

BAB III

METODE PENELITIAN

3.1 Waktu dan Tempat Penelitian

3.1.1 Waktu Penelitian

Penelitian dilakukan sepanjang enam bulan sejak bulan Januari sampai bulan Juni 2021. Jangka waktu yang tertera adalah durasi yang pas dan sesuai dalam melakukan penelitian sebab peneliti tidak memiliki agenda perkuliahan yang harus dipenuhi, maka peneliti dapat fokus untuk melaksanakan penelitian. Selain itu, durasi yang tertera adalah durasi yang tepat untuk menemukan responden karena ditengah pandemi saat ini karena banyak orang yang belum mendapatkan pekerjaan sehingga mahasiswa akan memilih berwirausaha dibandingkan mencari pekerjaan.

3.1.2 Tempat Penelitian

Penelitian dilaksanakan di Universitas Negeri Jakarta dengan pertimbangan bahwa Universitas Negeri Jakarta merupakan salah satu perguruan tinggi yang memiliki mata kuliah kewirausahaan di beberapa Fakultas. Berdasarkan survei awal yang dilakukan peneliti terdapat persoalan tentang minat berwirausaha pada mahasiswa Universitas Negeri Jakarta, diantaranya kurangnya pengetahuan kewirausahaan dan kurangnya ketertarikan menggunakan *E-Commerce*.

3.2 Desain Penelitian

3.2.1 Metode

Dalam penelitian atau studi ini mengenakan metode penelitian kuantitatif yang berarti studi yang memakai penjabaran data berbentuk numerik dengan tujuan untuk menguraikan dan memakai model yang bersifat matematika, konsep dan/atau asumsi yang bersangkutan dengan kejadian yang diselidiki peneliti (Suryani & Hendriyadi, 2015). Menurut Siyoto dan Sodik (2015) penelitian kuantitatif adalah keterangan dan perhitungan data kuantitatif dan statistik faktual berasal dari sampel yang menjawab pertanyaan mengenai survei untuk menetapkan frekuensi dan presentase jawaban dari mereka.

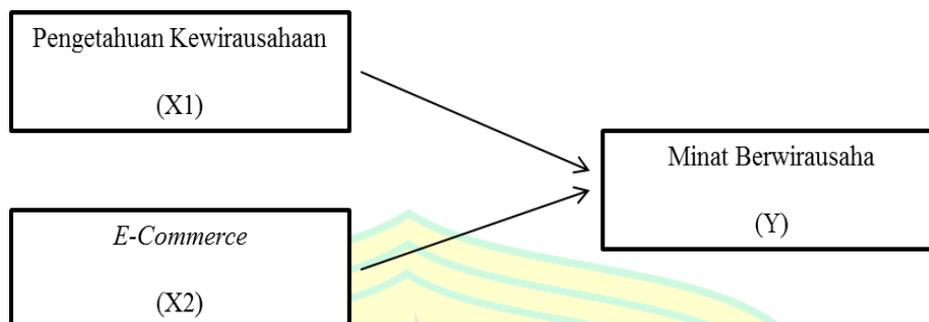
Berdasarkan penjelasan tersebut, maka alasan peneliti menggunakan metode penelitian kuantitatif karena untuk menguji teori dan hipotesis pengaruh dari variabel pengetahuan kewirausahaan (X1) dan variabel *E-Commerce* (X2) terhadap variabel minat berwirausaha (Y). Teknik *purposive sampling* merupakan teknik yang dipakai peneliti untuk pengambilan sampel. Kemudian, teknik pengumpulan data yang dipakai yaitu metode survei.

3.2.2 Konstelasi Pengaruh Antar Variabel

Bersumberkan hipotesis yang dirancang yaitu:

- a. Terdapat pengaruh yang positif dan signifikan pengetahuan kewirausahaan terhadap minat berwirausaha.
- b. Terdapat pengaruh yang positif dan signifikan *E-Commerce* terhadap minat berwirausaha.

Maka, konstelasi pengaruh atau hubungan antar variabel penelitian ini dapat diilustrasikan pada gambar 3.1:



Gambar 3. 1 Konstelasi Pengaruh Antar Variabel

Sumber: Diolah oleh peneliti

3.3 Populasi dan Sampel

3.3.1 Populasi

Dikutip dari Morrisan (2012) yang menyampaikan bahwa populasi yaitu suatu kelompok subjek, variabel, konsep, atau fenomena. Peneliti memilih mahasiswa Universitas Negeri Jakarta sebagai populasi untuk penelitian ini. Alasan memilih populasi tersebut karena setelah melakukan survei awal menggunakan kuesioner online yang dikirimkan kepada mahasiswa dan mahasiswi Universitas Negeri Jakarta terdapat mahasiswa dan mahasiswi yang telah menempuh mata kuliah kewirausahaan tetapi tidak mempunyai minat berwirausaha.

3.3.2 Sampel

Morrisan (2012) mengemukakan sampel merupakan elemen dari populasi yang mewakili semua populasi yang bersifat representatif. Pada penelitian ini untuk menetapkan sampel memakai teknik *purposive sampling* yang berarti penunjukan sampel didasarkan karakteristik atau sifat spesifik yang dianggap memiliki hubungan kuat dengan karakteristik atau sifat populasi (Kusumastuti et al., 2020). Berdasarkan

populasi tersebut, sampel yang diambil sebanyak 200 responden atau narasumber dengan tolak ukur mahasiswa dan mahasiswi Universitas Negeri Jakarta yang telah menempuh mata kuliah kewirausahaan.

3.4 Pengembangan Instrumen

3.4.1 Minat Berwirausaha

1. Definisi Konseptual

Minat berwirausaha adalah hasrat seseorang melakukan kegiatan atau tindakan untuk menciptakan produk baru sampai dengan memasarkan produknya disertai perasaan senang.

2. Definisi Operasional

Minat berwirausaha dapat diukur dengan indikator seperti memiliki ketertarik pada kewirausahaan dan akuntansi, memiliki ketertarik pada profesi dibidang wirausaha, berjuang untuk memiliki pendapatan sendiri, memiliki ketertarik dan suka dengan profesi yang menantang, tertarik untuk mendirikan bisnis saya sendiri, mempertimbangkan untuk mendirikan bisnis saya sendiri, kesiapan untuk mendirikan bisnis saya sendiri, target profesional saya yaitu menjadi seorang wirausaha, berjuang dengan maksimal untuk merintis perusahaan milik sendiri, dan mempunyai kemauan besar untuk merintis perusahaan di masa depan.

3. Kisi-kisi Instrumen Minat Berwirausaha

Kisi-kisi instrumen berikut ini digunakan untuk mengukur variabel minat berwirausaha yang diujicobakan dalam bentuk pernyataan.

Tabel 3. 1 Kisi-kisi Instrumen Minat Berwirausaha

Variabel	Indikator Asli	Indikator Adaptasi	Sumber
Minat Berwirausaha	Memiliki ketertarik pada kewirausahaan dan akuntansi	Saya tertarik pada bidang kewirausahaan dan akuntansi	Yadewani & Wijaya (2017)
	Memiliki ketertarik pada profesi dibidang wirausaha	Saya tertarik pada pekerjaan dibidang wiraswasta, seperti berdagang dan pengrajin	
	Berjuang untuk memiliki pendapatan sendiri	Saya berusaha mencoba mendapat pengahasilan sendiri	
	Memiliki ketertarik dan suka dengan profesi yang menantang	Saya tertarik dan menyukai pada pekerjaan penuh tantangan	Roxas (2014)
	I am interested by putting in place my personal business	Saya tertarik untuk mendirikan bisnis saya sendiri	
	I actually have taken into consideration putting in place my very own business	Saya telah mempertimbangkan untuk mendirikan bisnis saya sendiri	
	I am organized to installation my personal business	Saya siap untuk mendirikan bisnis saya sendiri	
	My expert aim is turning into an entrepreneur	Tujuan profesional saya adalah menjadi seorang pengusaha	
	I will make each attempt to begin and run my very own firm	Saya akan berusaha semaksimal mungkin untuk memulai dan menjalankan bisnis saya sendiri	
I am determined to start a business one day	Saya punya niat kuat untuk memulai bisnis suatu hari nanti	Roy et al (2017)	

Sumber: Diolah oleh peneliti

3.4.2 Pengetahuan Kewirausahaan

1. Definisi Konseptual

Pengetahuan kewirausahaan merupakan pemahaman tentang cara berusaha yang datang dari diri sendiri untuk menyelenggarakan usaha dengan baik.

2. Definisi Operasional

Pengetahuan kewirausahaan diukur oleh 9 indikator, yaitu memahami aktivitas seorang pengusaha, memahami aktivitas organisasi bisnis, mengetahui badan pendukung bisnis dapat membantu mendapatkan pinjaman dan bantuan teknis untuk memulai bisnis, pengetahuan memadai tentang kualifikasi hukum untuk merintis bisnis, pengetahuan tentang metode menemukan sumber daya untuk mengadakan bisnis, pengetahuan memadai untuk mengatur bisnis, pengetahuan memadai dalam mendagangkan suatu produk/jasa, pengetahuan memadai dalam membuat menguntungkan sebuah buah pikiran tentang bisnis, pengetahuan memadai dalam mengurus bisnis.

3. Kisi-kisi Instrumen Pengetahuan Kewirausahaan

Kisi-kisi instrumen berikut ini digunakan untuk mengukur variabel pengetahuan kewirausahaan yang diujicobakan dalam bentuk pernyataan.

Tabel 3. 2 Kisi-kisi Instrumen Pengetahuan Kewirausahaan

Variabel	Indikator Asli	Indikator Adaptasi	Sumber
Pengetahuan Kewirausahaan	How do you understand the work of an entrepreneur?	Saya memahami aktivitas seorang pengusaha	Roy et al (2017)
	How do you understand the activities of enterprise associations?	Saya memahami aktivitas organisasi bisnis yang dijalankan	
	To what quantity do you know the way commercial enterprise guide our bodies allow you to to get mortgage and technical useful resource to begin your commercial enterprise?	Saya mengetahui cara mendapatkan pinjaman dan bantuan untuk memulai bisnis	
	I actually have enough expertise of the prison necessities to begin a business	Saya memiliki pengetahuan yang cukup tentang persyaratan	Roxas (2014)

	hukum untuk memulai bisnis
I recognise the way to discover the sources to installation a business	Saya tahu cara menemukan sumber daya (misalnya keuangan) untuk mendirikan bisnis
I even have enough information to start a business	Saya memiliki pengetahuan yang cukup untuk mengatur bisnis
I even have enough expertise in advertising a product/service	Saya memiliki pengetahuan yang cukup dalam memasarkan suatu produk / jasa
I even have enough information in commercialising a enterprise idea	Saya memiliki pengetahuan yang cukup dalam mengkomersialkan ide bisnis
I even have enough expertise in handling a business	Saya memiliki pengetahuan yang cukup dalam mengelola bisnis

Sumber: Diolah oleh peneliti

3.4.3 *E-Commerce*

1. Definisi Konseptual

E-Commerce adalah transaksi jual-beli produk dan jasa melalui akses internet dengan memakai sistem elektronik.

2. Desinisi Operasional

E-Commerce dapat diukur dengan tiga dimensi yaitu dimensi pertama adalah *ease of use* (kemudahan penggunaan) dengan indikator perasaan nyaman dan menjadi terampil. Dimensi kedua yaitu *perceived usefulness* (kegunaan yang dirasakan) dengan indikator dapat diandalkan dan dapat digunakan. Dimensi ketiga adalah *Support direct selling* (mendukung penjualan langsung) dengan indikator komunikasi dengan pelanggan, meningkatkan bisnis, dan memberikan informasi kepada pelanggan.

3. Kisi-kisi Instrumen *E-Commerce*

Kisi-kisi instrumen berikut ini digunakan untuk mengukur variabel *E-Commerce* yang diujicobakan dalam bentuk pernyataan.

Tabel 3. 3 Kisi-kisi Instrumen *E-Commerce*

Variabel	Dimensi	Indikator Asli	Indikator Adaptasi	Sumber	
<i>E-Commerce</i>	<i>Ease of use</i>	I sense snug the usage of ICT to guide my direct promoting business.	Saya merasa nyaman menggunakan <i>E-Commerce</i> untuk mendukung bisnis penjualan langsung saya.	Crittenden et al (2019)	
		It could be easy for me to turn out to be greater skillful at the usage of ICT webweb sites to guide my direct promoting business.	Mudah bagi saya untuk menjadi lebih terampil dalam menggunakan <i>E-Commerce</i> untuk mendukung bisnis penjualan langsung saya.		
	<i>Perceived usefulness</i>	I rely on ICT to aid my direct promoting business.	Saya akan bergantung pada <i>E-Commerce</i> untuk mendukung bisnis penjualan langsung saya.		
		I discover ICT beneficial in helping my direct promoting business.	Saya menemukan bahwa <i>E-Commerce</i> berguna dalam mendukung bisnis penjualan langsung saya.		
		<i>Support direct selling</i>	I use ICT to talk with my direct promoting customers/clients.		Saya menggunakan <i>E-Commerce</i> untuk berkomunikasi dengan pelanggan / klien penjualan langsung saya.
			I use ICT to find out about methods to enhance my direct promoting business.		Saya menggunakan <i>E-Commerce</i> untuk mempelajari cara-cara meningkatkan bisnis penjualan langsung saya.
			I use ICT to offer statistics to my modern and capacity clients approximately my direct promoting products.		Saya menggunakan <i>E-Commerce</i> untuk memberikan informasi kepada pelanggan saya saat ini dan calon pelanggan tentang produk penjualan langsung saya.

Sumber: Diolah oleh peneliti

3.4.4 Skala Pengukuran

Pada penelitian atau studi ini untuk mengukur setiap pernyataan dilakukan skala pengukuran dengan menggunakan skala Likert. Skala Likert menghitung pendapat responden atau narasumber berlandaskan peringkat persetujuan atau ketidaksetujuan. Skala ini umumnya mempunyai jenis rangking dari setuju sampai sangat setuju (Purwanto & Sulistyastuti, 2018).

Tabel 3. 4 Skala Likert

No	Kategori Jawaban	Skor
1	Sangat Setuju (SS)	5
2	Setuju (S)	4
3	Ragu-ragu (R)	3
4	Tidak Setuju (TS)	2
5	Sangat Tidak Setuju (STS)	1

Sumber: Diolah oleh peneliti

3.5 Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data yang dipakai dalam penelitian atau studi ini yaitu metode survei. Berdasarkan Siyoto dan Sodik (2015), metode survei merupakan metode penelitian yang memerlukan kuesioner atau daftar pertanyaan sebagai instrumen penting untuk menghimpunkan data. Peneliti menggunakan kuesioner *online* yang berisi pertanyaan dan pernyataan dan diberikan kepada responden. Jenis data yang dipakai untuk penelitian atau studi ini yaitu data primer yang didefinisikan sebagai data yang didapati oleh peneliti secara langsung berasal dari asal datanya (Siyoto & Sodik, 2015). Sedangkan pada penelitian atau studi ini data sekunder yang dipakai adalah buku, jurnal, dan sumber dari internet yang berkaitan atas penelitian yang dilakukan.

3.6 Teknik Analisis Data

3.6.1 Analisis Deskripsi

Analisis deskriptif merujuk pada perubahan dari data-data orisinal menjadi suatu format yang sederhana. Perhitungan rata-rata, distribusi frekuensi, dan distribusi presentase adalah kerangka umum dari ringkasan data. Macam analisis deskriptif yang bisa dilakukan memiliki kaitan kuat dengan jenis data atau bentuk pengukuran yang dilakukan (Wibisono, 2003).

3.6.2 Uji Validitas dan Uji Reliabilitas Data

1. Uji Validitas

Berdasarkan Sitinjak et al (2004) uji validitas adalah hitungan yang membuktikan tingkat keabsahan sebuah instrumen/kuesioner. Hasil dari uji coba instrumen tersebut dilakukan proses validasi memakai koefisien korelasi atau hubungan antara poin butir dengan poin total instrumen. Uji validitas dilaksanakan dengan membandingkan antara r_{hitung} dan r_{tabel} melewati tahapan uraian atau analisis. Berikut rumus yang dipakai:

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

Keterangan:

X : skor masing-masing variabel yang terdapat di kuesioner

Y : skor total semua variabel kuesioner

N : Jumlah responden

r_{xy} : korelasi antara variabel X dan Y

Uji validitas dapat dilakukan dengan menggunakan SPSS dengan kriteria pengujiannya adalah sebagai berikut:

- a. $r_{hitung} > r_{tabel}$ maka item pernyataan didalam kuesioner dinyatakan valid.
- b. $r_{hitung} < r_{tabel}$ maka item pertanyaan didalam kuesioner dinyatakan tidak valid.

Nilai r_{tabel} pada taraf signifikansi $\alpha = 0,05$ dengan $n = 30$ sebesar 0,361 (Fattah, 2017).

Pengembangan instrumen variabel minat berwirausaha (Y), pengetahuan kewirausahaan (X1), dan *E-Commerce* (X2) melalui proses dimulai dengan pembuatan instrumen yang berupa kuesioner indikator pernyataan dengan memakai skala *likert* yang disebut selaku konsep instrumen untuk menghitung variabel minat berwirausaha. Kemudian konsep instrumen ini didiskusikan kepada dosen pembimbing berhubungan dengan konsep dari instrumen dalam mengukur variabel minat berwirausaha (Y), pengetahuan kewirausahaan (X1), dan *E-Commerce* (X2). Apabila konsep instrumen telah disetujui, selanjutnya yaitu diuji cobakan kepada 30 mahasiswa Universitas Negeri Jakarta yang sudah mengambil mata kuliah kewirausahaan dengan hasil sebagai berikut:

Tabel 3. 5 Uji Validitas Instumen

Variabel	Item	rhitung	Rtabel (5%)	Keterangan
Minat Berwirausaha (Y)	Saya tertarik pada bidang kewirausahaan dan akuntansi.	0,722	0,361	Valid
	Saya tertarik pada pekerjaan dibidang wiraswasta, seperti berdagang dan pengrajin.	0,707	0,361	Valid
	Saya berusaha mencoba mendapat penghasilan sendiri.	0,526	0,361	Valid
	Saya tertarik pada pekerjaan penuh tantangan.	0,435	0,361	Valid
	Saya tertarik untuk mendirikan bisnis sendiri.	0,661	0,361	Valid
	Saya telah mempertimbangkan untuk mendirikan bisnis sendiri.	0,718	0,361	Valid
	Saya siap untuk mendirikan bisnis sendiri.	0,703	0,361	Valid
	Tujuan profesional Saya adalah menjadi seorang pengusaha.	0,631	0,361	Valid
	Saya akan berusaha semaksimal mungkin untuk memulai dan menjalankan bisnis sendiri.	0,723	0,361	Valid
	Saya punya niat kuat untuk memulai bisnis suatu hari nanti.	0,696	0,361	Valid
Pengetahuan Kewirausahaan (X1)	Saya memahami aktivitas seorang pengusaha.	0,681	0,361	Valid
	Saya memahami aktivitas organisasi bisnis yang akan dijalankan.	0,762	0,361	Valid
	Saya mengetahui cara mendapatkan pinjaman dan bantuan untuk memulai bisnis.	0,875	0,361	Valid
	Saya memiliki pengetahuan yang cukup tentang persyaratan hukum untuk memulai bisnis.	0,722	0,361	Valid
	Saya tahu cara menemukan sumber daya (misalnya keuangan) untuk mendirikan bisnis.	0,802	0,361	Valid
	Saya memiliki pengetahuan yang cukup untuk mengatur bisnis.	0,75	0,361	Valid
	Saya memiliki pengetahuan yang cukup dalam memasarkan suatu produk / jasa.	0,77	0,361	Valid
	Saya memiliki pengetahuan yang cukup dalam mengkomersialkan ide bisnis.	0,735	0,361	Valid
	Saya memiliki pengetahuan yang cukup dalam mengelola bisnis.	0,828	0,361	Valid
E-Commerce (X2)	Saya merasa nyaman menggunakan E-Commerce untuk mendukung bisnis penjualan langsung Saya.	0,651	0,361	Valid
	Mudah bagi Saya untuk menjadi lebih terampil dalam menggunakan E-Commerce untuk mendukung bisnis penjualan langsung Saya.	0,652	0,361	Valid
	Saya akan bergantung pada E-Commerce untuk mendukung bisnis penjualan langsung.	0,742	0,361	Valid
	Saya menemukan bahwa E-Commerce akan berguna dalam mendukung bisnis penjualan langsung.	0,803	0,361	Valid
	Saya akan menggunakan E-Commerce untuk berkomunikasi dengan pelanggan/klien penjualan langsung.	0,715	0,361	Valid
	Saya akan menggunakan E-Commerce untuk mempelajari cara-cara meningkatkan bisnis penjualan langsung.	0,674	0,361	Valid

Saya akan menggunakan E-Commerce untuk memberikan informasi kepada pelanggan tentang produk penjualan langsung.	0,76	0,361	Valid
---	------	-------	-------

Sumber: Diolah oleh peneliti

Bersumberkan pada tabel 3.5, r_{hitung} dari setiap item pernyataan pada ketiga variabel memiliki hasil lebih besar dari r_{tabel} yaitu lebih besar dari 0,361. Maka dapat disimpulkan bahwa setiap item pernyataan dari variabel minat berwirausaha (Y), pengetahuan kewirausahaan (X1), dan *E-Commerce* (X2) dinyatakan valid.

2. Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas adalah sebuah konkordansi yang membuktikan sejauh mana suatu alat hitung mampu diyakini atau kredibel. Kuesioner mampu disebut reliabel apabila respons atas pernyataan tersebut stabil (Yuandari & Rahman, 2017). Perhitungan reliabilitas dilaksanakan menggunakan metode *Cronbach Alpha* dengan rumus (Hamdi & Bahruddin, 2015):

$$r_{tt} = \frac{k}{k-1} \left[1 - \frac{\sum Si^2}{St^2} \right]$$

Keterangan:

R_{tt} : Reliabilitas instrumen

k : Butir soal yang valid

$\sum Si^2$: Jumlah varians butir

St^2 : Varians total

Kemudian menghitung varians butir dengan menggunakan rumus:

$$S_i^2 = \frac{\sum xi^2 - \frac{\sum xi^2}{n}}{n}$$

Untuk rumus varians total dapat didapat dengan rumus:

$$S_t^2 = \frac{\sum xt^2 - \frac{\sum xt^2}{n}}{n}$$

Setelah uji coba tiap butir pernyataan dinyatakan valid kepada 30 responden, maka selanjutnya menghitung reliabilitas dari instrumen variabel minat berwirausaha (Y), pengetahuan kewirausahaan (X1), dan *E-Commerce* (X2) dengan hasil sebagai berikut:

Tabel 3. 6 Uji Reliabilitas

Variabel	Cronbach's Alpha
Minat Berwirausaha (Y)	0,849
Pengetahuan Kewirausahaan (X1)	0,913
E-Commerce (X2)	0,833

Sumber: Diolah oleh peneliti

Bersumberkan pada tabel 3.6, hasil perhitungan pada ketiga variabel memiliki nilai Cronbach's Alpha di atas 0,60. Apabila nilai Cronbach's Alpha > 0,60 maka item pernyataan dari dimensi variable adalah reliabilitas (Yadewani & Wijaya, 2017). Maka dapat dikonklusikan bahwa setiap item pernyataan dari variabel minat berwirausaha (Y), pengetahuan kewirausahaan (X1), dan *E-Commerce* (X2) dinyatakan reliabilitas.

3.6.3 Uji Normalitas dan Uji Linieritas

1. Uji Normalitas

Uji normalitas adalah tes kuesioner awal sebelum diuji coba bermacam jenis penelitian. Maksud dilaksanakannya uji normalitas ini agar diketahui sebaran data pada variabel yang dipakai mempunyai distribusi normal atau tidak (Herlina, 2019). Uji normalitas pada penelitian ini memakai uji *Kolmogorov-Smirnov*.

Untuk melihat data terdistribusi normal atau tidak dapat dilihat dengan kriteria sebagai berikut:

- 1) Jika Signifikansi $> 0,05$ maka data terdistribusi normal.
- 2) Jika Signifikansi $< 0,05$ maka data tidak terdistribusi normal.

2. Uji Linieritas

Bersumberkan pada Payadnya dan Jayantika (2018) menyatakan bahwa uji linieritas dilaksanakan untuk menguji variabel independen dengan variabel dependen bersifat linier atau tidak. Perhitungan dilaksanakan menggunakan SPSS dengan *Test for Linerity* pada tingkat signifikansi 0,05. Dua variabel disebut memiliki hubungan atau kaitan yang linier jika signifikansi (*Linerarity*) kurang atau dibawah dari 0,05 (Purnomo, 2016). Hipotesis yang diajukan dalam penelitian adalah:

- 1) H_0 : data tidak linier
- 2) H_a : data linier

Untuk menguji variabel bebas dengan variabel terikat bersifat linier atau tidak dapat menggunakan kriteria pengujian sebagai berikut:

- 1) Jika signifikansi $> 0,05$ maka H_0 diterima artinya data tidak linier.
- 2) Jika signifikansi $< 0,05$ maka H_0 ditolak artinya data linier.

3.6.4 Analisis Regresi Linier Sederhana

Analisis regresi linier sederhana berfungsi untuk melihat pengaruh secara linier antara satu variabel independen dengan satu variabel dependen (Purnomo, 2016). Rumus analisis regresi linier sederhana adalah sebagai berikut:

$$Y = a + bX$$

Keterangan:

Y : variabel dependen sebagai variabel yang diduga/diprediksi

X : variabel independen

a : koefisien

b : koefisien regresi variabel X

3.6.5 Uji Hipotesis

1. Uji Signifikan Parsial (Uji t)

UUji t yaitu tes signifikansi tolak ukur individual. Angka statistik t mengungkapkan sejauh mana pengaruh variabel independen secara individual terhadap variabel dependennya

(Purwanto & Sulistyastuti, 2018). Hipotesis yang diajukan dalam penelitian adalah:

- 1) H_0 : tidak ada pengaruh antara variabel independen terhadap variabel dependen.
- 2) H_a : ada pengaruh antara variabel independen terhadap variabel dependen.

Uji ini dapat dilakukan dengan menggunakan SPSS dengan kriteria sebagai berikut:

- a. Jika angka signifikansi $> 0,05$ maka H_0 diterima artinya bahwa variabel independen tidak berpengaruh signifikan terhadap variabel dependen.
- b. Jika nilai $t < 0,05$ maka H_0 ditolak artinya bahwa variabel independen berpengaruh signifikan terhadap variabel dependen.

3.6.6 Analisis Koefisien Pearson

Uji pearson product moment atau analisis korelasi koefisien pearson yaitu digunakan apabila data berasal dari kedua variabel berupa interval atau rasio dengan dasar adalah sebagai berikut (Widiyanto, 2013):

- 1) Jika nilai signifikansi $< 0,05$ artinya data berkorelasi.
- 2) Jika nilai signifikansi $> 0,05$ artinya data tidak berkorelasi.

Berikut adalah ketentuan untuk menetapkan daya hubungan di antara variabel sebagai berikut:

Tabel 3. 7 Interpretasi Koefisien Korelasi

Interval Koefisien	Tingkat Hubungan
0,00 – 0,199	Sangat Rendah atau lemah sekali
0,20 – 0,399	Rendah atau lemah
0,40 – 0,599	Sedang atau cukup
0,60 – 0,799	Tinggi atau kuat
0,80 – 1,00	Sangat tinggi atau kuat sekali

Sumber: Widiyanto (2013)

3.6.7 Koefisien Determinasi (R^2)

Koefisien determinasi pada hakikatnya menghitung sejauh mana kekuatan model membuktikan variabel independen terhadap variabel dependen. Jadi koefisien determinasi sebetulnya menghitung persentase pengaruh semua variabel independen dalam model regresi terhadap variabel dependen. Jika nilai koefisien determinasi dalam model regresi kian kecil (mendekati nol) berarti kian kecil pengaruh semua variabel independen terhadap variabel dependen (Purwanto & Sulistyastuti, 2018). Untuk melaksanakan pengujian koefisien determinasi dapat dilaksanakan dengan memakai SPSS.