

BAB III

METODOLOGI PENELITIAN

3.1 Tujuan Penelitian

Penelitian ini bertujuan untuk:

1. Menguji pengaruh Kepedulian Lingkungan terhadap Niat Pembelian produk ramah lingkungan Tupperware.
2. Menguji pengaruh Sikap Konsumen terhadap Niat Pembelian produk ramah lingkungan Tupperware.

3.2 Tempat, Waktu, dan Objek Penelitian

Tempat yang peneliti pilih untuk dijadikan penelitian adalah di daerah Jakarta, yaitu Jakarta Pusat daerah Bendungan Hilir, Jakarta Barat daerah Kebon Jeruk, Jakarta Selatan daerah Kebayoran Lama, Jakarta Timur daerah Rawamangun, dan Jakarta Utara daerah Koja. Waktu untuk menyebar dan mendapatkan hasil dari kuesioner yang telah peneliti sebar yaitu dari bulan April sampai Juni 2017. Objek penelitian yaitu Produk Ramah Lingkungan Tupperware yang belum digunakan dan dibeli oleh masyarakat di daerah DKI Jakarta.

3.3 Metode Penelitian

Metode yang digunakan pada penelitian ini yaitu metode survei, yang dimana kuesioner yang terstruktur yang diberikan ke responden yang dirancang untuk mendapatkan informasi yang spesifik.¹ Maksudnya adalah untuk mengukur penelitian menggunakan kuesioner yang didalamnya terdapat informasi berupa pertanyaan-pertanyaan yang dibuat oleh peneliti yang diajukan kepada responden.

¹ *Ibid.*, p. 196

Dan metode survei dengan kuesioner tersebut peneliti sebar dengan menggunakan cara online atau menggunakan google dokumen untuk menyebar kuesioner.

Model penelitian ini yang digunakan adalah penelitian kuantitatif, dimana menurut Malhotra, penelitian kuantitatif adalah metodologi riset yang berupaya untuk mengkuantifikasi data dan biasanya menerapkan analisis statistik tertentu.²

Jenis penelitian ini adalah *explanatory* dengan jenis penelitian deskriptif dan kausal. Menurut Malhotra penelitian deskriptif adalah salah satu jenis penelitian konklusif yang bertujuan untuk mendapatkan bagaimana deskripsi dari variabel bebas dan variabel terikat³, sedangkan penelitian kausal adalah penelitian yang meneliti adanya hubungan yang bersifat sebab akibat dari masing-masing variabel. Penelitian kausal dilakukan untuk memperoleh fakta-fakta atau pembuktian hipotesis dari hubungan atau pengaruh antara variabel independen terhadap variabel dependen.⁴

3.4 Populasi dan Sampel

3.4.1 Populasi

Menurut Malhotra⁵, populasi adalah gabungan seluruh elemen yang memiliki serangkaian karakteristik yang serupa yang mencakup keseluruhan untuk kepentingan dalam masalah riset pemasaran. Sedangkan menurut Sekaran⁶, “*population is refer to the entire group of people, events or things of interest that researcher whises to investigate*” maksudnya adalah populasi merupakan keseluruhan kelompok orang, peristiwa atau hal yang ingin diteliti oleh peneliti.

² Naresh K. Malhotra, *Riset Pemasaran Pendekatan Terapan, Edisi Keempat*, (Jakarta: Indeks. 2009) p. 161

³ *Ibid.*, p. 93

⁴ *Ibid.*, p. 100

⁵ *Ibid.*, p. 364

⁶ Uma Sekaran dan Roger Bougie, *Research Methods for Business a Skill Building Approach* (United Kingdom: Jhon Wiley & Sons, 2016) p. 236

Dalam penelitian ini populasi yang digunakan adalah responden yang belum mempunyai dan belum menggunakan produk ramah lingkungan Tupperware di Jakarta. Jenis populasi yang akan diteliti adalah populasi *infinite*, karena peneliti tidak mengetahui berapa angka pasti jumlah orang yang mengetahui kelebihan produk ramah lingkungan Tupperware di daerah Jakarta.

3.4.2 Sampel

Menurut Malhotra⁷, sampel adalah subkelompok elemen populasi yang terpilih untuk berpartisipasi dalam sebuah penelitian. Bila populasi besar dan peneliti tidak mungkin mempelajari semua yang ada pada populasi misalnya karena keterbatasan data, tenaga, dan waktu maka peneliti dapat menggunakan sampel dari populasi tersebut, kesimpulan yang dipelajari dari sampel tersebut akan dapat diberlakukan untuk populasi.⁸

Teknik pengambilan sampel yang peneliti gunakan dalam penelitian ini menggunakan metode *non-probability sampling*. Menurut Malhotra⁹ *non-probability sampling* adalah teknik sampling yang tidak menggunakan prosedur pemilihan peluang melainkan mengandalkan *judgement* pribadi peneliti. Menurut Sugiyono¹⁰ *non probability sampling* adalah teknik pengambilan sampel yang tidak memberi peluang / kesempatan sama bagi setiap anggota populasi untuk dipilih menjadi sampel.

Penelitian ini menggunakan teknik *purposive sampling*. *Purposive sampling* menurut Sugiyono¹¹ adalah teknik penentuan sampel dengan pertimbangan

⁷ Naresh K. Malhotra, *loc.cit*

⁸ Sugiyono, *Statistik untuk Penelitian*, (Bandung: Alfabeta, 2012) p. 116

⁹ Naresh K. Malhotra, *op. cit.*, p.371

¹⁰ Sugiyono, *op. cit.*, p.120 -121

¹¹ *Ibid.*, p.122

tertentu. Alasan peneliti menggunakan metode *purposive sampling* adalah karena peneliti mengharapkan sampel yang akan diambil memenuhi kriteria yang sesuai dengan penelitian yang akan dilakukan. Batasan dalam metode *purposive sampling* ini adalah responden yang belum menggunakan produk ramah lingkungan Tupperware.

Roscoe dalam Sugiyono¹² memberikan saran – saran tentang ukuran sampel untuk penelitian :

1. Ukuran sampel yang layak adalah antara 30 sampai dengan 500
2. Jika sampel dibagi kedalam kategori (pria/wanita, pegawai negeri-swasta dan lain-lain) maka jumlah anggota sampel setiap kategori minimal 30
3. Dalam penelitian *multivariate* (korelasi atau regresi ganda misalnya), maka jumlah anggota sampel minimal 10 kali dari jumlah variabel yang diteliti.
4. Untuk penelitian eksperimen yang sederhana menggunakan kelompok eksperimen dan kelompok kontrol, maka jumlah anggota sampel masing – masing antara 10/20

Dilihat dari acuan penentuan ukuran sampel menurut Roscoe maka penelitian ini melibatkan pengambilan sampel yang akan digunakan dalam penelitian ini disesuaikan berdasarkan pada poin pertama, peneliti menetapkan jumlah sampel sebanyak 200 orang responden. Karena angka ini berada ditengah rentang jumlah sampel yaitu antara 30 – 500. Dalam hal ini responden yang masuk kriteria adalah responden yang belum menggunakan produk ramah lingkungan Tupperware di

¹² *Ibid.*, p. 129 -130

Jakarta. Peneliti juga memasukan kriteria jenis kelamin yaitu laki-laki dan perempuan, peneliti memasukan kriteria usia dari rentang umur dibawah 17 tahun sampai diatas 43 tahun, peneliti memasukan kriteria pekerjaan mulai dari pelajar/mahasiswa sampai pekerjaan yang lainnya, untuk domisili adalah daerah DKI Jakarta, serta peneliti memasukan kriteria pengeluaran responden per bulannya yaitu mulai dari dibawah Rp500.000 sampai diatas Rp2.500.000.

Tabel III.1
Kajian Penelitian Terdahulu

No.	Sumber	Lokasi	Jumlah Responden	Teknik Pemilihan Responden	Karakter Responden	Teknik Analisis Data
1	Singh <i>et.al.</i> 2014	India	174	<i>Probability and Non-Probability Sampling</i>	<i>Demographic Data (Gender, Age, Status)</i>	SPSS, Multiple Regression
2.	Prakash dan Pathak 2015	India	204	<i>Convenience Sampling</i>	<i>Demographic Data (Gender, Age, Majority, Income, Status)</i>	SPSS 21, Regression Model
3	Aman <i>et.al.</i> 2012	Sabahan	384	<i>Convenience Sampling</i>	<i>Demographic Data (Gender, Marital Status, Age, Income, Education, Race and Location)</i>	Regression Model
4.	Zakersalehi, dan Zakersalehi 2012	Klang Valley	134	<i>Randomly</i>	<i>Demographic Data (Gender, Marital Status, Age, Income, Race)</i>	SPSS 16, Multiple Regression
5.	Arisal dan Atalar 2016	Turki	304	<i>Convenience Sampling</i>	<i>Demographic Data (Gender, Income, The Residence of Respondent's Family, Age)</i>	SPSS 22, AMOS 23, Path Analysis
6.	Rehman dan Khyzer 2013	Pakistan	180	<i>Randomly</i>	<i>Demographic Data (Gender, Age, and Education)</i>	SPSS 16, Multiple Regression

7.	Lu <i>et.al.</i> 2014	Klang Valley	458	<i>Randomly</i>	<i>Demographic Data (Gender, Age, Residential area, Marital Status, level of education, Monthly income)</i>	SPSS, Multiple Regression
----	-----------------------------	-----------------	-----	-----------------	---	--

Sumber: *Data diolah Peneliti (2017)*

3.5 Teknik Pengumpulan Data

Data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data primer, menurut Malhotra data primer yaitu data yang berasal dari sumber data yang langsung atau khusus memberikan data kepada pengumpul data untuk mengatasi masalah penelitian.¹³ Data ini didapat dari sumber pertama sebagai contoh hasil dari pengisian kuesioner oleh responden. Menurut Sugiyono¹⁴ kuesioner adalah teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan cara memberi seperangkat pertanyaan atau pernyataan tertulis kepada responden untuk dijawabnya.

Penelitian dilakukan dengan menyebarkan 200 kuesioner secara langsung pada responden yang belum menggunakan produk ramah lingkungan Tupperware di Jakarta, untuk memperoleh informasi tentang variabel-variabel yang diteliti dalam penelitian ini.

3.6 Operasional Variabel

3.6.1 Variabel Independen

Variabel independen atau variabel bebas menurut Sugiyono¹⁵ merupakan variabel yang mempengaruhi atau yang menjadi sebab perubahannya atau timbulnya variabel dependen (terikat). Variabel independen dalam penelitian ini adalah Kepedulian Lingkungan (X_1) dan Sikap Konsumen (X_2).

¹³ Naresh K. Malhotra., *op. cit.*, p. 120

¹⁴ Sugiyono, *op. cit.*, p.199

¹⁵ Sugiyono, *op. cit.*, p. 59

3.6.2 Variabel Dependen

Variabel dependen atau variabel terikat menurut Malhotra¹⁶ merupakan variabel yang dipengaruhi atau yang menjadi akibat karena adanya variabel bebas. Variabel dependen dalam penelitian ini adalah Niat Pembelian (Y).

Dari variabel independen, dan dependen tersebut masing-masing variabel memiliki dimensi-dimensi dan indikator-indikator yang digambarkan pada tabel di bawah ini yaitu sebagai berikut:

Tabel III.2
Operasional Variabel

Variabel	Dimensi	Indikator	Pernyataan	Sumber
Kepedulian Lingkungan (<i>Environmental Concern</i>)	A. <i>Individual Awareness to Environmental Concern</i>	1. <i>Concern of Environmental issues</i>	1. Memberikan perhatian lebih terhadap lingkungan.	Telesiene et.al.,
		2. <i>Worried</i>	2. Sangat khawatir dengan keadaan lingkungan saat ini.	
	B. <i>Environmental Efficacy</i>	1. <i>Caring</i>	3. Ikut peduli dalam menjaga serta melestarikan lingkungan.	Nilasari dan Kusumadewi
			4. Ikut peduli dalam menyebarkan info manfaat melestarikan lingkungan.	
3. <i>Extra Pay</i>	5. Siap membayar dengan harga yang lebih mahal untuk produk ramah lingkungan Tupperware.			
Sikap Konsumen (<i>Consumer Attitude</i>)	1. Kognitif	1. Keyakinan	1. Yakin bahwa produk ramah lingkungan Tupperware lebih baik digunakan untuk kesehatan.	Azwar
			2. Yakin bahwa produk ramah lingkungan Tupperware aman digunakan berkali-kali.	
	2. Afektif	2. Ide	3. Ide produk ramah lingkungan Tupperware sangat bagus karena berupaya untuk melestarikan lingkungan.	
		1. Mempelajari	4. Akan mempelajari manfaat dari produk	

¹⁶ Naresh K. Malhotra, *loc. cit.*

			ramah lingkungan Tupperware bagi lingkungan hidup.	Rini et.al.,
		2. Kesukaan	5. Menyukai ide, gagasan, serta motivasi dari produk ramah lingkungan Tupperware. 6. Menyukai produk ramah lingkungan yang baik Tupperware untuk kelestarian lingkungan.	Mowen dan Minor
	3. Konatif	1. Tindakan	7. Beralih dari menggunakan produk penyimpan makanan tidak ramah lingkungan ke produk ramah lingkungan Tupperware. 8. Melestarikan lingkungan dengan menggunakan produk ramah lingkungan Tupperware.	Kiannear
		2. Rekomendasi	9. Akan merekomendasikan ke orang lain untuk ikut menggunakan produk ramah lingkungan Tupperware.	
Niat Pembelian (<i>Purchase Intention</i>)		1. <i>Interest to Buy</i>	1. Tertarik untuk mencari info produk ramah lingkungan Tupperware. 2. Tertarik untuk membeli produk ramah lingkungan Tupperware.	Tanaya dan Rastini
		2. <i>Consider to Buy</i>	3. Mempertimbangkan untuk membeli produk ramah lingkungan Tupperware.	
		3. <i>Plan to Buy</i>	4. Berencana untuk membeli produk ramah lingkungan Tupperware. 5. Ingin membeli produk ramah lingkungan Tupperware.	Teng et.al.,
		4. <i>Intend to Buy</i>	6. Berniat untuk membeli produk ramah lingkungan Tupperware.	

Sumber : Data diolah Peneliti (2017)

3.7 Skala Pengukuran

Penelitian ini menggunakan skala *likert* sebagai alat penelitian untuk mengukur pernyataan yang tercantum pada kuisisioner. Menurut Malhotra¹⁷, skala pengukuran *likert* yaitu skala pengukuran dengan lima kategori respon yang berkisar antara “sangat tidak setuju” sampai dengan “sangat setuju” yang mengharuskan responden menentukan derajat persetujuan atau ketidaksetujuan mereka terhadap masing-masing dari serangkaian pernyataan mengenai obyek stimulus. Nilai-nilai yang diberikan dari tiap skala adalah :

Tabel III.3
Skala Likert

Kriteria Jawaban	Skor	Kode
Sangat Tidak Setuju	1	STS
Tidak Setuju	2	TS
Biasa Saja	3	BS
Setuju	4	S
Sangat Setuju	5	SS

Sumber: Malhotra (2010)

3.8 Alat dan Teknis Analisis Data

Penelitian ini akan menggunakan perangkat lunak yakni SPSS versi 22. Program olah data SPSS ini sangat membantu dalam proses pengolahan data, sehingga hasil olah data yang dicapai juga dapat dipertanggungjawabkan dan terpercaya. Tujuan dari metode analisis data adalah untuk menginterpretasikan dan menarik kesimpulan dari sejumlah data yang terkumpul. Statistik yang termasuk *software* dasar SPSS adalah statistik deskriptif (tabulasi silang, frekuensi, deskripsi, penelusuran, statistik deskripsi rasio), statistik bivariat (rata-

¹⁷ Naresh K. Malhotra, *op. cit.*, p. 298

rata, *t-test*, ANOVA, korelasi, *non-parametric tests*), prediksi hasil numerik (regresi linear), dan prediksi untuk mengidentifikasi kelompok (analisis faktor, analisis *cluster*, diskriminan).

3.8.1 Analisis Deskriptif

Menurut Malhotra analisis deskriptif dilakukan untuk mengetahui dan menjelaskan karakteristik-karakteristik variabel yang ingin diteliti. Karakteristik variabel yang ingin diteliti berasal dari setiap jawaban yang diberikan responden yang berasal dari kuesioner yang telah dibuat oleh peneliti. Karakteristik tersebut meliputi rata-rata (*mean*), standar deviasi, maksimum, minimum dan lain-lain.

3.9 Pengujian Instrumen

3.9.1 Uji Validitas

Salah satu uji yang dilakukan dalam penelitian ini adalah uji validitas. Menurut Umar¹⁸, Uji validitas berguna untuk mengetahui apakah ada pernyataan-pernyataan pada kuesioner yang harus dibuang atau diganti karena dianggap tidak relevan. Menurut Malhotra¹⁹, validitas merupakan instrumen dalam kuesioner yang dapat digunakan untuk mengukur perbedaan karakteristik objek, bukan kesalahan sistematis. Sehingga indikator-indikator tersebut dapat mencerminkan karakteristik dari variabel yang digunakan dalam penelitian. Uji validitas bertujuan untuk mengkonfirmasi korelasi yang signifikan antara korelasi antar variabel. Uji validitas dilakukan untuk mengetahui valid atau tidaknya kuesioner yang digunakan untuk penelitian. Pengujian validitas dapat dilakukan dengan

¹⁸ Husein Umar, *Metode Penelitian untuk Skripsi dan Tesis serta Bisnis, Edisi Kedua*, (Jakarta: Raja Grafindo Persada, 2009) p. 166

¹⁹ Naresh K. Malhotra, *op. cit.*, p. 288

memakai rumus *product moment pearson correlation*, yang rumusnya seperti berikut ini :

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

Sumber: Husein Umar (2011)

Keterangan:

r = Koefisien korelasi antara variabel X dan variabel Y

$\sum xy$ = Jumlah perkalian antara variabel X dan Y

$\sum x^2$ = Jumlah dari kuadrat nilai X

$\sum y^2$ = Jumlah dari kuadrat nilai Y

$(\sum x)^2$ = Jumlah nilai X kemudian dikuadratkan

$(\sum y)^2$ = Jumlah nilai Y kemudian dikuadratkan.

Syarat valid dengan jumlah responden tertentu dengan tingkat signifikansi 5% maka r tabel akan dilihat dari jumlah responden yang digunakan untuk penelitian, jadi hasil validitas harus melebihi r tabel baru dinyatakan valid.

3.9.2 Uji Reliabilitas

Menurut Sekaran dan Bougie, reliabilitas adalah sejauh mana sebuah pengukuran terbebas dari *error* dan dapat menghasilkan hasil yang konsisten. Pengujian reliabilitas dilakukan dengan melihat nilai *Cronbach Alpha*. *Cronbach Alpha* adalah koefisien reliabilitas yang menunjukkan seberapa baik item dalam penelitian tersebut berkorelasi positif dengan yang lain. Nilai *Cronbach Alpha* menunjukkan seberapa baik item-item yang ada berkorelasi secara positif satu sama lain. Nilai *Cronbach Alpha* berkisar antara 0 hingga 1. Semakin mendekati nilai 1, maka item tersebut dapat dikatakan memiliki konsistensi yang baik.

Dalam menguji reliabilitas, batas minimal hasil uji *Cronbach Alpha* yang baik adalah jika hasil uji Cronbach Alpha $> 0,6$ ²⁰. Menurut Priyatno²¹, rumus reliabilitas dengan metode *Cronbach Alpha* dijabarkan seperti dibawah ini:

$$r_{11} = \left(\frac{k}{k-1} \right) \left(1 - \frac{\sum \sigma b^2}{\sigma \tau^2} \right)$$

Keterangan:

r_{11} : Reliabilitas instrumen

σb^2 : Jumlah varians butir

k : Banyaknya butir pertanyaan

$\sigma \tau^2$: Jumlah varians total

3.10 Uji Asumsi Klasik

3.10.1 Uji Normalitas

Uji normalitas digunakan untuk mengetahui apakah populasi data berdistribusi normal atau tidak. Menurut Priyatno, uji ini biasanya digunakan untuk mengukur data berskala ordinal, interval maupun rasio.²² Jika analisis menggunakan metode parametrik, maka persyaratan normalitas harus terpenuhi, yaitu data berasal dari distribusi yang normal, dalam pembahasan ini akan digunakan uji Lilliefors dengan melihat nilai pada *Kolmogorov – Smirnov* (K-S), data dinyatakan berdistribusi normal jika signifikansi lebih besar dari 0,05. Serta akan digunakan uji Lilliefors dengan melihat grafik dari titik-titik terhadap garis pada *Quantile-Quantile Plots* (Q-Q Plots), uji ini akan dinyatakan berdistribusi normal apabila titik-titik sangat dekat atau bahkan menempel pada garis.

²⁰ Uma Sekaran dan Roger Bougie, *op. cit.*, p.325

²¹ Duwi Priyatno, *Teknik Mudah dan Cepat Melakukan Analisis Data Penelitian dengan SPSS* (Yogyakarta: Gava Media, 2010), p. 97

²² *Ibid.*, p. 71

3.10.2 Uji Multikolinearitas

Multikolinearitas menurut Priyatno adalah keadaan dimana terjadi hubungan linier yang sempurna dalam model regresi.²³ Uji multikolinearitas digunakan untuk mengetahui ada atau tidaknya hubungan linier antar variabel independen dalam model regresi. Prasyarat yang harus terpenuhi dalam model regresi adalah tidak adanya multikolinearitas. Ada beberapa metode pengujian yang bisa digunakan diantaranya:

1. Dengan melihat *Value Inflation Factor* (VIF) pada model regresi
2. Dengan membandingkan nilai koefisiensi determinasi individual (r^2) dengan nilai determinasi secara serentak (R^2)
3. Dengan melihat nilai *Eigenvalue* dan *Condition Index*

Pada penelitian ini dilakukan uji multikolinearitas dengan melihat *Value Inflation Factor* (VIF) pada model regresi. Pada umumnya jika VIF lebih besar dari 5, maka variabel tersebut mempunyai persoalan multikolinearitas dengan variabel bebas lainnya.

3.10.3 Uji Heterokedastisitas

Menurut Priyatno²⁴, heteroskedastisitas adalah keadaan di mana terjadi ketidaksamaan varian dari residual untuk semua pengamatan pada model regresi. Uji heteroskedastisitas digunakan untuk mengetahui ada atau tidaknya penyimpangan asumsi klasik heteroskedastisitas yaitu adanya ketidaksamaan varian dari residual untuk semua pengamatan pada model regresi. Prasyarat yang harus terpenuhi dalam model regresi adalah tidak adanya gejala

²³ *Ibid.*, p. 81

²⁴ *Ibid.*, p. 83

heteroskedastisitas. Pada uji heteroskedastisitas dengan Spearman's rho yaitu jika nilai signifikansi antara variabel independen dengan residual $> 0,05$ maka tidak terjadi masalah heteroskedastisitas, tetapi jika signifikansi $< 0,05$ maka terjadi masalah heteroskedastisitas.

3.10.4 Uji Linieritas

Uji linieritas bertujuan untuk mengetahui apakah dua variabel mempunyai hubungan yang linear atau tidak secara signifikan. Uji ini biasanya digunakan sebagai prasyarat dalam analisis korelasi atau regresi linear. Pengujian pada SPSS dengan menggunakan *Test for Linearity* dengan pada taraf signifikansi 0,05. Dua variabel dikatakan mempunyai hubungan yang linear bila signifikansi (*Linearity*) kurang dari 0,05.

3.11 Uji Hipotesis

3.11.1 Uji Regresi Linier Berganda

Analisis regresi (*regression analysis*) merupakan suatu teknik untuk membangun persamaan dan menggunakan persamaan tersebut untuk membuat perkiraan (*prediction*). Dengan demikian analisis regresi sering disebut sebagai analisis prediksi. Karena merupakan prediksi, maka nilai prediksi tidak selalu tepat dengan nilai riilnya, maka semakin tepat persamaan regresi yang terbentuk. Sifat hubungan antarvariabel dalam persamaan regresi merupakan hubungan sebab akibat (*causal relationship*).

1. Regresi Berganda (*Multiple Regression*)

Persamaan regresi linier berganda adalah persamaan regresi linier dengan variabel bebas lebih dari satu. Bentuk umum persamaan ini adalah :

$$Y = a + b_1.x_1 + b_2.X_2 + \dots + \epsilon$$

Sumber: Albert Kurniawan (2014)

Keterangan :

Y = Nilai dari Variabel dependen (Variabel Tidak bebas / Variabel terikat/

Variabel yang dipengaruhi

a = Konstanta, yaitu Nilai Y jika X= 0

b = Koefisien regresi

X = Nilai dari Variabel Independen (Variabel bebas / Variabel yang mempengaruhi Variabel lain).²⁵

3.11.2 Uji t

Uji t digunakan untuk menguji signifikansi pengaruh variabel independen secara individu pada variabel dependen dengan menganggap variabel lain bersifat konstan²⁶. Variabel independen dapat memiliki hubungan yang signifikan apabila nilai signifikansi berada dibawah 0,05. Untuk menentukan t-hitung maka digunakan rumus :

$$t \text{ hitung} = \frac{b_i}{s_{b_i}}$$

Sumber: Syamsul Bahri

t : t hitung

b_i : Koefisien variabel ke i

s_{b_i} : standar error variabel ke i

Dasar pengambilan keputusan dengan menggunakan angka probabilitas signifikan:

²⁵ Albert Kurniawan, *Metode Riset untuk Ekonomi dan Bisnis*, (Bandung: Alfabeta. 2014) p. 83

²⁶ *Ibid.*, p. 129-133

- a. Apabila angka probabilitas signifikan > 0.05 maka H_0 diterima dan H_1 ditolak.
- b. Apabila angka probabilitas signifikan < 0.05 , maka H_0 ditolak dan H_1 diterima.

Pengujian dilakukan dengan membandingkan antara nilai t-hitung masing-masing variabel bebas dengan nilai t-tabel dengan derajat kesalahan 5% dalam arti ($\alpha = 0.05$). Apabila nilai t-hitung \geq t-tabel, maka variabel bebasnya memberikan pengaruh bermakna terhadap variabel terikat. Uji t digunakan untuk mengetahui apakah variabel-variabel independen secara parsial berpengaruh nyata atau tidak terhadap variabel dependen. Derajat signifikansi yang digunakan adalah 0,05. Apabila nilai signifikan lebih kecil dari derajat kepercayaan maka kita menerima hipotesis alternatif, yang menyatakan bahwa suatu variabel independen secara parsial mempengaruhi variabel dependen.

3.11.3 Uji Koefisien Determinasi (R^2)

Analisis R^2 (*R Square*) atau koefisien determinasi digunakan untuk mengetahui seberapa besar persentase sumbangan pengaruh variabel independen secara bersama-sama terhadap variabel dependen. Rumus yang digunakan menurut Supranto sebagai berikut:

$$R^2 = \frac{JKR}{JKT} \times 100 \%$$

Sumber: Supranto (2009)

Keterangan :

R^2 = Nilai Koefisien determinasi

JKR = Jumlah Kuadrat regresi

JKT = Jumlah Kuadrat Total.²⁷

²⁷ Supranto, *Statistik Teori dan Aplikasi Edisi ketujuh Jilid 2*. (Jakarta: Erlangga. 2009). p. 280