

## **BAB III**

### **METODE PENELITIAN**

#### **3.1 Jenis Penelitian**

Penelitian ini menggunakan desain penelitian kuantitatif, kadang-kadang disebut sebagai metodologi penelitian positivis. Metodologi ini digunakan untuk memastikan atribut sampel dan populasi dengan cara mengumpulkan data dari kuesioner responden yang telah diisi. Menurut positivisme, realitas, gejala, dan fenomena lainnya semuanya dikategorikan sebagai entitas yang relatif stabil dan ada di dunia nyata serta dapat dicermati serta diperhitungkan. Proyek penelitian kuantitatif ini juga bermaksud guna memverifikasi hipotesis yang telah dikembangkan sebelumnya (Sihotang, 2023, p.3).

#### **3.2 Objek Penelitian**

Dalam proses penelitian, peneliti menyadari perlunya menentukan objek yang akan menjadi fokus kajiannya. Objek penelitian ini bisa berupa individu, objek fisik, proses transaksional, atau kejadian tertentu (Hardani et al, 2022, p.303). Objek penelitian merupakan sebuah fokus utama dalam memahami fenomena atau masalah yang ingin dilakukan penelitian. Tidak adanya objek penelitian yang jelas, proses penelitian akan kehilangan arah dan tujuan. Pada penelitian ini peneliti menggunakan variabel independen yang melibatkan Kualitas Produk (X1), Kualitas Pelayanan (X2), dan Harga (X3), sedangkan yang dijadikan sebagai variabel dependen yaitu Keputusan Pembelian (Y). Peneliti memilih objek penelitian yaitu Keputusan pembelian konsumen Roji Ramen di Bintaro Tangerang Selatan.

#### **3.3 Populasi dan Sampel**

##### **3.3.1 Populasi**

Populasi merujuk terhadap sejumlah orang, kejadian serta segala sesuatu yang mempunyai ciri-ciri khusus yang menjadi fokus penelitian. Ini mencakup kelompok individu yang menjadi sebuah fokus atau subjek dalam suatu penelitian. Populasi bisa sangat bervariasi tergantung pada topik penelitian dan tujuan yang ingin dicapai (Sukmawati, 2023, p.35). Dengan kata lain, populasi memiliki keterkaitan yang relevan dengan topik penelitian dan mencerminkan keseluruhan kategori yang menjadi objek kajian. Dengan jumlah yang tidak dapat dipastikan

populasi yang menjadi objek penelitian merupakan seluruh konsumen Roji Ramen di Bintaro Tangerang Selatan serta temuan yang diperoleh dari populasi ini akan menjadi landasan untuk menyimpulkan pengaruh variabel-variabel yang diteliti terhadap keputusan pembelian konsumen Roji Ramen secara lebih luas.

### 3.3.2 Sampel

Menurut Priadana & Sunarsi, (2021, p.159). sampel merupakan sebagian yang diambil dari suatu populasi yang secara akurat menangkap karakteristik seluruh populasi. Dengan menggunakan sampel, peneliti dapat memperoleh pemahaman tentang karakteristik sejumlah subjek dari lokasi tertentu. Oleh karena itu, penting untuk memastikan bahwa pengambilan sampel akan diambil secara benar-benar *representatif*.

Metode pengambilan sampel yang diterapkan terhadap penelitian ini yaitu *non-probability sampling*, yaitu tidak memberikan kesempatan yang setara bagi setiap komponen atau individu dalam populasi untuk menjadi sampel. Jika tidak mungkin memperkirakan jumlah populasi, strategi pengambilan sampel ini biasanya digunakan (Putu Agung & Yuesti, 2019, p.46). Maka dari itu jenis yang digunakan yaitu *purposive sampling* yang paling sesuai serta dianggap bersifat *representatif* dengan mempertimbangkan kriteria sampel dan populasi (Soesana et al., 2023, p.47). Adapun kriteria yang digunakan oleh peneliti yaitu konsumen yang sudah pernah membeli roji ramen di bintaro Tangerang Selatan.

Menurut rujukan dari Hair et al, (2021) penentuan jumlah sampel adalah 5 sampai 10 kali jumlah item pengukuran formatif terbanyak dalam mengukur sebuah variabel atau 5 sampai 10 kali jumlah koefisien jalur dalam model struktural. Maka sampel dalam penelitian ini adalah jumlah indikator  $\times 6$  atau  $22 \times 6 = 132$ . Jadi, jumlah sampel dalam penelitian ini adalah 132 sampel.

### 3.4 Teknik Pengumpulan Data

Peneliti dapat menggunakan banyak pendekatan atau metode untuk mengumpulkan data dengan menggunakan metode pengumpulan data, Adapun peneliti menggunakan kuesioner, dimana menurut (Priadana & Sunarsi, 2021, p.192) Kuesioner sebuah alat yang digunakan guna menyimpan data beserta mengirimkan serangkaian pertanyaan terhadap responden untuk diisi. Ini ialah cara yang dipakai dalam penelitian guna menghasilkan informasi yang dibutuhkan para

responden. Pengisian kuesioner bisa dilakukan secara tertulis atau melalui *google form*, tergantung pada preferensi responden. Kuesioner harus dirancang dengan hati-hati untuk memastikan pertanyaan yang jelas, relevan, dan mudah dipahami agar mendapatkan respons yang akurat.

Penelitian ini mendeskripsikan jawaban responden yang dikelompokkan dalam 5 kelompok dengan memakai skala likert. Skala likert menurut (Abdullah et al., 2021, p.69) instrumen guna menilai sikap, pandangan, dan pandangan orang atau kelompok terhadap fenomena sosial tertentu adalah skala Likert.

Tabel 3.1 Skor Penilaian Responden

Opsi Jawaban	Singkatan	Skor
Sangat Tidak Setuju	STS	1
Tidak Setuju	TS	2
Netral	N	3
Setuju	S	4
Sangat Setuju	SS	5

### 3.5 Definisi Operasional Variabel

Definisi operasional memiliki peran penting terhadap penelitian karena sebagai acuan yang memberikan arah dalam mengklarifikasi serta mengatur proses pengumpulan data dengan konsistensi. Dengan menggunakan definisi operasional yang tepat, peneliti dapat menghindari kerancuan dalam interpretasi variabel yang sedang diteliti. Selain itu, definisi ini juga membantu memastikan bahwa alat pengukuran yang sesuai dipilih untuk mengumpulkan data yang diperlukan. Definisi operasional membantu proses penelitian dilakukan dengan standar yang tinggi, sehingga hasilnya dapat diandalkan dan diinterpretasikan secara akurat (Pasaribu et al., 2022, p.67). Dari definisi diatas peneliti menggunakan indikator dari variabel Kualitas Produk (X1), Kualitas Pelayanan (X2), Harga (X3), dan Keputusan Pembelian (Y).

Tabel 3.2 Definisi Operasional

Variabel	Definisi Operasional	Indikator	Pernyataan	Skala
Keputusan Pembelian (Soetanto et al., 2020)	Keputusan pembelian adalah perilaku konsumen tentang bagaimana individu, kelompok, dan organisasi memilih, membeli, menggunakan barang, jasa, ide atau pengalaman untuk memenuhi kebutuhan dan keinginan mereka.	Pilihan Produk	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Saya membandingkan beberapa variasi rasa produk sebelum memutuskan untuk membeli produk ramen</li> <li>2. Saya sering mempertimbangkan variasi ukuran sebelum memutuskan untuk membeli produk ramen</li> </ol>	Likert
		Pilihan Merek	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Saya terbiasa mengkonsumsi Roji Ramen yang sudah saya kenal</li> <li>2. Saya tertarik dengan Roji Ramen karena merek nya yang mudah di ingat</li> </ol>	Likert
		Pilihan Penyalur	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Saya mengkonsumsi Roji Ramen karena lokasinya dekat</li> <li>2. Saya menilai harga Roji Ramen yang ditawarkan terjangkau</li> </ol>	Likert

		Waktu Pembelian	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Setiap beberapa bulan sekali saya selalu membeli produk Roji Ramen karena sesuai dengan selera saya</li> <li>2. Saya cenderung melakukan pembelian besar pada produk Roji Ramen saat musim liburan atau hari perayaan</li> </ol>	Likert
		Jumlah Pembelian	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Saya membeli Roji Ramen dalam jumlah yang cukup agar mendapatkan kepuasan saat mengonsumsinya</li> <li>2. Saya memutuskan membeli Roji Ramen dengan mencoba menu lainnya sesuai dengan preferensi dari pelayan</li> </ol>	Likert
		Metode Pembayaran	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Saya lebih memilih menggunakan kartu kredit/debit daripada membayar dengan uang tunai karena</li> </ol>	Likert

			<p>merasa lebih aman dan nyaman.</p> <p>2. Saya lebih suka melakukan pembayaran melalui transfer bank atau aplikasi pembayaran digital karena dianggap lebih praktis dan efisien.</p>	
<p>Kualitas Produk (Milano et al., 2021)</p>	<p>Kualitas produk merujuk pada kemampuan suatu produk untuk menjalankan fungsinya dengan baik, yang mencakup aspek keseluruhan daya tahan, keandalan, akurasi, kemudahan penggunaan, perbaikan, serta atribut lain yang terkait dengan produk tersebut.</p>	<p>Kinerja</p>	<p>1. Roji Ramen selalu memberikan pengalaman rasa yang memuaskan</p> <p>2. Saya merasa puas dengan rasa Roji Ramen yang dijual</p>	<p>Likert</p>
		<p>Ketahanan atau Daya Tahan</p>	<p>1. Ramen di Roji Ramen tahan lama dan tidak mudah hancur</p> <p>2. Produk Roji Ramen memiliki ketahanan dan tekstur ramen yang baik</p>	<p>Likert</p>
		<p>Kesesuaian</p>	<p>1. Roji Ramen menarkan ramen sesuai dengan selera.</p> <p>2. Roji Ramen memberikan variasi menu ramen yang</p>	<p>Likert</p>

			sesuai dengan preferensi	
		Keberagaman Produk	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Roji Ramen memiliki berbagai pilihan ramen yang unik</li> <li>2. Roji Ramen memiliki variasi ramen yang kreatif dan inovatif</li> </ol>	Likert
		Keandalan	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Produk di Roji Ramen selalu konsisten dalam kualitasnya</li> <li>2. Saya yakin bahwa produk Roji Ramen memiliki kualitas yang konsisten</li> </ol>	Likert
		Estetika	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Saya cenderung memilih produk yang memiliki penampilan, rasa atau aroma yang menarik</li> <li>2. saya memilih produk ini karena menarik secara visual</li> </ol>	Likert
Kualitas Pelayanan (Kumrotin)	Kualitas pelayanan tidak hanya sekadar aspek tambahan	Kehandalan ( <i>reliability</i> )	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Pelayanan di Roji Ramen selalu konsisten dan dapat diandalkan</li> </ol>	Likert

& Susanti, 2021)	dalam pengambilan keputusan pembelian konsumen; sebaliknya, merupakan faktor utama yang dapat memberikan dampak signifikan terhadap preferensi konsumen.		2. Roji Ramen konsisten dan handal dalam pelayanan yang diberikan	
		Daya Tanggap ( <i>responsivenees</i> )	1. Saya merasa dihargai Ketika permintaan atau kebutuhan saya ditanggapi dengan sigap oleh pelayan Roji Ramen 2. Saya merasa Roji Ramen merespons pertanyaan atau keluhan saya dengan cepat	Likert
		Jaminan ( <i>Assurance</i> )	1. Roji Ramen memberikan jaminan atas kualitas dan keamanan produk ramen yang disajikan kepada konsumen 2. Saya merasa produk Roji Ramen aman pada kualitas produk serta standar kebersihan yang dijaga dengan baik	Likert



		Empati ( <i>Empathy</i> )	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Saya merasa dipahami dan didengar saat menyampaikan masalah atau kebutuhan</li> <li>2. Saya merasa staff Roji Ramen terlihat peduli dan memperhatikan kebutuhan saya sebagai konsumen</li> </ol>	Likert
		Bukti Fisik ( <i>Tangibles</i> )	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Saya merasa fasilitas dari Roji Ramen terlihat bersih dan terawat dengan baik</li> <li>2. Penampilan bangunan, perabotan, dan perlengkapan yang lengkap, sangat memengaruhi persepsi saya terhadap kualitas pelayanan yang diberikan oleh Roji Ramen</li> </ol>	Likert
Harga (Indrasari,	Harga merupakan evaluasi moneter dari produk atau	Keterjangkauan Harga	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Saya mempertimbangkan harga Roji Ramen</li> </ol>	Likert

2019, p.42)	layanan tertentu, yang ditentukan oleh jumlah uang yang dibayarkan oleh pembeli untuk memperoleh		sebelum memutuskan untuk membelinya 2. Saya merasa bahwa harga Roji Ramen sebanding dengan nilai yang saya terima	
	sejumlah tertentu barang atau jasa, termasuk pelayanannya.	Kesesuaian Harga Dengan Kualitas Produk	1. Saya percaya bahwa harga Roji Ramen mencerminkan kualitas yang ditawarkan 2. Harga Roji Ramen yang standar memiliki kualitas yang sesuai dengan selera saya	Likert
		Daya Saing Harga	1. Saya memilih Roji Ramen dengan harga lebih rendah dengan pesaingnya yang memiliki kualitas yang sama dengan produk yang lebih mahal 2. Saya cenderung mencari diskon atau penawaran khusus sebelum membeli produk jika ada	Likert

		<p>Kesusaian Harga Dengan Manfaat</p>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Saya merasa puas dengan harga yang saya bayarkan mengingat manfaat yang saya peroleh dari produk Roji Ramen tersebut</li> <li>2. Saya mempertimbangkan manfaat produk sebelum memutuskan apakah harga tersebut sesuai.</li> </ol>	Likert
		<p>Harga Dapat Mempengaruhi Konsumen Dalam Mengambil Keputusan</p>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Saya tidak pernah membatalkan pembelian karena harga produk Roji Ramen tidak sesuai dengan ekspektasi saya</li> <li>2. Saya merasa harga Roji Ramen merupakan faktor penting dalam Keputusan pembelian saya</li> </ol>	Likert

### 3.6 Teknik Analisis Data

Dalam studi ini, peneliti memakai metode analisis guna mengurai dan menyimpulkan data yang terhimpun. Proses pengolahan dan analisis data dikerjakan dengan menggunakan aplikasi SPSS, yang dirancang untuk membantu

dalam mengelola data secara otomatis dalam konteks penelitian ini. Dengan memanfaatkan SPSS versi 25, peneliti dapat menyederhanakan proses analisis data dan memperoleh hasil yang lebih mudah diinterpretasikan.

### **3.7 Uji Statistik Deskriptif**

Menurut Sihotang, (2023, p.143) analisis deskriptif adalah proses penelitian di mana tujuannya adalah untuk memberikan gambaran yang detail dan terperinci mengenai karakteristik atau sifat-sifat dari variabel yang diamati dalam penelitian. Pendekatan kuantitatif dengan analisis deskriptif biasanya digunakan untuk menyajikan dan merangkum data secara statistik, seperti melalui penggunaan tabel, grafik, dan ukuran statistik seperti mean, median, dan modus.

### **3.8 Uji Validitas dan Reliabilitas**

#### **3.8.1 Uji Validitas**

Menurut Ghozali, (2021, p. 66) uji validitas dipakai guna mengevaluasi keabsahan ataupun validitas suatu kuesioner. Sebuah kuesioner dianggap sah asalkan pertanyaan tersebut secara akurat mencerminkan kualitas yang ingin diukur oleh kuesioner tersebut. Hal ini menjamin bahwa informasi yang diberikan oleh kuesioner akan akurat dan relevan dengan tujuan penelitian. Pertanyaan-pertanyaan dalam kuesioner adalah “instrumen” yang dibahas di sini. Suatu survei dikatakan valid apabila pertanyaan di kuesioner secara memadai merefleksikan aspek yang hendak diukur. Validitas dapat diukur dengan menghubungkan skor yang diberikan oleh setiap responden pada indikator yang menggambarkan konstruk yang diukur. Tingkat signifikansi yang diterapkan dalam pengukuran validitas adalah sebesar 0,05. Prosedur evaluasi validitas mengikuti kriteria tertentu dengan  $H_0$  (hipotesis nol) diterima apabila korelasi dihitung ( $r$  hitung) melebihi nilai korelasi tertera di tabel ( $r$  tabel), sementara  $H_0$  ditolak jika  $r$  hitung kurang dari dan atau sama dengan  $r$  tabel. Adapun cara menetapkan nilai  $r$  tabel ialah dengan menggunakan rumus  $r$  tabel =  $df(N-2)$ , dengan tingkat signifikansi uji dua arah.

#### **3.8.2 Uji Reliabilitas**

Menurut Ghozali, (2021, p.61) suatu metode evaluasi kuesioner yang terbentuk dari indikator atau konstruk variabel. Pengujian reliabilitas merupakan proses untuk melihat keandalan data atau wawancara yang diperoleh. Proses ini membantu menentukan sejauh mana kuesioner dapat dipercaya untuk menjelaskan

hasil penelitian. Biasanya, data diuji untuk validitas sebelum reliabilitas diuji. Ini dilakukan karena kebutuhan untuk memastikan bahwa data yang diukur valid sebelum melanjutkan ke pengujian reliabilitas. Pengujian reliabilitas menggunakan metode Cronbach's Alpha. Kriteria yang dianggap reliabel jika menunjukkan nilai Cronbach's Alpha  $> 0,70$ .

### **3.9 Uji Asumsi Klasik**

#### **3.9.1 Uji Normalitas**

Menurut Ghozali, (2021, p.196) menyampaikan Regression model dianggap memiliki distribusi normal apabila nilai Sig. (signifikansi) lebih besar dari tingkat alfa yang ditetapkan sebesar 0.05. Hasil uji normalitas ini penting untuk memastikan bahwa asumsi dasar distribusi normal dari residual terpenuhi, sehingga interpretasi hasil analisis regresi dapat diandalkan. Dalam penelitian ini, uji normalitas dilakukan menggunakan uji *Kolmogorov-Smirnov* Test (Uji K-S), dengan pertimbangan hasil dari uji *Monte Carlo*. Tujuannya adalah untuk memeriksa apakah residual terdistribusi secara normal atau tidak (Andra & Adi, 2023). Adapun ketentuan normal atau tidaknya sebaran data adalah sebagai berikut.

1. Suatu data terdistribusi normal apabila nilai signifikansi pada tabel Kolmogorov-Smirnov  $> 0.05$ .
2. Suatu data tidak terdistribusi normal apabila nilai signifikansi pada tabel Kolmogorov-Smirnov  $< 0.05$

#### **3.9.2 Uji Multikolinearitas**

Menurut Ghozali, (2021, p.157) Multicollinearity test bertujuan mengidentifikasi terdapat korelasi linear antar variabel independen dalam sebuah penelitian. Guna menguji multikolinearitas, dalam penelitian ini diperiksa nilai toleransi dan *Variance Inflation Factor (VIF)*. Nilai toleransi merupakan standar skor batas yang digunakan untuk menunjukkan apakah terdapat multikolinearitas ketika nilai toleransi  $> 0.10$  atau nilai VIF  $< 0.10$ . Dengan memakai batasan ini, penelitian dapat mengkonfirmasi bahwa independent variabel tidak menunjukkan korelasi signifikan, sehingga hasil analisis dapat diandalkan.

#### **3.9.3 Uji Heteroskedastisitas**

Heteroskedastisitas merupakan suatu test guna mengetahui model regresi terjadi ketidaksetaraan residual variance antara satu observe ke observe lainnya. Hasil uji yang menunjukkan signifikansi di bawah tingkat kepercayaan 5% akan

mengindikasikan adanya ketidaksetaraan varian dan perlu dilakukan langkah-langkah untuk menanggulangnya, sehingga kriteria signifikansi ditetapkan  $> 0.05$  (Ghozali, 2021, p. 178). Pada penelitian ini, uji heteroskedastisitas dilakukan dengan menggunakan Uji Spearman-Rho. Uji Spearman-Rho dilakukan dengan mengkorelasikan semua variabel independen terhadap nilai mutlak residualnya dengan korelasi Rank Spearman (Wulandari, 2024).

1. Suatu model dinyatakan memiliki heterokedastisitas apabila nilai signifikansi  $< 0.05$ .
2. Suatu model dinyatakan tidak memiliki heterokedastisitas apabila nilai signifikansi  $> 0.05$ .

### **3.10 Analisis Regresi Linear Berganda**

Analisis regresi linier berganda dipakai guna menentukan apakah kualitas produk, kualitas pelayanan, serta harga memiliki dampak terhadap keputusan pembelian konsumen dengan menggunakan analisis linier berganda. Selain itu, untuk mengevaluasi dampak variabel independen terhadap variabel dependen. Menurut (Ghozali, 2021, p. 8) untuk menguji variabel tersebut maka dapat dirumuskan sebagai berikut:

$$\text{Rumus: } Y = b_0 + b_1X_1 + b_2X_2 + b_3X_3 + e$$

Keterangan:

$Y$  = Keputusan Pembelian

$b_0$  = konstanta

$b_1$  = koefisien regresi Kualitas Produk

$b_2$  = koefisien regresi Kualitas Pelayanan

$b_3$  = koefisien regresi Harga

$X_1$  = variabel kualitas produk

$X_2$  = variabel kualitas pelayanan

$X_3$  = variabel harga

e = error

### 3.11 Uji Hipotesis

#### 3.11.1 Koefisien Determinasi

Menurut Ghozali, (2021, p. 147) menyampaikan bahwasannya *Adjusted R Square*, yang merupakan koefisien determinasi, bertujuan mengevaluasi sejauh mana model dapat menjelaskan varians dari dependent variable memperkirakan jumlah variabel independen yang terlibat. Hasilnya memberikan gambaran yang lebih akurat tentang seberapa baik model dapat memberikan penjelasan yang tepat terhadap pola variasi dalam data, dengan memperhitungkan kompleksitas model dan jumlah variabel yang digunakan. Oleh karena itu, *Adjusted R Square* memberikan pengukuran yang lebih kritis terhadap kualitas model regresi.

#### 3.11.2 Uji F (Anova)

Menurut Ghozali, (2021, p. 148) *Goodness of Fit* fungsi regresi sampel dapat digunakan untuk menentukan seberapa baik fungsi tersebut mengestimasi nilai sebenarnya. Uji F merupakan hipotesis dalam penelitian yang melibatkan analisis regresi linier berganda. Statistik F berguna menentukan setidaknya satu independen variabel serentak mempunyai pengaruh signifikan terhadap dependen variabel. Proses F test melibatkan perbandingan F hitung dengan nilai F tabel pada tingkat sig.  $\alpha = 0,05$ . Berdasarkan tingkat sig. , hipotesis diterima atau ditolak dengan ketentuan: significance test  $< 0.05$ , maka  $H_0$  ditolak, dan  $> 0.05$ , maka  $H_0$  diterima.

Nilai F hitung dilihat pada Tabel ANOVA dalam output IBM SPSS. Sedangkan, Nilai F tabel didapatkan dengan rumus  $df_1 = k - 1$  dan  $df_2 = n - k$ , dimana k adalah jumlah variabel bebas dan n adalah jumlah observasi/sampel pembentuk regresi. Maka F tabel dalam penelitian ini adalah 3.07, adapun ketentuan uji F adalah sebagai berikut :

1. Model diterima, apabila F hitung  $> F$  tabel atau signifikansi  $< 0.05$ .
2. Model ditolak, apabila F hitung  $< F$  tabel atau signifikansi  $> 0.05$ .

#### 3.11.3 Uji t (Parsial)

Menurut Ghozali, (2021, p. 151) uji statistik t pada dasarnya menampilkan sejauh mana perubahan suatu variabel terikat dapat dijelaskan oleh perubahan dalam variabel bebas secara individual. Hipotesis dalam Uji-t, (1) Jika t calculate

value  $> t$  table atau p-value  $< \alpha = 0.05$ , maka  $H_0$  ditolak. Ini menunjukkan bahwa independent variabel terdapat pengaruh signifikan terhadap dependent variable, (2) Jika  $t$  calculate value  $< t$  table atau p-value  $> \alpha = 0.05$ , maka  $H_0$  ditolak. Ini menunjukkan bahwa independent variabel tidak terdapat pengaruh signifikan terhadap dependent variabel. Nilai  $T$  hitung dilihat pada Tabel Coefficients dalam output IBM SPSS. Sedangkan,  $T$  tabel didapatkan dari rumus  $T$  tabel =  $(\alpha / 2 ; n - K)$  dengan nilai taraf signifikansi ( $\alpha$ ) sebesar 5% (0.05), kemudian melihat pada  $T$  tabel itu sendiri. Maka  $T$  tabel dalam penelitian ini adalah 1.9785. Adapun ketentuan uji  $T$  adalah sebagai berikut.

1. Jika  $t$  hitung  $> t$  tabel atau Sig  $< 0.05$ , maka variabel independen memiliki pengaruh secara signifikan terhadap variabel dependen secara parsial.
2. Jika  $t$  hitung  $< t$  tabel atau Sig  $> 0.05$ , maka variabel independen tidak memiliki pengaruh secara signifikan terhadap variabel dependen secara parsial.