

BAB III

OBJEK DAN METODE PENELITIAN

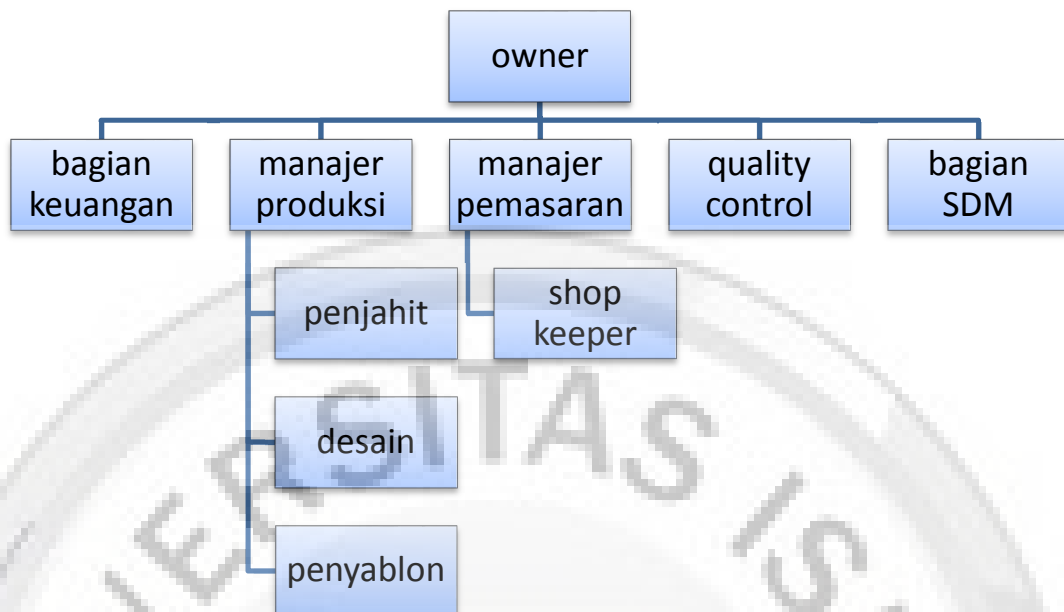
3.1 Objek Penelitian

3.1.1 Sejarah Distro “dRyshirt”

Distro “dRyshirt” adalah salah satu dari sekian banyaknya distro yang bermunculan di kota Bandung. Distro yang terletak di Jl Hegar Asih No. 9 ini merupakan distro yang menjual berbagai macam produk, mulai dari kaos, kemeja, tas, sepatu, celana, dan aksesoris lainnya seperti topi dan sabuk. Didirikan oleh seorang anak muda yang bernama Andri, kata atau awal pengambilan nama diambil dari sang pemilik yaitu “dry”, maka tercetuslah untuk memberi nama “dRyshirt”.

Produk yang ditawarkan oleh “dRyshirt” adalah produk buatan toko sendiri, namun ada juga produk yang diambil dari produk import seperti dari negara China seperti kaos dan kemeja, itu pun hanya beberapa jenis produk saja, selebihnya “dRyshirt” memproduksi produknya sendiri.

Distro “dRyshirt” menawarkan kisaran harga mulai dari 50 ribu untuk aksesoris seperti topi, 80 ribu – 120 ribu untuk harga kaos, 100 ribu – 170 ribu untuk harga kemeja dan celana, dan 170 ribu – 300 ribu untuk kisaran harga tas dan sepatu.



Gambar 3.1
Struktur Organisasi

Deskripsi Tugas

Rincian tugas pokok dan fungsi satuan organisasi di distro ‘dRyshirt’ adalah sebagai berikut:

1. *owner*

adalah pemimpin sebuah perusahaan, di mana peranannya juga sebagai pemilik dan pendiri dari perusahaan tersebut. Tugas-tugas dari seorang pemimpin perusahaan adalah:

- a. merancang dan mengkoordinasi segala sesuatu yang berhubungan dengan operasional distro “dRyshirt”.
- b. mengkoordinasi segala pemakaian yang dibutuhkan dalam operasional distro “dRyshirt”.
- c. mengkoordinasi semua bawahan dalam melaksanakan tugas masing-masing.

- d. mengetahui segala pengeluaran dan pemasukan dari operasional distro.
- e. mengadakan pengawasan terhadap operasional distro
- f. bertanggung jawab terhadap kelangsungan distro “dRyshirt”.
- g. mengetahui hasil dari operasional distro.

2. Bagian Keuangan

Bagian keuangan bertugas untuk pembayaran barang yang telah dipesan oleh bagian pembelian.

3. Manajer Produksi

Bertugas mengontrol dan memastikan penerimaan barang dari divisi bawahan, seperti:

a. Penjahit

Bertugas menjahit produk-produk dari mulai bahan baku mentah seperti kain menjadi produk setengah jadi.

b. Desain

Bertugas merancang desain produk seperti model produk, gambar produk agar terlihat menarik.

c. Penyablon

Bertugas untuk penyablonan produk dari hasil desain pada kaos, jaket dan lain-lain.

4. Manajer Pemasaran

Memasarkan dan mengkomunikasikan nilai produk pada konsumen, dilakukan melalui media jejaring sosial, seperti twitter, facebook, website dan instagram.

5. *Shop Keeper*

Bertugas menjaga toko, melayani konsumen serta berperan ganda sebagai kasir toko.

6. *Quality Control*

Bertugas melakukan pengecekan barang yang baik sehingga barang yang diterima konsumen tidak terdapat cacat pada barang yang akan dijual.

7. Manajer SDM

Perencanaan, pengorganisasian, pengarahan dan pengendalian atas pengadaan tenaga kerja, pengembangan kompensasi, integrasi, pemeliharaan, dan pemutusan hubungan kerja dengan sumber daya manusia untuk mencapai sasaran perorangan dan organisasi.

3.1.3 Produk Perusahaan

Distro “dRyshirt” menjual berbagai produk pakaian seperti: kaos, kemeja, celana, sepatu tas, topi dan sabuk. Produk yang ditawarkan dibidik untuk segmen pasar pria. Harga yang ditawarkan juga masih terjangkau untuk kalangan pelajar dan mahasiswa.



Sumber: distro “dRyshirt”.

Gambar 3.2
Produk Distro “dRyshirt”

3.2 Metode Penelitian

Metode Penelitian yang digunakan penulis dalam melakukan penelitian ini adalah metode verivikatif. Menurut (Sugiyono, 2008:11) penelitian verifikatif adalah suatu penelitian yang ditujukan untuk menguji teori, dan penelitian akan mencoba menghasilkan informasi ilmiah baru yakni status hipotesis, yang berupa kesimpulan apakah suatu hipotesis diterima atau ditolak.

Jenis penelitian ini bertujuan untuk mengetahui hubungan variabel *independent* dengan variabel *dependent*. Sedangkan metode yang digunakan adalah studi kasus, yaitu penelitian yang berfungsi mengetahui suatu fenomena, gejala, yang khas atau unik dari suatu individu kelompok, atau objek social lainnya. Sehingga dapat diperoleh suatu deskripsi yang rinci mengenai fenomena

atau gejala tersebut. Metode penelitian verifikatif digunakan untuk menganalisis rumusan masalah nomor tiga yaitu pengaruh lokasi terhadap keputusan pembelian di distro “dRyshirt” Bandung.

3.2.1 Data, Jenis Data, Dan Sumber Data

1. Guna menjawab perumusan masalah no.1 (Bagaimana pelaksanaan lokasi di distro “dRyshirt?”), data yang dibutuhkan yaitu pelaksanaan lokasi di distro “dRyshirt” → Jenis data: sekunder → Sumber data: Manajemen distro “dRyshirt” dan konsumen distro “dRyshirt”.
2. Guna menjawab perumusan masalah no.2 (Bagaimana tanggapan responden tentang lokasi di distro “dRyshirt?”), data yang dibutuhkan yaitu tanggapan responden di distro “dRyshirt” → Jenis data: Primer → Sumber data: Konsumen distro “dRyshirt”.
3. Guna menjawab perumusan masalah no. 3 (Bagaimana keputusan pembelian di distro “dRyshirt”), data yang dibutuhkan yaitu gambaran mengenai keputusan pembelian produk pada distro “dRyshirt”. Jenis data: primer → Sumber data: Konsumen distro “dRyshirt”.
4. Guna menjawab perumusan masalah no.4 (Seberapa besar pengaruh lokasi terhadap keputusan pembelian pada konsumen distro “dRyshirt?”), data yang dibutuhkan yaitu pengaruh lokasi distro “dRyshirt” dan keputusan pembelian di distro “dRyshirt” → Jenis data: Primer → Sumber data: Konsumen di distro “dRyshirt”.

3.2.2 Populasi, Teknik Sampling, dan Sampel

a. Populasi Penelitian

Populasi menurut **Sugiyono (2008 : 72)** adalah wilayah generalisasi yang terdiri atas objek atau subjek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya.

Populasi yang akan dipelajari oleh peneliti adalah konsumen distro “dRyshirt”.

b. Teknik Sampling dan Sampel

Pengertian sampel menurut **Sugiyono (2008:116)**, “Sampel adalah bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi tersebut. Bila populasi besar, dan penelitian tidak mungkin mempelajari semua yang ada pada populasi, misalnya karena keterbatasan dana, tenaga, dan waktu, maka peneliti dapat menggunakan sampel yang diambil dari populasi tersebut”.

Teknik sampling (teknik pengambilan sampel) yang memberikan peluang yang sama bagi setiap unsur (anggota) populasi untuk dipilih menjadi anggota sample. Dalam penelitian ini teknik samplingnya adalah dengan menggunakan cara kuesioner.

Karena jumlahnya yang sangat banyak maka peneliti harus membatasi jumlah sampel, yaitu menjadi 100 sampel dari populasi sebanyak 150. Salah satu metode yang digunakan untuk menentukan jumlah sampel adalah dengan menggunakan rumus **Slovin (Selvilla et.al 1960 : 182)**

$$n = \frac{N}{1+ Ne^2}$$

n = jumlah sampel

N = jumlah populasi

E = batas toleransi kesalahan linear

$$n = N / (1 + Ne^2) = 10980 / \{1 + (10980 \times 0,10^2)\} = 99,09 \gg 100$$

Dengan demikian di butuhkan 100 sampel dalam penelitian ini.

Teknik pengambilan sampel yang penulis gunakan adalah teknik *non probability sampling*, yaitu teknik pengambilan sampel yang tidak memberi peluang atau kesempatan yang sama bagi setiap unsur atau anggota populasi untuk dipilih menjadi sampel (Sugiyono, 2010:120). Jenis teknik *non probability sampling* yang digunakan adalah *insidental sampling*, yang merupakan teknik penentuan sample berdasarkan kebetulan, yaitu siapa saja yang secara kebetulan atau *insidental* bertemu dengan peneliti dapat digunakan sebagai sampel, bila dipandang orang yang kebetulan ditemui itu cocok sebagai sumber data (Sugiyono, 2010:122).

Alasan peneliti menggunakan teknik *insidental sampling* yaitu agar memberikan kemudahan pada peneliti dalam pengambilan sample dikarenakan jumlah populasi tidak diketahui dalam setiap harinya. Dalam hal ini sampel dari penelitian ini adalah konsumen distro “dRyshirt”.

3.2.2 Variabel, Definisi Operasional Variabel, dan Operasionalisasi

Variabel

a. Variabel

Sugiyono (2008:58) menyatakan bahwa variabel penelitian adalah segala sesuatu yang berbentuk apa saja yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari

sehingga diperoleh informasi tentang hal tersebut, kemudian ditarik kesimpulannya.

Variabel-variabel dari penelitian ini terdiri dari dua variabel X (variabel independen) dan satu variabel Y (variabel dependen):

1. Variabel independen yang dilambangkan dengan X adalah variabel yang mempengaruhi variabel dependen, baik yang pengaruhnya positif maupun yang pengaruhnya negatif (**Ferdinand, 2006:26**).

Variabel independen dalam penelitian ini adalah lokasi (X)

2. Variabel dependen adalah variabel yang menjadi pusat perhatian utama peneliti. Hakikat sebuah masalah mudah terlihat dengan mengenali berbagai variabel dependen yang digunakan dalam sebuah model. Variabilitas dari atau atas faktor inilah yang berusaha untuk dijelaskan oleh seorang peneliti (**Ferdinand, 2006:26**). Dalam penelitian ini yang menjadi variabel dependen adalah Keputusan Pembelian (Y).

b. Definisi Operasional Variabel

Definisi operasional merupakan suatu petunjuk pelaksanaan bagaimana caranya mengukur suatu variabel. Menurut **Singarimbun dan Effendi, 1995 (dalam Wijayanti, 2008:142)** definisi operasional adalah suatu informasi ilmiah yang dapat membantu peneliti lain pada saat ingin menggunakan variabel yang sama. Definisi operasional dalam penelitian ini adalah :

1. Independen variabel lokasi

a) Definisi lokasi

Menurut **Fandy Tjiptono** Lokasi adalah tempat perusahaan beroperasi atau tempat perusahaan melakukan kegiatan untuk menghasilkan barang dan jasa yang mementingkan segi ekonominya.

b) Indikator Lokasi:

- Keterjangkauan lokasi
- Kelancaran akses menuju lokasi
- Kedekatan lokasi
- Fasilitas parker

2. Dependen variabel Keputusan Pembelian

a) Definisi Keputusan Pembelian

Pemilihan suatu tindakan dari dua atau lebih pilihan alternatif.

(Sumarwan, 2004:289)

b) Dari definisi tersebut maka indikator yang digunakan dalam penelitian ini adalah:

1. Pemilihan Produk
2. Pemilihan Merek
3. Pemilihan Penyalur
4. Waktu Pembelian

c. Operasionalisasi Variabel

Operasionalisasi variabel merupakan batasan yang dibuat oleh peneliti terhadap variabel penelitian, sehingga diharapkan dapat memberi suatu kejelasan pemahaman terhadap makna pengertian variabel yang dimaksud dalam penelitian.

Manfaat dari operasionalisasi variabel adalah sebagai berikut:

- a. Untuk menentukan skala data
- b. Sebagai acuan dalam pembuatan instrumen

Tabel 3.1
Operasionalisasi Variabel

Variabel	Sub Variabel	Dimensi	Indikator	Skala
Lokasi adalah tempat perusahaan beroperasi atau tempat perusahaan melakukan kegiatan untuk menghasilkan barang dan jasa yang mementingkan segi ekonominya. (Fandy Tjiptono)			Keterjangkauan lokasi	Ordinal
			Kelancaran akses	Ordinal
			Kedekatan lokasi	Ordinal
			Fasilitas Parkir	Ordinal
Keputusan Pembelian adalah semua pengalaman dalam pembelajaran, pemilihan, penggunaan, dan bahkan menyingkirkan produk			Pilihan produk	Ordinal
			Pilihan merek	Ordinal
			Pilihan saluran pembelian	Ordinal
			Waktu pembelian	Ordinal

3.3 Instrumen, Syarat Instrumen yang Baik untuk Pedoman Kuisoner, dan Bentuk Instrumen untuk Pedoman Kuisoner

a. Instrumen

Alat pengumpul data adalah suatu proses pengadaan data primer maupun data sekunder untuk keperluan penelitian. Adapun teknik pengumpulan data yang digunakan adalah sebagai berikut:

1. Wawancara, yaitu dengan memberikan pertanyaan kepada responden berdasarkan kuisoner yang telah dirumuskan mengenai *word of mouth* dan keputusan pembelian pada pada konsumen di distro “dRyshirt” Bandung.
2. Observasi yaitu peneliti mengadakan pengamatan langsung di distro “dRyshirt” Bandung yang diteliti guna melihat langsung situasi dan kondisi yang sesungguhnya.
3. Kuisoner, yaitu merupakan teknik pengambilan data yang dilakukan dengan cara memberi seperangkat pertanyaan atau pernyataan tertulis kepada responden untuk dijawabnya (Sugiyono, 2008:135). Bentuk kuisoner yang dibuat adalah kuisoner berstruktur, di mana materi pertanyaan menyangkut pendapat konsumen mengenai lokasi dan keputusan pembelian di distro “dRyshirt” Bandung. Kuisoner disusun berdasarkan item-item dan metode yang digunakan adalah skala likert.

b. Syarat instrument yang baik untuk pedoman kuesioner, yaitu meliputi:

- 1) Diujicoba (*try out*) kepada 30 orang responden dan 30 orang responden tersebut tidak dapat dimasukkan kembali pada anggota responden untuk pedoman kuesioner yang sebenarnya.
- 2) Memenuhi persyaratan validitas.

Uji validitas digunakan untuk mengukur sah atau valid tidaknya suatu kuesioner. Suatu kuesioner dikatakan valid jika pertanyaan pada kuesioner mampu untuk mengungkapkan sesuatu yang akan diukur oleh kuesioner tersebut (Imam Ghozali, 2002).

$$R_{xy} = \frac{n \sum X_1 \cdot 1 - \sum X_1 \cdot 1 \sum X_1}{\sqrt{((n \sum 1 \cdot 1^2 - (\sum X_1 \cdot 1)^2) - (n \sum X_1^2 - (\sum X_1)^2))}}$$

Di mana:

R_{xy} = koefisien korelasi

n = jumlah responden

X = skor dari item X

Y = skor dari item Y

Uji validitas dapat dilakukan dengan melihat korelasi antara skor masing-masing item dalam kuesioner dengan total skor yang ingin diukur yaitu menggunakan *Coefficient Corelation* Pearson dalam SPSS. Jika nilai signifikansi (P Value) > 0,05 maka tidak terjadi hubungan yang signifikan. Sedangkan apabila nilai signifikansi (P Value) < 0,05 maka terjadi hubungan yang signifikan.

3) Memenuhi persyaratan reliabilitas

Reliabilitas adalah alat untuk mengukur suatu kuesioner yang merupakan indikator dari variabel. Suatu kuesioner dikatakan reliabel atau handal jika jawaban seseorang terhadap pertanyaan adalah konsisten atau stabil dari waktu ke waktu (Azwar, 2010:117). Selain menggunakan dengan bantuan SPSS uji reliabilitas dapat dilakukan dengan menggunakan koefisien alpha cronbach:

$$a = \frac{k \cdot r}{1 + (k - 1) \cdot r}$$

Di mana:

k = jumlah variabel manifest yang membentuk variabel laten

r = rata-rata korelasi antar variabel manifest

c. Bentuk Instrumen Untuk Pedoman Kuesioner

Mengingat hasil melakukan operasionalisasi variabel diperoleh skala data variabel independen yaitu ordinal dan skala data variabel devenden juga ordinal, maka bentuk instrumen dalam penelitian ini adalah skala Likert. Skala Likert digunakan untuk mengukur sikap, pendapat, dan persepsi seorang atau kelompok orang tentang fenomena sosial (Sugiyono, 2008:132). Dengan asumsi sekurang-kurangnya skala data ordinal, maka variabel yang akan diukur dijabarkan menjadi indikator variabel. Kemudian indikator tersebut dijadikan sebagai tolak ukur untuk menyusun item-item instrument yang dapat berupa pertanyaan atau pernyataan. Setiap jawaban item instrument yang menggunakan skala Likert mempunyai gradasi dari sangat positif sampe sangat negatif, yang dapat berupa kata-kata antara lain:

Tabel 3.2
Kriteria Jawaban dan Skoring Penilaian Responden

No.	Keterangan	Skor Nilai
1	Sangat Setuju (SS)	5
2	Setuju (S)	4
3	Kurang setuju (KS)	3
4	Tidak Setuju (TS)	2
5	Sangat Tidak Setuju (STS)	1

Sumber: Sugiyono (2008:133)

3.4 Metode Analisis Data

Metode pengolahan dan analisis data dilakukan dengan melalui berbagai tahap berikut:

3.4.1 Analisis Regresi Linier Sederhana

Analisis regresi linier sederhana adalah hubungan secara linear antara satu variabel independen (X) dengan variabel dependen (Y). Analisis ini untuk mengetahui arah hubungan antara variabel independen dengan variabel dependen apakah positif atau negatif dan untuk memprediksi nilai dari variabel dependen apabila nilai variabel independen mengalami kenaikan atau penurunan. Data yang digunakan biasanya berskala interval atau rasio.

Menurut **Sugiyono (2008:270)**, persamaan umum regresi linier sederhana adalah sebagai berikut:

$$Y = a + bX$$

Keterangan:

Y = Subyek dalam variabel dependen yang diprediksi

X = Subyek pada variabel independen yang mempunyai nilai tertentu

a = Konstanta (nilai Y apabila X = 0)

b = Koefisien regresi (nilai peningkatan maupun penurunan)

Sedangkan untuk nilai konstanta a dan b menurut **Sugiyono (2008:272)**

ditentukan dengan menggunakan persamaan sebagai berikut:

$$a = \frac{\Sigma Y}{N} - b \frac{\Sigma X}{N}$$

$$b = \frac{N \cdot (\Sigma XY) - \Sigma X \Sigma Y}{N \cdot \Sigma X^2 - (\Sigma X)^2}$$

Dengan ketentuan:

Y = Nilai taksiran volume penjualan

X = Nilai proses penjualan

a = Konstanta

b = Koefisien regresi

Dalam regresi linear sederhana juga ada yang disebut dengan koefisien korelasi yang menunjukkan bahwa nilai suatu variabel bergantung pada perubahan nilai variabel yang lain. Rumus untuk menghitung koefisien korelasi adalah sebagai berikut:

$$r = \frac{N \Sigma XY - (\Sigma X)(\Sigma Y)}{\sqrt{N \Sigma X^2 - (\Sigma X)^2} \sqrt{N \Sigma Y^2 - (\Sigma Y)^2}}$$

Guna memenuhi fungsi mencari pengaruh sebab akibat, dengan asumsi adalah setelah melakukan operasional variabel di mana skala data untuk variabel independen dan dependennya adalah skala data ordinal.

Maka untuk memenuhi asumsi rumus ini dengan skala data sekurang-kurangnya adalah interval. Dengan skala data ordinal maka untuk memenuhi

asumsi skala data interval harus ditingkatkan lagi dengan menggunakan rumus *method successive interval* (MSI).

3.4.2 Transformasi Data

Asumsi yang harus dipenuhi pada saat melakukan analisis regresi data pengamatan minimal memiliki skala pengukuran interval. Agar dapat menggunakan analisis regresi dilakukan proses transformasi data dari skala pengukuran ordinal ke skala pengukuran interval melalui suatu metode yang dikenal sebagai *method of successive interval*. Langkah-langkah untuk melakukan transformasi data adalah sebagai berikut:

1. Berdasarkan hasil jawaban responden, untuk setiap pernyataan, hitung frekuensi setiap pilihan jawaban.
2. Berdasarkan frekuensi yang diperoleh untuk setiap pernyataan, hitung proporsi kumulatif untuk setiap pilihan jawaban.
3. Berdasarkan proporsi tersebut, untuk setiap pernyataan, hitung proporsi kumulatif untuk setiap pilihan jawaban.
4. Untuk setiap pernyataan, tentukan nilai batas untuk Z untuk setiap pilihan jawaban.
5. Hitung nilai numerik penskalaan (skala value) untuk setiap pilihan jawaban melalui persamaan berikut:

Scale Value

$$= \frac{\text{Density at Lower Limit} - \text{Density at Upper Limit}}{\text{Area Under Upper Limit} - \text{Area Under Lower Limit}}$$

Di mana:

Density at Lower limit = Kepadatan batas bawah

Density at Upper Limit = Kepadatan batas atas

Area Under Upper Limit = Daerah di bawah batas atas

Area Under Lower Limit = Daerah di bawah batas bawah

6. Hitung skor (nilai hasil transformasi) untuk setiap pilihan jawaban dengan persamaan berikut: $\text{Score} = \text{Scale Value} + \frac{\text{Scale Value} - \text{Minimum}}{10} + 1$

3.4.3 Uji Koefisien Regresi Sederhana (Uji F)

Pengujian ini untuk menentukan signifikansi pengaruh variabel independen terhadap variabel dependen secara simultan. Uji F dilakukan untuk membuktikan hipotesis awal tentang pengaruh lokasi (X) sebagai variabel independen terhadap keputusan pembelian (Y) sebagai variabel dependen. Pengujian ini akan membandingkan nilai signifikan dari hasil pengujian data dengan membandingkan nilai signifikan yang telah ditetapkan sebesar 0,10 (10%).

Pengambilan keputusan dengan membandingkan nilai F_{hitung} dengan nilai F_{tabel} . Bila F_{hitung} lebih besar dari nilai F_{tabel} maka dapat disimpulkan bahwa variabel independen dalam model mempengaruhi variabel dependen. Untuk menguji signifikansi hubungan variabel independen dengan variabel dependen secara simultan, maka digunakan uji F. Menurut Sugiyono (2008:257), rumus yang dapat digunakan untuk dapat melakukan pengujian ini adalah:

$$x = \frac{\frac{R^2}{k}}{\frac{(1 - R^2)}{(n - k - 1)}}$$

Di mana:

R^2 = Koefisien korelasi berganda

k = Jumlah variabel independen

n = jumlah anggota sampel

$F_h = F_{hitung}$ yang selanjutnya dibandingkan dengan F_{tabel}

Model hipotesis yang digunakan adalah rumusan hipotesis H_0 dan H_1 diatas. Nilai F_{hitung} akan dibandingkan dengan nilai F_{tabel} . Kriteria pengambilan keputusan, yaitu:

H_0 diterima bila $F_{hitung} \leq F_{tabel}$ pada $\alpha = 10\%$

H_0 ditolak bila $F_{hitung} \geq F_{tabel}$ pada $\alpha = 10\%$

F didasarkan pada derajat kebebasan sebagai berikut :

Derajat pembilang (df1) = k

Derajat penyebut (df2) = n-k-1

Apabila H_0 diterima, maka hal ini menunjukkan bahwa variabel independen tidak mempunyai hubungan yang signifikan dengan variabel dependen dan sebaliknya, apabila H_0 ditolak maka hal ini menunjukkan bahwa variabel independen mempunyai hubungan yang signifikan dengan variabel dependen.

H_0 : desain produk tidak mempengaruhi keputusan pembelian distro dRyshirt.

H_1 : desain produk mempengaruhi keputusan pembelian distro dRyshirt

3.4.4 Uji Koefisien Regresi Sederhana (Uji t)

Uji ini digunakan untuk mengetahui apakah variabel independen (X) berpengaruh secara signifikan terhadap variabel dependen (Y). Signifikan berarti pengaruh yang terjadi dapat berlaku untuk populasi (dapat digeneralisasikan).

Dari hasil analisis regresi di atas dapat diketahui nilai t hitung dengan langkah-langkah pengujian sebagai berikut:

1. Menentukan Hipotesis

H_0 : Ada pengaruh secara signifikan antara variabel X dengan variabel Y

H_a : Tidak ada pengaruh secara signifikan antara variabel X dengan variabel Y

2. Menentukan tingkat signifikansi

Tingkat signifikansi menggunakan $\alpha = 5\%$ (signifikansi 5% atau 0,05 adalah ukuran standar yang sering digunakan dalam penelitian)

3. Menentukan t hitung

Menentukan t hitung berdasarkan tabel

4. Menentukan t tabel

Tabel distribusi t dicari pada $\alpha = 5\% : 2 = 2,5\%$ (uji 2 sisi) dengan derajat kebebasan (df) $n-k-1$ atau $100-1-1=98$ (n adalah jumlah kasus dan k adalah jumlah variabel independen).

5. Kriteria Pengujian

H_0 diterima jika $-t_{tabel} < t_{hitung} < t_{tabel}$

H_0 ditolak jika $-t_{hitung} < -t_{tabel}$ atau $t_{hitung} > t_{tabel}$

6. Membandingkan t hitung dengan t tabel

Nilai t hitung $> t_{tabel}$ maka H_0 ditolak.

Nilai t hitung $< t_{tabel}$ maka H_0 diterima.