

## **BAB III**

### **METODOLOGI PENELITIAN**

#### **3.1 Variabel Penelitian dan Definisi Operasional Penelitian**

##### **3.1.1 Variabel Penelitian**

Sugiyono (2017) Variabel Penelitian adalah Metode penelitian pada dasarnya merupakan cara ilmiah untuk mendapatkan data dengan tujuan dan kegunaan tertentu. Variabel dalam penelitian ini dibagi menjadi dua yaitu variabel dependen dan variabel independen. Penjelasan dari variabel yang diuji dan yang dipengaruhi dalam penelitian ini. Adapun variabel dalam penelitian ini terdiri dari variabel *dependent* dan variabel *independent*.

1. Variabel Terikat (*Dependent Variables*) Keputusan Berkunjung (Y)
2. Variabel Bebas (*Independent Variables*) terdiri dari :
  - a Product
  - b Price
  - c Promotion
  - d Place
  - e People
  - f Process
  - g Physical Evidence

##### **3.1.2 Definisi Operasional Variabel**

Definisi operasional variabel adalah batasan pengertian yang dijadikan pedoman untuk melakukan suatu kegiatan penelitian. Definisi ini juga disebut definisi subjektif karena disusun berdasarkan keinginan orang yang akan

melakukan penelitian. Adapun variabel penelitian dan definisi operasional dari penelitian ini dijelaskan sebagai berikut :

**Tabel 3. 1**  
**Definisi Operasonal Variabel**

<b>Variabel Penelitian</b>	<b>Definisi</b>	<b>Indikator</b>
<i>Produk</i> (X1)	Produk jasa merupakan suatu kinerja penampilan, tidak berwujud dan dapat hilang, lebih dapat dirasakan daripada dimiliki, serta pelanggan lebih dapat berpartisipasi aktif dalam proses mengkonsumsi jasa tersebut (Kotler, 2014)	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Produk-produk wisata menarik untuk dikunjungi</li> <li>2. Produk-produk wisata memenuhi keinginan dan kebutuhan wisatawan untuk melakukan kegiatan wisata</li> <li>3. Produk-produk wisata memiliki keistimewaan tambahan (features) (Kotler, 2014)</li> </ol>
<i>Price</i> (X2)	Harga adalah sejumlah uang yang dibebankan atas suatu produk dan jasa, atau jumlah dari nilai yang ditukar konsumen atas manfaat-manfaat karena memiliki atau menggunakan produk atau jasa (Lupiyoadi 2014)	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Keterjangkauan harga produk-produk wisata</li> <li>2. Kesesuaian harga dengan kualitas produk-produk wisata.</li> <li>3. Kesesuaian harga dengan manfaat (Lupiyoadi 2014)</li> </ol>
<i>Place</i> (X3)	Tempat atau lokasi adalah sebuah titik tertentu yang dipilih oleh perusahaan untuk melaksanakan segala aktivitas usahanya, dimana titik tersebut mempunyai pengaruh terhadap strategi-strategi usaha dari perusahaan yang bersangkutan (Tjiptono, 2014).	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Letak wisata strategis dan sarana transportasi memudahkan wisatawan dalam mencapainya.</li> <li>2. Tempat sangat nyaman bagi wisatawan.</li> <li>3. Keamanan kawasan sekitar tempat-tempat wisata terjaga. (Tjiptono, 2014)</li> </ol>
<i>Promotion</i> (X4)	Promosi merupakan kegiatan yang mengomunikasikan manfaat dari sebuah produk dan membujuk target konsumen untuk membeli produk tersebut (Kotler dan Keller, 2012)	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Kuantitas penayangan iklan di media promosi.</li> <li>2. Kualitas penyampaian pesan dalam penayangan iklan di media promosi.</li> <li>3. Promosi penawaran paket-paket wisata</li> <li>4. Ketepatan atau kesesuaian sasaran promosi. (Kotler dan</li> </ol>

Variabel Penelitian	Definisi	Indikator
		Keller, 2012)
<i>People</i> (X5)	Orang ( <i>People</i> ) adalah semua pelaku yang memainkan peranan dalam penyajian jasa dan karenanya mempengaruhi persepsi pengguna jasa (Lupiyoadi, 2014)	1 Service People 2 Customer (Lupiyoadi, 2014)
<i>Process</i> (X6)	Proses merupakan segala prosedur faktual, sistem, dan aliran kegiatan yang dipergunakan untuk penyampaian jasa (Hurriyati, 2010)	1. Keramahan 2. Kecepatan 3. Ketepatan (Hurriyati, 2010)
<i>Physical Evidence</i> (X7)	<i>Physical Evidence</i> adalah keadaan lingkungan dimana pelayanan yang diberikan dan berinteraksi, serta terdapat komponen nyata yang melengkapi penampilan atau pelayanan dalam berkomunikasi (Hurriyati, 2010)	1. <i>Essential evidence</i> 2. <i>Peripheral evidence</i> (Hurriyati, 2010)
Keputusan Berkunjung (Y)	Perilaku pembeli konsumen adalah perilaku pembelian konsumen akhir individu dan rumah tangga yang membeli barang dan jasa untuk konsumsi pribadi, (Kotler dan Armstrong, 2014)	1. Fasilitas Lengkap 2. Pelayanan Ramah 3. Lokasi Bagus 4. Tempat Parkir Luas 5. Event Bulanan (Kotler dan Armstrong, 2014)

Sumber : (Kotler, 2014), (Lupiyoadi 2014), (Kotler dan Keller, 2012), (Hurriyati, 2010), (Kotler dan Armstrong, 2014)

## 3.2 Jenis dan Sumber Data

### 3.2.1 Jenis Data

Penelitian ini menggunakan jenis data kuantitatif. Data kuantitatif adalah jenis data yang dapat diukur atau dihitung langsung, yang berupa informasi atau penjelasan yang dinyatakan dengan bilangan atau berbentuk angka. Data kuantitatif yang diperoleh dalam penelitian ini dari pengunjung obyek wisata pantai Kartini Jepara.

### 3.2.2 Sumber Data

Menurut Sugiyono (2012) sumber data adalah pengambilan data yang diperoleh secara langsung oleh peneliti dari lapangan. Sumber ini dapat diperoleh peneliti melalui:

#### 1. Data Primer

Data Primer adalah data yang bersal langsung dari objek penelitian, yaitu berupa kuisioner yang diberikan secara langsung kepada responden untuk memperoleh informasi tentang faktor-faktor dari *Product, Price, Promotion, Place, People, Process* dan *Physical Evidence*, serta pengaruhnya terhadap kepuasan pengunjung. Cara pengumpulan data dengan peneliti mengamati pada pengunjung yang datang di obyek wisata tersebut. Dan data yang diambil tersebut langsung diperoleh dari pengisian kuisioner oleh para pengunjung Pantai Kartini Jepara yang telah selesai menikmati wahana di tempat Pantai Kartini Jepara dan sedang dalam persiapan untuk pulang. Adapun data yang dicatat dan dikumpulkan oleh peneliti antara lain data usia responden, data jenis kelamin responden, data

pendidikan terakhir responden, data masa kerja responden dan data penghasilan responden.

## 2. Data Sekunder

Data sekunder adalah data yang diperoleh melalui dokumentasi seperti buku literatur, jurnal penelitian terdahulu serta data lainnya yang menunjang materi penulisan pada penelitian ini bersumber pada obyek Pantai Kartini Jepara

### 3.3 Metode Pengolahan Data

#### 3.3.1 Editing

Editing adalah tahapan mengoreksi kesalahan yang terdapat dalam data dan kesalahan dalam memasukan data dari jawaban responden. Hal ini penting untuk menjaga keaslian dan kebenaran sebuah data Hasil penelitian

#### 3.3.2 Coding

Coding adalah teknik untuk mengkategorikan data atau dapat dipandang sebagai proses merubah data mentah kedalam simbol-simbol,yaitu angka-angka yang dapat di hitung dan ditabulasi.

#### 3.3.3 Scoring

Scoring merupakan pemberian skor pada jawaban kuisisioner.Scoring dalam penelitian ini menggunakan skala Likert dengan kriteria sebagai berikut:

1. Jawaban Sangat Tidak Setuju deiberi nilai 1
2. Jawaban Tidak Setuju Diberi nilai 2
3. Jawaban Netral diberi nilai 3
4. Jawaban Setuju diberi nilai 4

5. Jawaban Sangat Setuju diberi nilai 5

### **3.3.4 Tabulasi**

Tabulasi adalah pembuatan tabel agar mudah dipahami dan memudahkan pengelompokan jawaban-jawaban untuk keperluan analisa data. Selanjutnya data dikumpulkan dan dikumpulkan dalam bentuk file dan disimpan pada sistem, sistem yang digunakan dalam pengumpulan data tabulasi menggunakan sistem aplikasi microsoft excel.

## **3.4 Populasi, Teknik Pengambilan Sampel dan Sampel**

### **3.4.1 Populasi**

Populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri atas objek atau subyek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti (Sugiyono, 2013). Populasi dalam penelitian ini adalah pengunjung yang datang ke pantai Kartini Jepara yang jumlahnya tidak bisa diketahui secara pasti.

### **3.4.2 Sampel**

Sampel adalah bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi tersebut (Sugiyono, 2013). Pengambilan sampel harus sesuai dengan kualitas dan karakteristik suatu populasi. Ukuran populasi dalam penelitian sangat banyak dan tidak diketahui dengan pasti (tak terhingga), maka besar sampel yang digunakan rumus Rao Purba dalam (Kharis, 2011) menggunakan rumus sebagai berikut :

$$N = \frac{z^2}{4(moe)^2}$$

Diketahui:

N : Ukuran sampel

Z : 1,96 score pada tingkat signifikan tertentu (derajat keyakinan ditentukan 95%)

Moe : Margin of error, tingkat kesalahan maksimum adalah 10%

Karena jumlah pengunjung tidak diketahui secara pasti (tak terhingga).

Dengan menggunakan rumus di atas, maka diperoleh perhitungan sebagai berikut:

$$N = \frac{(1.96)^2}{4(10\%)^2}$$

$$N = 96.04$$

Dari perhitungan di atas, sampel yang akan dipakai dalam penelitian ini adalah sebanyak 96.04 yang dibulatkan menjadi 96 pengunjung Pantai Kartini Jepara.

### 3.4.3 Teknik Pengambilan Sampel

Penentuan pengambilan sampel menggunakan teknik *nonprobability sampling*, *nonprobability sampling* menurut (Sugiyono, 2013). Merupakan teknik pengambilan sampel yang tidak memberi peluang/ kesempatan sama bagi setiap unsur atau anggota populasi untuk dipilih menjadi sampel. Teknik *nonprobability* yang digunakan melalui metode *insidental sampling* yaitu responden yang dijadikan sampel berada di lokasi penelitian pengukuran variabel.

### 3.5 Metode Pengumpulan Data

Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah Metode Kuantitatif. Sugiyono (2013) Teknik analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah

analisis regresi berganda dan juga menggunakan uji asumsi klasik yaitu uji normalitas, uji multikoleniaritas, serta uji heteroskedastisitas. Untuk menguji kebenaran hipotesis digunakan uji F yaitu untuk menguji keberartian/signifikansi regresi secara keseluruhan, dan uji T untuk pengujian regresi secara terpisah atau parsial antar masing-masing variabel independen terhadap variabel dependen.

Sugiyono (2015) Analisis statistik deskriptif digunakan untuk menganalisis data dengan cara mendeskripsikan atau menggambarkan data yang telah terkumpul sebagaimana adanya tanpa bermaksud membuat kesimpulan yang berlaku untuk umum atau generalisasi. Dalam penelitian ini yang dianalisis adalah hasil jawaban pengunjung dari pertanyaan yang diajukan, yaitu yang berhubungan Keputusan Berkunjung di Pantai Kartini Jepara. Analisis statistik deskriptif merupakan pernyataan Skala Linkert dari pernyataan yang diberikan kepada responden yaitu :

1. Untuk jawaban STS (Sangat Tidak Setuju) diberi nilai / skor = 1
2. Untuk jawaban TS (Tidak Setuju) diberi nilai / skor = 2
3. Untuk jawaban CS (Cukup Setuju) diberi nilai / skor = 3
4. Untuk jawaban S (Setuju) diberi nilai / skor = 4
5. Untuk jawaban SS (Sangat Setuju) diberi nilai / skor = 5



## 3.6 Uji Validitas dan Reliabilitas

### 3.6.1 Uji Validitas

Uji validitas digunakan untuk mengetahui valid atau tidaknya suatu kuesioner. Suatu kuesioner dinyatakan valid jika pertanyaan pada kuesioner mampu mengungkapkan sesuatu yang akan diukur oleh kuesioner tersebut. (Ghozali, 2013). Tingkat validasi dapat diukur dengan membandingkan nilai  $r$  hitung dengan  $r$  table untuk *degree of freedom* ( $df$ ) =  $n-k-1$  dengan  $\alpha$  0,05, jika  $r$  lebih besar dari table dan nilai  $r$  positif, maka indikator pertanyaan tersebut dinyatakan valid.

### 3.6.2 Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas adalah alat untuk mengukur suatu kuesioner yang merupakan indikator dari variabel atau konstruk. Suatu kuesioner dikatakan reliabel atau handal jika jawaban seseorang terhadap pertanyaan adalah konsisten dari waktu ke waktu. (Ghozali, 2013). Dasar pengambilan keputusan :

1. Jika angka reliabilitas  $\alpha$  lebih besar dari 0,06 maka indikator pertanyaan tersebut reliabel.
2. Jika angka reliabilitas  $\alpha$  lebih kecil dari 0,06 maka indikator pertanyaan tersebut tidak reliabel.

### 3.7 Uji Asumsi Klasik

Asumsi klasik merupakan tahapan yang penting dilakukan dalam proses analisis regresi. Apabila tidak terdapat gejala asumsi klasik diharapkan dapat dihasilkan model regresi yang handal sesuai dengan kaidah BLUE (*Best Linier*

*Unbiased Estimator*, yang menghasilkan model regresi yang tidak bias dan handal sebagai penaksir (Sugiyono, 2013).

### **3.7.1 Uji Multicollinearity**

Uji Multikolonieritas bertujuan untuk menguji apakah model regresi ditemukan adanya korelasi antar variabel independen (Ghozali, 2013). Model regresi yang baik seharusnya tidak terjadi korelasi diantara variabel independen. Jika nilai tolerance  $> 0,1$  dan nilai VIF  $< 10$ , maka dapat disimpulkan bahwa tidak ada multikolonieritas antar variable independen dalam model regresi. Jika nilai tolerance  $< 0,1$  dan VIF  $> 10$ , maka dapat disimpulkan bahwa ada multikolonieritas antar variabel independen dalam model regresi.

### **3.7.2 Uji Heteroscedasticity**

Uji heteroskedastisitas dilakukan untuk mengetahui besaran untuk mengetahui apakah dalam model regresi terjadi ketidaksamaan varian dari suatu residual pengamatan ke pengamatan yang lain. Model regresi yang baik adalah tidak terjadi heteroskedastisitas. Jika ada titik-titik membentuk pola tertentu yang teratur seperti (bergelombang, melebar, kemudian menyempit) maka telah terjadi heteroskedastisitas. Jika titik-titik menyebar di atas dan di bawah angka 0 pada sumbu Y tanpa membentuk pola tertentu maka tidak terjadi heteroskedastisitas (Ghozali, 2013). Uji heteroskedastisitas dalam penelitian ini menggunakan uji gletser. Uji glejser dilihat dari nilai signifikansi semua variabel independen dengan nilai di atas atau lebih besar daripada 0,05. Oleh karena itu, dapat dikatakan bahwa variabel data penelitian ini adalah homogen atau lolos uji heteroskedastisitas.

### 3.7.3 Uji Normalitas

Uji Normalitas bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi, variabel pengganggu atau residual memiliki distribusi normal. Uji normalitas digunakan untuk menguji apakah dalam model regresi, kedua variabel (bebas maupun terikat) mempunyai distribusi normal atau setidaknya mendekati normal (Ghozali, 2013). Adapun dasar pengambilan keputusan sebagai berikut :

1. Jika data (titik) menyebar disekitar garis diagonal dan mengikuti arah garis diagonal atau grafik histogramnya menunjukkan pola distribusi normal, maka model regresi memenuhi asumsi normalitas.
2. Jika data menyebar jauh dari diagonal dan atau tidak mengikuti arah garis diagonal atau grafik histogram menunjukkan pola distribusi normal, maka model regresi tidak memenuhi asumsi normalitas (Ghozali, 2013).

### 3.7.4 Uji Linearitas

Uji Linieritas merupakan analisis statistik yang digunakan untuk mengetahui hubungan antara variabel bebas dengan variabel terikat bersifat linier atau tidak. Apabila pola regresinya linier maka analisis model linier dapat dilakukan. Uji Linieritas penelitian ini menggunakan metode uji F pada taraf signifikansi 5% pada ketiga variabel tersebut. Jika nilai Signifikansi  $F_{hitung}$  kurang dari atau sama dengan 0,05 maka hubungannya bersifat linier (Muhson, 2015).

### 3.8 Uji Statistik

#### 3.8.1 Analisis Regresi Berganda

Regresi Berganda digunakan untuk menganalisa data yang bersifat *multivariate*. Analisis ini digunakan untuk meramalkan nilai variabel dependen (Y), Uji normalitas digunakan untuk menguji apakah distribusi variabel terkait untuk setiap variabel bebas tertentu berdistribusi normal atau tidak dalam model regresi linear, asumsi ini ditunjukkan oleh nilai eror yang berdistribusi normal. Model regresi yang baik adalah model regresi yang memiliki distribusi normal atau mendekati normal, sehingga layak dilakukan pengujian secara statistik.

Uji normalitas data dilakukan dengan menggunakan Test Normality Kolmogorov-Smirnov, menurut Santosa (2012). Analisis regresi berganda digunakan untuk mengetahui seberapa besar pengaruh Product (X1), Price (X2), Promotion (X3), Place (X4), People (X5), Process (X6) dan Physical Evidence (X7) berpengaruh terhadap Keputusan Berkunjung pada obyek wisata pantai Kartini Jepara (Y). Variabel tersebut digunakan sebagai dasar untuk penelitian ini. Dari variabel tersebut diharapkan bisa dijadikan bahan untuk analisa data dari regresi liner berganda. Regresi digunakan diberbagai kasus, dikarenakan analisis regresi linier berganda merupakan alat yang digunakan untuk mengolah data.

Persamaan regresi linear berganda menggambarkan bahwa bauran pemasaran terhadap keputusan berkunjung dapat dijabarkan sebagai berikut, adapun rumus sebagai berikut:

$$Y = \beta_0 + \beta_1 X_1 + \beta_2 X_2 + \beta_3 X_3 + \beta_4 X_4 + \beta_5 X_5 + \beta_6 X_6 + \beta_7 X_7 + e$$

Dimana :

$Y$  : Keputusan Berkunjung

$\beta_0$  : Konstanta (constant)

$\beta_{1-7}$  : Konstanta (constant)

$X_1$  : Product

$X_2$  : Price

$X_3$  : Promotion

$X_4$  : Place

$X_5$  : People

$X_6$  : Process

$X_7$  : Physical Evidence

$e$  : Kesalahan (error)

Persamaan regresi dapat diartikan sebagai berikut:

1. Konstanta ( $\alpha$ ) menunjukkan angka negatif yang artinya jika variabel product, price, promotion, place, people, process dan physical evidence bernilai nol (0) atau konstan, maka keputusan berkunjung bernilai positif.
2. Product ( $X_1$ ) mempunyai koefisien regresi positif. Hasil ini menunjukkan bahwa apabila kualitas layanan mengalami peningkatan maka keputusan berkunjung akan meningkat.
3. Price ( $X_2$ ) mempunyai koefisien regresi positif. Hasil ini menunjukkan bahwa apabila kualitas layanan mengalami peningkatan maka keputusan berkunjung akan meningkat.
4. Promotion ( $X_3$ ) mempunyai koefisien regresi positif. Hasil ini menunjukkan bahwa apabila kualitas layanan mengalami peningkatan

maka keputusan berkunjung akan meningkat.

5. Place (X4) mempunyai koefisien regresi positif. Hasil ini menunjukkan bahwa apabila kualitas layanan mengalami peningkatan maka keputusan berkunjung akan meningkat.
6. People (X5) mempunyai koefisien regresi positif. Hasil ini menunjukkan bahwa apabila kualitas layanan mengalami peningkatan maka keputusan berkunjung akan meningkat.
7. Process (X6) mempunyai koefisien regresi positif. Hasil ini menunjukkan bahwa apabila kualitas layanan mengalami peningkatan maka keputusan berkunjung akan meningkat.
8. Physical evidence (X7) mempunyai koefisien regresi positif. Hasil ini menunjukkan bahwa apabila kualitas layanan mengalami peningkatan maka keputusan berkunjung akan meningkat.

### 3.8.2 Uji F (uji secara individu)

Uji F dilakukan dengan membandingkan F hitung dengan F tabel, jika  $F_{hitung} > F_{tabel}$  ( $H_0$  ditolak,  $H_a$  diterima). Dan sebaliknya jika  $F_{hitung} < F_{tabel}$ , maka model tidak signifikan, hal ini juga dapat ditandai nilai kolom signifikan (%) akan lebih besar dari  $\alpha$ . Tabel pengujian disebut tabel F, hasil uji statistik ini kemudian dibandingkan dengan nilai dalam tabel untuk menerima atau menolak hipotesis nol ( $H_0$ ) yang dikemukakan.

Uji F disebut juga dengan uji serentak atau bersama-sama mempengaruhi Y yaitu untuk menguji variabel yang berpengaruh antara X1, X2, X3, X4, X5, X6 dan X7 secara bersama-sama (simultan) Y dengan rumus sebagai berikut :

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

Keterangan :

R = Koefisien determinan

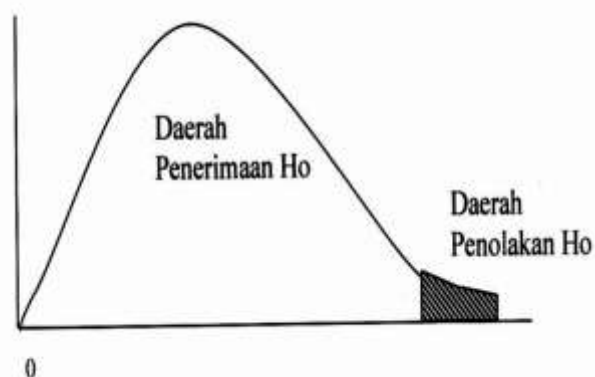
K = Banyaknya perubahan bebas

n = Jumlah data

Hipotesa yang akan digunakan dengan jarak nyata  $\alpha=0,05$  yaitu:

1.  $H_0: \beta \leq 0$   $H_0$  diterima ( $H_1$  ditolak) artinya tidak ada pengaruh positif dan signifikan antara variabel independen (Product, Price, Promotion, Place, People, Process dan Physical Evidence) terhadap variabel dependen (keputusan berkunjung) secara serentak.
2.  $H_1: \beta > 0$   $H_0$  ditolak ( $H_1$  diterima) artinya ada pengaruh yang positif dan signifikan antara Product, Price, Promotion, Place, People, Process dan Physical Evidence terhadap keputusan berkunjung secara serentak.
  - a. Bila probabilitas  $F > 0,05$  maka  $H_0$  diterima  $H_1$  ditolak.
  - b. Bila probabilitas  $F < 0,05$  maka  $H_0$  ditolak  $H_1$  diterima.

**Gambar 3. 1**  
**Grafik Daerah Batas Penerimaan Uji F**



### 3.8.3 Uji t

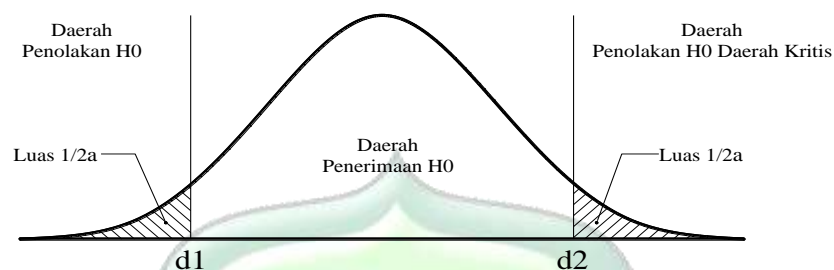
Uji t Tes merupakan alat uji statistik yang digunakan untuk menguji hipotesis komparatif dua sampel bila datanya berada pada skala interval atau rasio. Pengujian ini dilakukan secara persial atau individu, dengan menggunakan uji t statistik untuk masing- masing variabel bebas, dengan tingkat kepercayaan tertentu (Sugiyono, 2016). Hipotesis yang digunakan dalam penelitian ini adalah:

1.  $H_0 : \beta_1 =$  artinya variabel independen (Product, Price, Promotion, Place, People, Process dan Physical Evidence) tidak berpengaruh positif dan signifikan terhadap variabel dependen (kepuasan berkunjung)
2.  $H_a : \beta_1 =$  artinya variabel independen (Product, Price, Promotion, Place, People, Process dan Physical Evidence) berpengaruh positif dan signifikan terhadap variabel dependen (kepuasan berkunjung) Dasar pengambilan keputusan sebagai berikut:
  - a. Jika  $t_{hitung} < t_{tabel}$ , maka  $H_0$  diterima, artinya tidak ada pengaruh yang positif dan signifikan antara variabel independen dengan variabel dependen.
  - b. Jika  $t_{hitung} > t_{tabel}$ , maka  $H_0$  ditolak, artinya ada pengaruh yang positif dan signifikan antara variabel independen dengan variabel dependen.

Di samping membandingkan  $t_{hitung}$  dengan  $t_{tabel}$  agar bisa menentukan  $H_0$  diterima atau tidak, dapat pula dengan melihat nilai signifikansinya apakah lebih atau kurang dari (Sugiyono, 2017).



**Gambar 3. 2**  
**Skema Daerah Penolakan dan Penerimaan H<sub>0</sub>**



#### 3.8.4 Uji R (Koefisien Determinasi)

Koefisien Determinasi ( $R^2$ ) pada intinya mengukur seberapa jauh kemampuan model dalam menerangkan variabel-variabel dependen. Nilai koefisien determinasi adalah antara nol dan satu. Nilai  $R^2$  yang kecil berarti kemampuan variabel-variabel independen dalam menjelaskan variabel-variabel dependen amat terbatas. Nilai yang mendekati satu berarti variabel-variabel independen memberikan hampir informasi yang dibutuhkan untuk memprediksi variabel-variabel dependen (Ghozali, 2013).

Kelemahan mendasar menggunakan koefisien determinasi adalah bias terhadap jumlah variabel independen yang dimasukkan kedalam model. Setiap tambahan suatu variabel independen, maka  $R^2$  pasti meningkat tidak peduli apakah variabel tersebut berpengaruh secara signifikan terhadap variabel dependen. Oleh karena itu, banyak peneliti menganjurkan untuk menggunakan nilai *Adjusted R<sup>2</sup>* pada saat ini mengevaluasi mana model regresi terbaik. Tidak seperti  $R^2$ , nilai *Adjusted R<sup>2</sup>* dapat naik atau turun apabila satu variabel independen ditambahkan kedalam model (Ghozali, 2013).

### 3.8.5 Alat Analisis

Alat analisis yang digunakan dalam penelitian ini adalah *IBM SPSS Statistic*. Merupakan sebuah program komputer statistiknya yang berfungsi untuk membantu dalam memproses data-data statistik secara tepat dan tetap. Banyak cara yang dapat dilakukan untuk menguji normalitas suatu sampel salah satunya adalah dengan rumus dari aplikasi IBM SPSS Statistics 17 for Windows.

