%. \text{ Sugiyono, (2022).}$$