

BAB III

METODOLOGI PENELITIAN

A. Tempat dan Waktu Penelitian

1. Tempat penelitian

Tempat penelitian yang dilakukan oleh peneliti berada di Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Jakarta. Tempat tersebut menjadi pilihan peneliti karena peneliti banyak yang ingin menggunakan motor Yamaha NMax. Hal ini juga didasarkan pada survei awal kepada Mahasiswa Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Jakarta. Tempat tersebut juga menjadi pilihan bagi peneliti dikarenakan Universitas Negeri Jakarta merupakan tempat peneliti melaksanakan perkuliahan di universitas tersebut, sehingga memudahkan peneliti dalam melakukan penelitian.

2. Waktu penelitian

Waktu penelitian dilakukan selama empat bulan, yaitu terhitung dari bulan Maret 2019 sampai dengan Juli 2019. Waktu tersebut merupakan waktu yang tepat untuk melaksanakan penelitian karena masa perkuliahan yang sedang aktif dan dilihat dari jadwal perkuliahan peneliti sudah tidak padat, sehingga akan mempermudah peneliti dalam melakukan penelitian dan peneliti dapat menaruh perhatian lebih terhadap pelaksanaan penelitian.

B. Metode Penelitian

1. Metode penelitian

Sugiyono (2014:3) mendefinisikan “Metode penelitian merupakan cara ilmiah untuk mendapatkan data dengan tujuan dan kegunaan tertentu”. Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode survei dan penelitian ini menggunakan pendekatan korelasional. Alasan peneliti menggunakan metode survei karena mengacu pada teori menurut W.Lawrence dikutip dari Sugiyono (2014:12) yang menyatakan penelitian survei sebagai berikut :

Penelitian survei adalah penelitian kuantitatif. Dalam penelitian survei, peneliti menanyakan ke beberapa orang (yang disebut dengan responden) tentang keyakinan, pendapat, karakteristik suatu objek dan perilaku yang telah lalu atau sekarang. Penelitian survei berkenaan dengan pertanyaan tentang keyakinan dan perilaku dirinya sendiri.

Dari definisi diatas menjelaskan bahwa alasan pemilihan metode ini didasarkan pada penelitian ini terdapat dua variabel independen. Tujuannya yakni untuk mengetahui apakah terdapat pengaruh antara variabel iklan (X1) dan *word of mouth* (X2) sebagai variabel independen terhadap variabel minat beli (Y) sebagai variabel dependen.

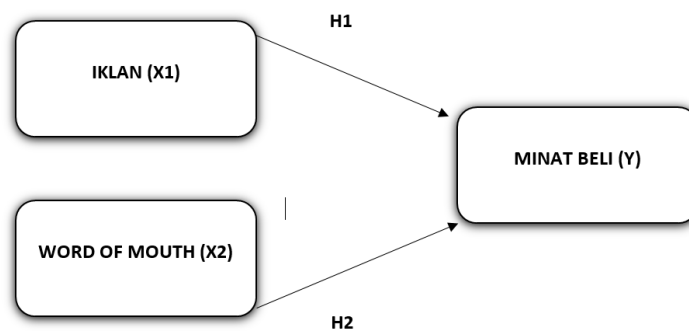
2. Konstelasi Pengaruh Antar Variabel

Sesuai dengan hipotesis yang diajukan bahwa :

1. Terdapat pengaruh yang positif dan signifikan dari iklan terhadap minat beli.

2. Terdapat pengaruh yang positif dan signifikan dari Word of Mouth (WOM) terhadap minat beli.

Maka, pengaruh antar variabel penelitian tersebut dapat digambarkan dalam konstelasi sebagai berikut:



GambarIII.1 Konstelasi Pengaruh Antar Variabel

Keterangan :

Variabel bebas X1 : Iklan

Variabel bebas X2 : *Word of Mouth*

Variabel terikat : Minat Beli

—————> : Arah Pengaruh

C. Populasi dan Teknik Sampling

1. Populasi

Sugiyono (2014:117) menyatakan bahwa “Populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri atas: obyek atau subyek yang mempunyai kualitas dan karak-teristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya”. Artinya, Populasi adalah keseluruhan semua elemen,

seperangkat karakteristik, yang meliputi seluruh bidang yang ingin diteliti untuk tujuan masalah penelitian pemasaran.

Populasi yang digunakan dalam penelitian ini adalah mahasiswa Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Jakarta yang belum menggunakan sepeda motor Yamaha NMax, namun mempunyai ketertarikan tentang sepeda motor Yamaha NMax, serta mempunyai cukup informasi tentang sepeda motor Yamaha NMax dimana informasi tersebut dapat diperolehnya melalui iklan, *word of mouth* dan sumber lainnya.

2. Teknik Sampling

Menurut Morissan (2012:118), “Sampel adalah bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi tersebut”. Sampel dalam penelitian ini diambil secara *purposive*. Menurut Sugiyono (2014: 126) mengatakan bahwa, “*Sampling Purposive* adalah teknik penentuan sampel dengan pertimbangan tertentu”.

Pengambilan sampel yang peneliti gunakan dalam penelitian ini ialah menggunakan *purposive sampling*, dimana untuk penelitian ini, sampelnya adalah 124 mahasiswa Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Jakarta.

D. Teknik Pengumpulan Data

Penelitian ini memiliki tiga variabel yaitu Iklan (X1), *Word of Mouth* (X2) dan Minat Beli (Y). adapun instrumen untuk mengukur ketiga variabel tersebut sebagai berikut:

1. Minat Beli

a) Definisi Konseptual

Minat beli adalah sebuah perilaku konsumen dimana konsumen mempunyai keinginan dalam memilih, menggunakan, dan mengkonsumsi atau bahkan menginginkan suatu produk yang ditawarkan.

b) Definisi Operasional

Minat beli dapat diukur melalui 4 indikator, minat transaksional dengan sub indikator (kecenderungan untuk membeli produk), minat referensial dengan sub indikator (kecenderungan seseorang untuk mereferensikan produk kepada orang lain), minat prefensional dengan sub indikator (menjadikan produk sebagai preferensi utama), dan minat eksploratif dengan sub indikator (minat untuk mencari informasi, mendukung sifat-sifat positif dari produk tersebut).

c) Kisi-kisi Instrumen Minat Beli

Kisi-kisi instrumen penelitian minat beli yang disajikan ini merupakan kisi-kisi instrumen yang digunakan untuk mengukur minat beli dan juga memberikan gambaran sejauh mana instrumen ini mencerminkan indikator minat beli.

Kisi-kisi ini disajikan dengan maksud untuk memberikan informasi mengenai butir-butir yang di drop setelah dilakukan uji validitas dan uji reliabilitas serta analisis butir soal untuk memberikan gambaran sejauh mana instrumen final masih mencerminkan indikator-indikator minat beli. Kisi-kisi instrumen dapat dilihat pada tabel III.4.

Tabel III.1 Kisi-Kisi Instrumen Minat Beli

Indikator	Sub Indikator	Butir Uji Coba		Drop	No. Butir Valid		No. Butir Final	
		(+)	(-)		(+)	(-)	(+)	(-)
Minat Transaksional	Kecenderungan untuk membeli Motor Yamaha NMax	1, 10, 3, 6			1, 10, 3, 6		1, 8, 3, 5	
Minat Preferensial	Menjadikan Motor Yamaha NMax sebagai preferensi utama	2, 9	7, 12		2, 9	7, 12	2, 7	6, 10
Minat eksploratif	minat untuk mencari informasi, mendukung sifat-sifat positif dari produk Yamaha NMax	8, 5, 11	4	4, 8	5, 11		4, 9	

Untuk mengisi setiap butir pernyataan dalam instrumen penelitian responden dapat memilih salah satu jawaban 5 alternatif yang telah disediakan. Dan 5 Alternatif jawaban tersebut diberi nilai 1 (satu) sampai 5 (lima) sesuai tingkatan jawaban. Alternatif jawaban yang digunakan sebagai berikut :

Tabel III.2 Skala Penilaian Instrumen Variabel Y Minat Beli

No.	Alternatif Jawaban	Item Positif	Item Negatif
1	Sangat Setuju (SS)	5	1
2	Setuju (S)	4	2
3	Ragu-Ragu (RR)	3	3

4	Tidak Setuju (TS)	2	4
5	Sangat Tidak Setuju (STS)	1	5

d) Validasi Instrumen Minat Beli

Proses pengembangan instrumen minat beli yang mengacu pada model indikator-indikator variabel minat beli terlihat pada tabel III.1.

Tahap berikutnya konsep instrumen dikonsultasikan kepada dosen pembimbing berkaitan dengan validitas konstruk, yaitu seberapa jauh butir-butir indikator tersebut telah mengukur indikator dari variabel minat beli sebagaimana tercantum pada tabel III.1. Setelah konsep disetujui langkah selanjutnya adalah instrumen di uji cobakan kepada 30 mahasiswa Fakultas Ekonomi di Universitas Negeri Jakarta, yang berada diluar sampel.

Proses validasi dilakukan dengan menganalisis data hasil uji coba instrumen, yaitu validitas butir dengan menggunakan koefisien korelasi antara skor butir dengan skor total instrumen. Rumus yang digunakan dalam Sugiyono (2014:86) adalah sebagai berikut:

$$r_{it} = \frac{\sum x_{it}}{\sqrt{\sum x_i^2 \sum x_t^2}}$$

Dimana:

r_{it} = Koefisien skor butir dengan skor total instrumen

x_i = Deviasi skor butir dari X_i

x_t = Deviasi skor dari X_t

Kriteria batas minimum pernyataan yang diterima adalah $r_{tabel} = 0,361$ jika $r_{hitung} > r_{tabel}$, maka butir pernyataan dianggap valid. Sedangkan, jika $r_{hitung} < r_{tabel}$, maka butir pernyataan dianggap tidak valid, yang kemudian butir pernyataan tersebut tidak digunakan atau harus di-*drop*.

Berdasarkan perhitungan (proses perhitungan terdapat pada lampiran 5 halaman 107) dari 12 pernyataan tersebut, setelah divalidasi terdapat 2 pernyataan yang *drop*, sehingga yang valid dan tetap digunakan sebanyak 10 pernyataan.

Selanjutnya, dihitung reliabilitasnya terhadap butir-butir pernyataan yang telah dianggap valid dengan menggunakan rumus *Alpha Cronbach* yang sebelumnya dihitung terlebih dahulu varian butir dan varian total. Menurut Sugiyono (2014:89) uji reliabilitas dengan rumus *Alpha Cronbach*, yaitu:

$$r_{ii} = \frac{k}{k-1} \left[1 - \frac{\sum si^2}{st^2} \right]$$

Dimana:

r_{ii} = Reliabilitas instrumen

k = Banyak butir pernyataan (yang valid)

$\sum si^2$ = Jumlah varians skor butir

st^2 = Varian skor total

Varian butir itu sendiri dapat diperoleh dengan menggunakan rumus sebagai berikut :

$$S_i^2 = \frac{\sum X_i^2 - \frac{(\sum X_i)^2}{n}}{n}$$

Dimana:

S_i = Simpangan baku

n = Jumlah populasi

$\sum X_i^2$ = Jumlah kuadrat data X

$\sum X_i$ = Jumlah data

Dari hasil perhitungan diperoleh hasil $S_i^2=0,939$, $St^2=17,22$ dan r_{ii} sebesar 0,739 (proses perhitungan terdapat pada lampiran 8 halaman 110). Hal ini menunjukkan bahwa, koefisien reliabilitas termasuk dalam kategori tinggi. Dengan demikian dapat dikatakan bahwa, instrumen yang berjumlah 10 butir pernyataan inilah yang akan digunakan sebagai instrumen final untuk mengukur minat beli.

2. Iklan

a) Definisi Konseptual

Iklan merupakan pesan komunikasi pemasaran atau komunikasi publik tentang sesuatu produk yang disampaikan melalui suatu media, dibiayai oleh pemrakarsa yang dikenal, serta ditujukan kepada sebagian atau seluruh masyarakat.

Informatif	Menciptakan Kesadaran	Pengetahuan tentang produk Yamaha NMax	3, 8, 10	5	10	3, 8	5	3, 8	5
		Kelebihan Yamaha NMax dibanding produk lain	7, 2, 11		11	7, 2		7, 2	
Persuasif	Menciptakan Kesukaan		1, 4, 14			1, 4, 14		1, 4, 11	
Pengingat	Merangsang Konsumen		16	9, 12	9	16	12	13	9
Penguatan	Meyakinkan Konsumen		15, 13, 6			15, 13, 6		12, 10, 6	

Untuk mengisi setiap butir pernyataan dalam instrumen penelitian responden dapat memilih salah satu jawaban 5 alternatif yang telah disediakan. Dan 5 Alternatif jawaban tersebut diberi nilai 1 (satu) sampai 5 (lima) sesuai tingkatan jawaban. Alternatif jawaban yang digunakan sebagai berikut :

Tabel III.4 Skala Penilaian Instrumen Variabel X1 Iklan

No.	Alternatif Jawaban	Item Positif	Item Negatif
1	Sangat Setuju (SS)	5	1
2	Setuju (S)	4	2
3	Ragu-Ragu (RR)	3	3

4	Tidak Setuju (TS)	2	4
5	Sangat Tidak Setuju (STS)	1	5

d) Validasi Instrumen Iklan

Proses pengembangan instrumen iklan yang mengacu pada model indikator-indikator variabel iklan terlihat pada tabel III.1.

Tahap berikutnya konsep instrumen dikonsultasikan kepada dosen pembimbing berkaitan dengan validitas konstruk, yaitu seberapa jauh butir-butir indikator tersebut telah mengukur indikator dari variabel iklan sebagaimana tercantum pada tabel III.1. Setelah konsep disetujui langkah selanjutnya adalah instrumen di uji cobakan kepada 30 mahasiswa Fakultas Ekonomi di Universitas Negeri Jakarta, yang berada diluar sampel.

Proses validasi dilakukan dengan menganalisis data hasil uji coba instrumen, yaitu validitas butir dengan menggunakan koefisien korelasi antara skor butir dengan skor total instrumen. Rumus yang digunakan dalam Sugiyono (2014:86) adalah sebagai berikut:

$$r_{it} = \frac{\sum x_{it}t}{\sqrt{\sum x_i^2 \sum t^2}}$$

Dimana:

r_{it} = Koefisien skor butir dengan skor total instrumen

x_i = Deviasi skor butir dari X_i

x_t = Deviasi skor dari X_t

Kriteria batas minimum pernyataan yang diterima adalah $r_{tabel} = 0,361$ jika $r_{hitung} > r_{tabel}$, maka butir pernyataan dianggap valid. Sedangkan, jika $r_{hitung} < r_{tabel}$, maka butir pernyataan dianggap tidak valid, yang kemudian butir pernyataan tersebut tidak digunakan atau harus *drop*.

Berdasarkan perhitungan (proses perhitungan terdapat pada lampiran 11 halaman 114) dari 16 pernyataan tersebut, setelah divalidasi terdapat 3 pernyataan yang *drop*, sehingga yang valid dan tetap digunakan sebanyak 13 pernyataan.

Selanjutnya, dihitung reliabilitasnya terhadap butir-butir pernyataan yang telah dianggap valid dengan menggunakan rumus *Alpha Cronbach* yang sebelumnya dihitung terlebih dahulu varian butir dan varian total. Menurut Sugiyono (2014:89) uji reliabilitas dengan rumus *Alpha Cronbach*, yaitu:

$$r_{ii} = \frac{k}{k-1} \left[1 - \frac{\sum si^2}{st^2} \right]$$

Dimana:

r_{ii} = Reliabilitas instrumen

k = Banyak butir pernyataan (yang valid)

$\sum si^2$ = Jumlah varians skor butir

st^2 = Varian skor total

Varian butir itu sendiri dapat diperoleh dengan menggunakan rumus sebagai berikut :

$$Si^2 = \frac{\sum Xi^2 - \frac{(\sum Xi)^2}{n}}{n}$$

Dimana:

Si = Simpangan baku

n = Jumlah populasi

$\sum Xi$ = Jumlah kuadrat data X

$\sum Xi$ = Jumlah data

Dari hasil perhitungan diperoleh hasil $Si^2=0,606$, $St^2=31,71$ dan rii sebesar 0,754 (proses perhitungan terdapat pada lampiran 14 halaman 117). Hal ini menunjukkan bahwa, koefisien reliabilitas termasuk dalam kategori tinggi. Dengan demikian dapat dikatakan bahwa, instrumen yang berjumlah 13 butir pernyataan inilah yang akan digunakan sebagai instrumen final untuk mengukur iklan.

3. Word of Mouth

a) Definisi Konseptual

Word of mouth adalah kegiatan pemasaran melalui perantara orang ke orang baik secara lisan, tulisan, maupun alat komunikasi elektronik yang berhubungan dengan pengalaman pembelian jasa atau pengalaman menggunakan produk atau jasa.

b) Definisi Operasional

Word of mouth memiliki beberapa indikator, yakni indikator pertama yaitu keinginan konsumen dalam membicarakan hal-hal positif dan pengalaman. Indikator kedua yaitu rekomendasi produk. Indikator ketiga yaitu dorongan teman atau relasi terhadap produk. Indikator keempat yaitu komunikasi dengan media promosi.

c) Kisi-kisi Instrumen Word of Mouth

Kisi-kisi instrumen penelitian *Word of mouth* yang disajikan ini merupakan kisi-kisi instrumen yang digunakan untuk mengukur *Word of mouth* dan juga memberikan gambaran sejauh mana instrumen ini mencerminkan indikator *Word of mouth*.

Kisi-kisi ini disajikan dengan maksud untuk memberikan informasi mengenai butir-butir yang di drop setelah dilakukan uji validitas dan uji reliabilitas serta analisis butir soal untuk memberikan gambaran sejauh mana instrumen final masih mencerminkan indikator-indikator *Word of mouth* Kisi-kisi instrumen dapat dilihat pada tabel III.8.

Tabel III.5 Kisi-kisi Instrumen Word of Mouth

Indikator	Butir Uji Coba		Drop	No. Butir Valid		No. Butir Final	
	(+)	(-)		(+)	(-)	(+)	(-)
Keinginan konsumen dalam membicarakan hal-hal positif.	2, 5, 6, 1, 10	8, 4	6	2, 5, 1, 10	8, 4	2, 5, 1, 9	7.4
Rekomendasi produk.	9,7	3		9,7	3	8,6	3

Untuk mengisi setiap butir pernyataan dalam instrumen penelitian responden dapat memilih salah satu jawaban 5 alternatif yang telah disediakan. Dan 5 Alternatif jawaban tersebut diberi nilai 1 (satu) sampai 5 (lima) sesuai tingkatan jawaban. Alternatif jawaban yang digunakan sebagai berikut :

Tabel III.6 Skala Penilaian Instrumen Variabel X2 Word of Mouth

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

d) Validasi Instrumen Word of Mouth

Proses pengembangan instrumen *Word of mouth* yang mengacu pada model indikator-indikator variabel *Word of mouth* terlihat pada tabel III.1.

Tahap berikutnya konsep instrumen dikonsultasikan kepada dosen pembimbing berkaitan dengan validitas konstruk, yaitu seberapa jauh butir-butir indikator tersebut telah mengukur indikator dari variabel *Word of mouth* sebagaimana tercantum pada tabel III.1. Setelah konsep disetujui langkah selanjutnya adalah instrumen di uji cobakan kepada 30 mahasiswa Fakultas Ekonomi di Universitas Negeri Jakarta, yang berada diluar sampel.

Proses validasi dilakukan dengan menganalisis data hasil uji coba instrumen, yaitu validitas butir dengan menggunakan koefisien korelasi antara skor butir dengan skor total instrumen. Rumus yang digunakan dalam Sugiyono (2014:86) adalah sebagai berikut:

$$r_{it} = \frac{\sum x_{it}}{\sqrt{\sum x_i^2 \sum x_t^2}}$$

r_{it} = Koefisien skor butir dengan skor total instrumen

x_i = Deviasi skor butir dari X_i

x_t = Deviasi skor dari X_t

Kriteria batas minimum pernyataan yang diterima adalah $r_{tabel} = 0,361$ jika $r_{hitung} > r_{tabel}$, maka butir pernyataan dianggap valid. Sedangkan, jika $r_{hitung} < r_{tabel}$, maka butir pernyataan dianggap tidak valid, yang kemudian butir pernyataan tersebut tidak digunakan atau harus *drop*.

Berdasarkan perhitungan (proses perhitungan terdapat pada lampiran 17 halaman 121) dari 10 pernyataan tersebut, setelah divalidasi terdapat 1 pernyataan yang *drop*, sehingga yang valid dan tetap digunakan sebanyak 9 pernyataan.

Selanjutnya, dihitung reliabilitasnya terhadap butir-butir pernyataan yang telah dianggap valid dengan menggunakan rumus *Alpha Cronbach* yang sebelumnya dihitung terlebih dahulu varian butir dan varian total. Menurut Sugiyono (2014:89) uji reliabilitas dengan rumus *Alpha Cronbach*, yaitu:

$$r_{ii} = \frac{k}{k-1} \left[1 - \frac{\sum si^2}{st^2} \right]$$

Dimana:

r_{ii} = Reliabilitas instrumen

k = Banyak butir pernyataan (yang valid)

$\sum si^2$ = Jumlah varians skor butir

st^2 = Varian skor total

Varian butir itu sendiri dapat diperoleh dengan menggunakan rumus sebagai berikut :

$$S_i^2 = \frac{\sum X_i^2 - \frac{(\sum X_i)^2}{n}}{n}$$

Dimana:

S_i = Simpangan baku

n = Jumlah populasi

$\sum X_i^2$ = Jumlah kuadrat data X

$\sum X_i$ = Jumlah data

Dari hasil perhitungan diperoleh hasil $S_i^2=0,889$, $St^2=17,51$ dan r_{ii} sebesar 0,747 (proses perhitungan terdapat pada lampiran 20 halaman 124). Hal ini menunjukkan bahwa, koefisien reliabilitas termasuk dalam kategori tinggi. Dengan demikian dapat dikatakan bahwa, instrumen yang berjumlah 9 butir pernyataan inilah yang akan digunakan sebagai instrumen final untuk mengukur *word of mouth*.

E. Teknik Analisis Data

Pengolahan data penelitian ini menggunakan program *SPSS*. Adapun langkah-langkah dalam menganalisis data adalah sebagai berikut:

1. Uji Persyaratan Analisis

a) Uji Normalitas

Uji normalitas bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi, variabel pengganggu atau residual mempunyai distribusi normal. Menurut Nirmala (2012: 35) bahwa, untuk mendeteksi apakah model yang peneliti gunakan memiliki distribusi normal atau tidak yaitu, dengan menggunakan uji statistic (*Uji Kolmogrov Smirnov*).

H_0 : Galat Taksiran Regresi Y atas X berdistribusi normal.

Hipotesis penelitiannya adalah:

H_0 : data berdistribusi normal

H_a : data tidak berdistribusi normal

Kriteria pengujian dengan uji statistic *Kolmogrov Smirnov*, yaitu:

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

b) Uji Linieritas Regresi

Kadir dan Djaali (2015:180) Pengujian linieritas bertujuan untuk mengetahui apakah variabel mempunyai hubungan yang linier atau tidak secara signifikan. Pengujian dengan *SPSS* menggunakan *Test of Linearity*

pada taraf signifikansi 0,05. “Variabel dikatakan mempunyai hubungan yang linier bila signifikansi kurang dari 0,05”.

Sedangkan kriteria pengujian dengan uji statistik, yaitu:

- 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.

2. Persamaan Regresi Linier Sederhana

Regresi linier sederhana digunakan untuk menguji pengaruh satu variabel independent terhadap satu variabel dependent. Adapun Janie (2012:13), mengatakan perhitungan persamaan umum regresi linier sederhana dilakukan dengan menggunakan rumus sebagai berikut:

$$\hat{Y} = a + b_1 X_n$$

Keterangan:

\hat{Y} = variabel terikat

X_n = variabel bebas

a = konstanta

b_1 = koefisien regresi variabel bebas

ε = error

3. Uji Hipotesis

a) Uji Signifikansi Parsial (Uji T)

Pengujian ini digunakan untuk mengetahui pengaruh signifikan daya tarik iklan (X_1) dengan minat beli (Y) dan pengaruh *word of mouth* (X_2) dengan minat beli (Y).

Hipotesis penelitiannya adalah sebagai berikut:

$$H_0 : b_1 = 0 \qquad H_1 : b_1 \neq 0$$

$$H_0 : b_2 = 0 \qquad H_1 : b_2 \neq 0$$

Hipotesis nol (H_0) yang hendak diuji adalah apakah suatu parameter (b_i) dalam model sama dengan nol, yang berarti apakah semua variabel independen bukan merupakan penjelas yang signifikan terhadap dependen, atau menurut Kuncoro (2011: 106):

$$H_0 : b_i = 0$$

Hipotesis alternatifnya (H_a) parameter suatu variabel tidak sama dengan nol, atau:

$$H_0 : b_i \neq 0$$

Kriteria pengambilan keputusan hasil analisis adalah sebagai berikut:

- 1) H_0 ditolak dan H_a diterima apabila $t_{hitung} > t_{Tabel}$ atau nilai probabilitas sig. $< 0,05$
- 2) H_0 diterima dan H_a ditolak apabila $t_{hitung} < t_{Tabel}$ dan nilai probabilitas sig. $> 0,05$

4. Perhitungan Koefisien Determinasi

Sugiyono (2017:231) Koefisien determinasi disebut dengan koefisien penentu, karena varian yang terjadi pada variabel dependen dapat dijelaskan melalui varian yang terjadi pada variabel independen. Untuk melakukan perhitungan koefisien determinasi, dilakukan dengan menggunakan software SPSS.