

## **BAB III**

### **METODOLOGI PENELITIAN**

#### **A. Tempat dan Waktu Penelitian**

##### **1. Tempat**

Penelitian ini melibatkan mahasiswa Program Studi Bisnis Industri Kreatif Fakultas Bisnis dan Komunikasi Universitas Kalbis yang beralamat di Jl. Pulomas Selatan Kav. No.22, RT.4/RW.9, Kayu Putih, Kec. Pulo Gadung, Kota Jakarta Timur, Daerah Khusus Ibukota Jakarta 13210. Peneliti memilih Kalbis Institute sebagai lokasi/objek penelitian karena menghadapi permasalahan yang serupa dengan yang diteliti, khususnya dampak media sosial dan motivasi terhadap minat berwirausaha.

##### **2. Waktu Penelitian**

Mulai Juli hingga Oktober 2021, peneliti akan melakukan penelitian selama kurang lebih tiga bulan. Para peneliti percaya bahwa bulan ini adalah waktu terbaik untuk melakukan penelitian dan juga yang paling efisien.

#### **B. Metode Penelitian**

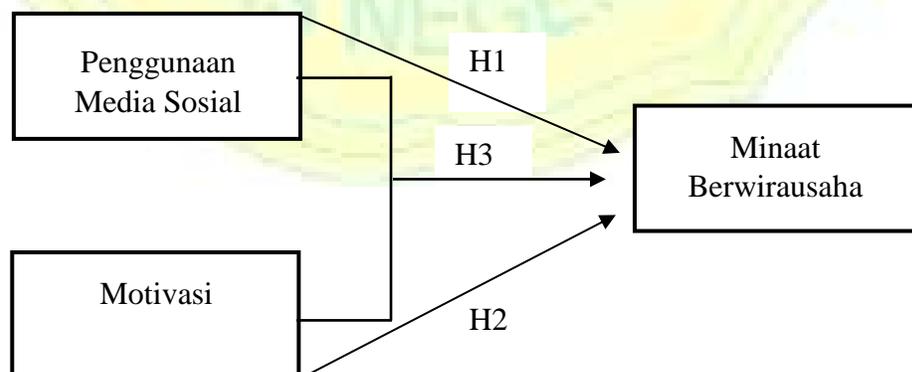
##### **1. Metode**

Metodologi penelitian adalah metode pengumpulan data secara ilmiah untuk tujuan dan aplikasi tertentu. Dalam penelitian ini, peneliti menggunakan pendekatan analisis deskriptif dan kuantitatif. Menurut

Sugiyono (2019) Teknik penelitian kuantitatif adalah metode penelitian yang didasarkan pada filosofi positivis dan digunakan untuk menguji populasi atau sampel tertentu, mengumpulkan data menggunakan instrumen penelitian, dan mengevaluasi data kuantitatif/statistik dengan tujuan menguji hipotesis yang telah disiapkan. Survei dengan teknik regresi berganda digunakan untuk mengetahui pengaruh variabel penelitian ini. Data peneliti untuk variabel ketiga meliputi dua variabel bebas yaitu Media Sosial dan Motivasi, serta satu variabel tetap yaitu Minat Berwirausaha.

## 2. Konstelasi Hubungan antar variabel

Setelah melihat hasil hipotesis, terdapat hubungan positif diantara penggunaan media sosial (X1) dengan motivasi (X2) yang timbul dari minat berwirausaha (Y). Peneliti, di sisi lain, membuat hipotesis untuk mengungkapkan hubungan antara variabel. Hubungan antara faktor-faktor ini digambarkan dalam diagram di bawah ini :



### **Gambar III.1 Konstelasi Penelitian**

**Sumber: Data diolah oleh Peneliti (2020)**

Keterangan :

X1 : Variabel Bebas (Penggunaan Media Sosial)

X2 : Variabel Bebas (Motivasi)

Y : Variabel Tetap (Minat Berwirausaha)

> : Arah Hubungan

H1 : Penggunaan Media social terhadap Minat Berwirausaha

H2 : Motivasi terhadap Minat Berwirausaha

H3 : Penggunaan Media Sosial dan Motivasi terhadap Minat Berwirausaha

#### **C. Populasi dan Sampling**

Populasi dalam penelitian ini adalah 200 mahasiswa Jurusan Industri Kreatif Fakultas Ekonomi dan Komunikasi yang mengikuti Kalbis Institute pada tahun 2017 dan 2018.. Demografi ini dipilih berdasarkan temuan observasi awal yang mengungkapkan bahwa banyak masyarakat yang ingin mendirikan bisnis mereka sendiri. Temuan wawancara dengan 30 mahasiswa Departemen Bisnis Industri Kreatif Kalbis Institute mendukung klaim tersebut.

Populasi yang diteliti meliputi metode sampling, atau sebagian darinya. Sampel populasi yang diambil harus representatif.. Menurut Sudaryono (2018) Sampel adalah bagian dari ukuran dan fitur populasi. Ini berisi jumlah orang

yang dipilih dari populasi untuk mengambil sampel sebagian besar populasi.

Tabel di bawah ini menunjukkan bagaimana pengambilan sampel dilakukan :

**Tabel 3.1 Perhitungan Pengambilan Sampel**

No	Jurusan	Jumlah	Perhitungan Sampel	Jumlah Sampel
1	Business Creative Industry 2017	99	$99/200 \times 127$	63
2	Business Creative Industry 2018	101	$101/200 \times 127$	64
Jumlah		200		127

**Sumber : Data diolah oleh peneliti**

Peneliti memilih sampel secara acak sebanyak 63 mahasiswa Jurusan Industri Kreatif 2017 dan 64 mahasiswa Jurusan Industri Kreatif 2018 berdasarkan tabel di atas.. Dari data diatas dapat disimpulkan bahwa sampel yang diambil untuk penelitian ini adalah sebanyak 127 Mahasiswa Jurusan Business Creative Industry Kalbis Institute.

#### **D. Teknik Pengumpulan data**

Penelitian ini menggunakan data primer dan tiga variabel yaitu Variabel Penggunaan Media Sosial (X1), Variabel Motivasi (X2), dan Variabel Minat Berwirausaha (Y).

## 1. Media Sosial

### a. Definisi Konseptual

Media Sosial adalah aktivitas dan program online yang digunakan untuk melibatkan pelanggan serta prospek untuk mempromosikan kesadaran akan suatu produk atau layanan meningkatkan citra, atau dapat secara langsung atau tidak langsung meningkatkan penjualan produk dan layanan. Tujuan utama dalam berwirausaha yaitu untuk mendapatkan keuntungan, dalam mencapai keuntungan tersebut dibutuhkan konsumen yang banyak untuk membeli produk yang sudah ditawarkan. Dengan menggunakan media sosial, wirausahawan dapat menggunakan media sosial sebagai media dalam menyebarkan informasi terkait produk nya dan menarik konsumen dalam jumlah yang banyak juga.

### b. Definisi Operasional

Variabel ini berisi data primer yang diperoleh dengan menggunakan kuesioner dengan format skala Likert. Indikator dalam penggunaan Media Sosial yaitu Partisipasi, Keterbukaan, Percakapan, Komunikas, Saling terhubung.

### c. Instrumen Penelitian

Bagian ini memperkenalkan alat kisi untuk mengukur tingkat variabel penggunaan media sosial, serta gambaran umum tentang seberapa baik instrumen ini mewakili tingkat variabel penggunaan media

sosial. Tabel di bawah ini menunjukkan banyak alat untuk menggunakan media sosial:

**Tabel 3.2IIKisi-kisi Instrumen Penggunaan Media Sosial**

Indikator	Kisi kisi Pernyataan	No Butir	Positif	Negatif
Partisipasi	Penggunaan media sosial dalam operasional kewirausahaan cukup signifikan.	1,2	1	2
Keterbukaan	Penggunaan media sosial mungkin cukup bermanfaat dalam hal mencari dan berbagi informasi.	3,4	3	4
Percakapan Peluang bisnis	Penggunaan media sosial untuk memfasilitasi komunikasi antara dua sudut pandang	5,6,7	5,6	7

	yang berlawanan menjadi satu wacana tentang topik yang sama..			
Komunikasi	Penggunaan media sosial dapat memberikan komunitas kesempatan untuk berkomunikasi secara efektif dan berbagi	8	8	
Saling terhubung	Penggunaan media sosial dapat ditelusuri kembali ke satu sumber.	9,10	9	10

**Sumber : (Sumerta et al., 2020)**

Alternatif jawaban akan tersedia saat mengisi setiap item pernyataan pada instrumen penelitian. Tabel 3.3 menunjukkan berbagai tanggapan skala Likert, yang meliputi Sangat Setuju (SS), Setuju (S), Ragu-ragu (RR), Tidak Setuju (TS), dan Sangat Tidak Setuju (STS):.

**Tabel 3.3 Skala Penilaian Untuk Instrumen Penggunaan Media Sosial**

No	Alternatif Jawaban	Item Positif	Item Negatif
1	Sangat Setuju (SS)	5	1
2	Setuju (S)	4	2
3	Ragu-Ragu (R)	3	3
4	Tidak Setuju (TS)	2	4
5	Sangat Tidak Setuju (STS)	1	5

**Sumber : Data diolah peneliti**

**d. Validitas dan Reliabilitas Instrumen**

Pengujian validitas dengan SPSS, khususnya kuesioner dianggap valid jika pernyataan pada kuesioner dapat menunjukkan pilihan yang harus diukur. Untuk sampel sebanyak 30 responden, tingkat signifikansi yang digunakan adalah 5%, dan ambang batas minimum untuk pernyataan diterima adalah nilai  $r$ -tabel sebesar 0,361. Jika  $r_{hitung} > r_{tabel}$ , suatu instrumen dikatakan valid, namun jika  $r_{hitung} < r_{tabel}$ , instrumen tersebut dikatakan tidak valid atau dibuang. Setelah memvalidasi validitas pernyataan, rumus Alpha Cronbach akan digunakan untuk menilai ketergantungan pernyataan.

Nilai validitas data dinilai untuk menentukan pertanyaan mana yang turun atau valid setelah peneliti mengevaluasi instrumen pada 30 orang. Data yang

valid akan digunakan untuk menguji 127 responden setelah mengetahui item data mana yang dijatuhkan.

Dari hasil yang telah diperoleh, terdapat 2 butir pertanyaan variable minat berwirausaha yang drop, sehingga pertanyaan yang dapat digunakan sejumlah 10 pertanyaan.

**Tabel 3.4 Hasil Uji Reabilitas Uji Coba Variabel Penggunaan Media Sosial**

Reliability Statistics	
Cronbach's Alpha	N of Items
.790	10

Didapatkan nilai Cronbach Alpha sebesar  $0,790 > 0,6$ . Hal ini menunjukkan konsistensi variabel Minat Berwirausaha. Dengan demikian, instrumen yang memaparkan 10 item pernyataan yang akan digunakan sebagai instrumen akhir penelitian diuji kembali pada 127 responden..

## **2. Motivasi**

### **a. Definisi Konseptual**

Motivasi berarti memberikan dorongan atau suatu bentuk dorongan positif dalam ataupun dari luar untuk membangun semangat secara psikologis mendasar pada orang untuk mencapai tujuan tertentu. Dengan

adanya dorongan dalam diri sendiri, maka tergerak dalam pikiran kita untuk mengambil langkah yang tepat agar tujuan yang telah direncanakan dalam berjalan sesuai rencana. dengan tercapainya tujuan maka akan memberikan rasa kepuasan terhadap diri sendiri.

### **b. Definisi Operasional**

Variabel ini merupakan data primer yang diukur menggunakan kuesioner dengan model skala likert. Indikator dalam Variabel Motivasi adalah kebutuhan Daya pendorong, Kemauan, Membentuk Keahlian, Tanggung Jawab.

### **c. Instrumen Penelitian**

Alat penelitian yang dijelaskan di bagian ini adalah alat kisi untuk mengukur faktor motivasi, dan memberikan gambaran tentang seberapa baik itu mewakili indikator motivasi. Tabel di bawah ini menunjukkan banyak alat motivasi:

**Tabel 3.5 Kisi-kisi Instrumen Motivasi**

Indikator	Pernyataan	No butir	Positif	Negatif
Daya pendorong	Seorang wirausahawan yang sukses harus memiliki sikap positif dan siap	1,2,3	1,2	3

	berjuang untuk kemajuan.			
Kemauan	Wirausaha tidak terikat, memiliki awal waktu, dan bertindak bebas dari tekanan.	4,5	4	5
Membentuk Keahlian	Sekalipun ada bahaya kegagalan, saya berani memulai bisnis.	6,7	6	7
Tanggung Jawab	Sifat aktif dalam mengarahkan atau terlibat secara pribadi dalam menentukan pilihan bisnis diperlukan dari seorang wirausahawan.	8,9,10	8.9	10

**Sumber : (Sumerta et al., 2020)**

Akan ada alternatif jawaban ketika menjelaskan setiap item pernyataan dalam instrumen penelitian. Alternatif jawaban yaitu Sangat Setuju (SS), Setuju (S), Ragu-ragu (RR), Tidak Setuju (TS), Sangat Tidak Setuju (STS) diberikan dengan skala Likert yaitu Sangat Setuju (SS), Setuju (S), Diragukan (RR), Tidak Setuju (TS), Sangat Tidak Setuju (STS):

**Tabel 3.6 III Skala Penilaian Untuk Instrumen Motivasi**

No	Alternatif Jawaban	Item Positif	Item Negatif
1	Sangat Setuju (SS)	5	1
2	Setuju (S)	4	2
3	Ragu-Ragu (R)	3	3
4	Tidak Setuju (TS)	2	4
5	Sangat Tidak Setuju (STS)	1	5

**Sumber : Data diolah peneliti**

**d. Validitas dan Reliabilitas Instrumen**

Pengujian validitas dengan SPSS, khususnya kuesioner dianggap valid jika pernyataan pada kuesioner dapat menunjukkan pilihan yang harus diukur. Untuk sampel sebanyak 30 responden, tingkat signifikansi yang digunakan adalah 5%, dan ambang batas minimum untuk pernyataan diterima adalah nilai  $r$ -tabel sebesar 0,361. Jika  $r_{hitung} > r_{tabel}$ , suatu instrumen dikatakan valid, namun jika  $r_{hitung} < r_{tabel}$ , instrumen tersebut dikatakan tidak valid atau

dibuang. Setelah memvalidasi validitas pernyataan, rumus *Alpha Cronbach* akan digunakan untuk menilai ketergantungan pernyataan.

Nilai validitas data dinilai untuk menentukan pertanyaan mana yang turun atau valid setelah peneliti mengevaluasi instrumen pada 30 orang. Data yang valid akan digunakan untuk menguji 127 responden setelah mengetahui item data mana yang dijatuhkan.

Karena dua pertanyaan pada variabel minat berwirausaha dilakukan sebagai hasil dari hasil, jumlah pertanyaan yang dapat digunakan sekarang 10 (sepuluh).

**Tabel 3.7 Hasil Uji Reabilitas Uji Coba Variabel Penggunaan Media Motivasi**

Reliability Statistics	
Cronbach's	
Alpha	N of Items
.784	10

**Sumber : Data diolah peneliti**

Diperoleh nilai *Cronbach Alpha* sebesar  $0,784 > 0,6$ . Hal ini menunjukkan bahwa variabel Motivasi reliable. Dengan begitu dapat dikatakan bahwa instrument yang berjumlah 10 butir pernyataan inilah yang akan digunakan sebagai instrumen final dalam penelitian yang diujikan kembali pada 127 responden.

### **3. Minat Berwirausaha**

#### **a. Definisi Konseptual**

Minat berwirausaha dipicu oleh pengetahuan tentang kewirausahaan, diikuti oleh keinginan untuk terus mengejar pengalaman dan terakhir memperhatikan pengalaman yang diperoleh. Anda dapat menggunakan prospek bisnis saat ini untuk mengelola diri sendiri atau bisnis, serta mendirikan perusahaan baru dengan metode baru, selain merasa senang dan bersemangat untuk berpartisipasi dalam kegiatan petualangan. Kepentingan kewirausahaan tidak hanya dilindungi, tetapi juga dibina dan dipromosikan.

#### **b. Definisi Operasional**

Variabel ini merupakan data primer yang diukur menggunakan kuesioner dengan model skala likert. Indikator dalam penggunaan Minat Berwirausaha dalam penelitian ini adalah Ketertarikan, Pengambilan risiko, Berorientasi ke masa depan, Rasa senang.

#### **c. Instrumen Penelitian**

Instrumen penelitian yang dijelaskan pada bagian ini adalah alat kisi untuk mengukur variabel minat berwirausaha, dan memberikan gambaran tentang seberapa baik instrumen ini mewakili minat tersebut. Tabel menunjukkan alat untuk memanfaatkan Minat Berwirausaha:

**Tabel 3.8IVKisi-Kisi Instrumen Minat Berwirausaha**

Indikator	Kisi-kisi Pernyataan	No butir	Positif	Negatif
Ketertarikan	Saya ingin menjadi pengusaha karena memungkinkan saya untuk bekerja kapan pun saya mau.	1,2,3	1,2	3
Pengambilan risiko	Saya ingin menjadi pengusaha karena memungkinkan saya untuk menghasilkan pekerjaan bagi orang lain.	4,5	4	5
Berorientasi ke masa depan	Saya ingin menjadi pengusaha karena akan membantu masyarakat meminimalkan jumlah komunitas.	6,7,8,	6,7	8

Rasa senang	Ketika saya menjadi seorang pengusaha, saya sangat gembira.	9,10	9	10
-------------	---	------	---	----

Sumber : (Sumerta et al., 2020)

Dalam mengisi setiap butir pernyataan dalam instrumen penelitian akan terdapat alternatif jawaban. Alternatif jawaban disediakan dengan skala likert, yaitu Sangat Setuju (SS), Setuju (S), Ragu-ragu (RR), Tidak Setuju (TS), Sangat Tidak Setuju (STS), hal ini dapat dilihat pada tabel berikut ini:

**Tabel 3.9 Skala Penilaian Untuk Instrumen Minat Berwirausaha**

No	Alternatif Jawaban	Item Positif	Item Negatif
1	Sangat Setuju (SS)	5	1
2	Setuju (S)	4	2
3	Ragu-Ragu (R)	3	3
4	Tidak Setuju (TS)	2	4
5	Sangat Tidak Setuju (STS)	1	5

Sumber : Data diolah peneliti

#### d. Validitas dan Reliabilitas Instrumen

Pengujian validitas dengan SPSS, khususnya kuesioner dianggap valid jika pernyataan pada kuesioner dapat menunjukkan pilihan yang harus diukur.

Untuk sampel sebanyak 30 responden, tingkat signifikansi yang digunakan adalah 5%, dan ambang batas minimum untuk pernyataan diterima adalah nilai  $r$ -tabel sebesar 0,361. Jika  $r_{hitung} > r_{tabel}$ , suatu instrumen dikatakan valid, namun jika  $r_{hitung} < r_{tabel}$ , instrumen tersebut dikatakan tidak valid atau dibuang. Setelah dilakukan uji validitas, maka keterandalan pernyataan yang valid akan ditentukan dengan menggunakan rumus *Alpha Cronbach*.

Nilai validitas data dinilai untuk menentukan pertanyaan mana yang turun atau valid setelah peneliti mengevaluasi instrumen pada 30 orang. Data yang valid akan digunakan untuk menguji 127 responden setelah mengetahui item data mana yang dijatuhkan.

Dari hasil yang telah diperoleh, terdapat 2 butir pertanyaan variabel minat berwirausaha yang drop, sehingga pertanyaan yang dapat digunakan sejumlah 10 pertanyaan.

**Tabel 3.10 Hasil Uji Reabilitas Uji Coba Variabel Motivasi**

Reliability Statistics	
Cronbach's Alpha	N of Items
.786	10

**Sumber : Data diolah peneliti**

Didapatkan nilai Cronbach Alpha sebesar  $0,786 > 0,6$ . Hal ini menunjukkan konsistensi variabel Minat Berwirausaha. Dengan demikian,

instrumen yang memaparkan 10 item pernyataan yang akan digunakan sebagai instrumen akhir penelitian diuji kembali pada 127 responden.

#### **E. Teknik Analisis Data**

Teknik analisis data yang digunakan untuk mendapatkan gambaran kegiatan rutin didefinisikan sebagai metode analisis data yang digunakan dengan menggunakan model regresi estimasi serta peneliti menggunakan analisis deskriptif. Frekuensi, tendensi sentral (rata-rata, median, dan modus), penekanan (standar deviasi dan varians), dan koefisien hubungan antara variabel penelitian adalah metrik yang digunakan dalam analisis deskriptif. Rata-rata, standar deviasi, maksimum, minimum, angka, rentang, kurtosis, dan skewness adalah semua statistik deskriptif yang menawarkan deskripsi atau deskripsi data.

Program SPSS Versi 21.0 digunakan untuk mengolah data dalam penelitian ini. Karena ini adalah penelitian kuantitatif, maka peneliti memanfaatkan aplikasi SPSS untuk mengolah datanya. Tahapan untuk menilai data dalam penelitian adalah sebagai berikut:

1. Uji Persyaratan Analisis
  - a. Uji Normalitas

Uji normalitas adalah suatu cara untuk menentukan apakah suatu data berasal dari suatu populasi yang berdistribusi teratur atau tidak. Dalam

menentukan apakah data tersebut normal atau tidak. Uji Kolmogorov Smirnov adalah uji statistik yang dapat digunakan dalam uji normalitas ini..

Dasar pengambilan keputusan adalah jika nilai :

- 1) Jika Signifikansi  $> 0,5$  maka  $H_0$  diterima, artinya data berdistribusi normal
- 2) Jika Signifikansi  $< 0,5$  maka  $H_0$  tidak diterima, artinya data tidak berdistribusi normal

Hipotesis statistik yang digunakan:

$H_0$  : sampel berdistribusi normal

$H_1$  : sampel data berdistribusi tidak normal

Selain itu kriteria pengambilan keputusan menggunakan analisis grafik *Normal probability plot*.

- 1) Jika data menyebar disekitar garis diagonal, mengikuti arah diagonal maka data tersebut berdistribusi normal
- 2) Jika data menyebar jauh dari garis diagonal, maka data tersebut tidak berdistribusi normal

#### b. Uji Linearitas

Tujuan dari uji linieritas adalah untuk melihat apakah dua variabel mempunyai hubungan linier atau tidak linier. Dalam analisis korelasi atau regresi linier, tes ini biasa digunakan sebagai persyaratan.

- 1) Jika signifikansi  $> 0,05$ , maka dua variabel tersebut memiliki hubungan linear
- 2) Jika signifikansi  $< 0,05$ , maka dua variabel tersebut tidak memiliki hubungan linear

## 2. Uji Asumsi Klasik

### a. Uji Multikolinearitas

Tujuan dari uji multikolinearitas adalah untuk melihat apakah model regresi menemukan keterkaitan antara variabel bebas dan variabel tetap. Uji Multikolinearitas ini digunakan untuk menguji apakah dua atau lebih variabel bebas memiliki hubungan linier yang hampir sempurna. Ketika tidak ada korelasi antara variabel independen, atau ketika tidak ada tanda-tanda multikolinearitas, itu dianggap sebagai regresi yang baik. VIF dapat digunakan untuk menentukan atau menguji apakah setiap variabel memiliki multikolinearitas (Variance Inflation Factor).

Persyaratan pengujian statistik menggunakan nilai VIF adalah sebagai berikut::

- 1) Jika  $VIF > 10$ , maka artinya terjadi multikolinieritas.
- 2) Jika  $VIF < 10$ , maka artinya tidak terjadi multikolinieritas.

Sedangkan kriteria pengujian statistic dengan melihat nilai Tolerance yaitu:

- 1) Jika nilai  $Tolerance < 0,1$ , maka artinya terjadi multikolinieritas.

2) Jika nilai Tolerance  $> 0,1$ , maka artinya tidak terjadi multikolinieritas.

b. Uji Heteroskedastisitas

Uji heteroskedastisitas menentukan apakah terdapat ketidaksamaan variasi nilai residual satu pengamatan dibandingkan dengan nilai residual pengamatan lain dalam model regresi. Homoskedastisitas mengacu pada variasi tetap dari nilai residu, sedangkan heteroskedastisitas mengacu pada varians variabel. Ketika Heteroskedastisitas tidak ada, model regresi yang layak dibuat..

Uji rho Spearman, yang melibatkan regresi nilai absolut dari residual pada variabel bebas, dapat digunakan untuk menentukan ada tidaknya heteroskedastisitas. Kriteria pengujian dengan uji statistik adalah sebagai berikut :

- 1) Jika signifikansi  $>0,05$ , artinya tidak terjadi heteroskedastisitas.
- 2) Jika signifikansi  $<0,05$ , artinya terjadi heteroskedastisitas.

3. Persamaan Regresi Berganda

Analisis Regresi Berganda adalah suatu hipotesis penelitian atau pendekatan analisis yang menggunakan persamaan matematis untuk menilai ada tidaknya hubungan antara dua variabel (Regresi). Pendekatan ini digunakan untuk menentukan pengaruh variabel bebas (X) dan pengaruh variabel (Y) (Y). Dengan menggunakan analisis regresi berganda, persamaan yang menampilkan

nilai konstanta dan nilai koefisien dapat ditemukan. Rumus dapat digunakan untuk mencari pengujian analisis regresi berganda:

$$\hat{Y} = \alpha + \beta_1 X_1 + \beta_2 X_2$$

Keterangan :

$\hat{Y}$  : Variabel Terikat

$X_1$  = Variabel bebas pertama (Penggunaan Media Sosial)

$X_2$  = Variabel bebas kedua (Motivasi)

$a$  = konstanta (Nilai  $\hat{Y}$  apabila  $X_1, X_2, \dots, X_n = 0$ )

$b_1$  = koefisien regresi variabel bebas pertama,  $X_1$  (Penggunaan Media Sosial)

$b_2$  = koefisien regresi variabel bebas kedua,  $X_2$  (Motivasi)

#### 4. Uji Hipotesis

##### a. Uji T

Uji t digunakan untuk mengetahui dan menguji apakah setiap variabel X memiliki pengaruh terhadap yang lain. Tabel koefisien pada kolom sig menunjukkan hasil uji t. (makna). Barometer pengambilan keputusan berdasarkan perbandingan t hitung dan t tabel, khususnya:

- 1)  $t_{\text{hitung}} > t_{\text{tabel}}$ , maka terdapat pengaruh antara variabel X terhadap variabel Y
- 2)  $t_{\text{hitung}} < t_{\text{tabel}}$ , maka tidak terdapat pengaruh antara variabel X terhadap variabel Y

##### b. Uji F

Uji F digunakan untuk mengetahui apakah variabel independen berpengaruh signifikan terhadap variabel dependen jika digunakan bersama-sama. Ketika  $F_{hitung}$  lebih besar dari  $F_{tabel}$ , hipotesis menunjukkan bahwa semua variabel independen memiliki pengaruh yang besar terhadap variabel dependen pada waktu yang sama. Kriteria keputusan uji F dengan taraf signifikansi 0,05 adalah sebagai berikut::

- 1)  $F_{hitung} < F_{tabel}$ , tidak adanya pengaruh yang signifikan antar variabel X terhadap variabel Y
- 2)  $F_{hitung} > F_{tabel}$ , memiliki pengaruh yang signifikan antar variabel X terhadap Variabel Y

#### 5. Analisis Koefisien Determinasi

Uji koefisien determinasi ini mencoba untuk menentukan persentase kontribusi pengaruh gabungan faktor-faktor independen terhadap variabel dependen.  $R^2$  menunjukkan seberapa besar varians dalam variabel dependen dapat dijelaskan oleh variabel independen. Jika  $R^2 = 0$ , variabel independen tidak dapat menjelaskan fluktuasi variabel terkait. Jika  $R^2 = 1$ , variabel bebas dapat menentukan varians dari variabel tersebut. Titik pengamatan tepat berada pada garis regresi  $R^2 = 1$ .