

BAB III METODE PENELITIAN

A. Jenis dan Pendekatan Penelitian

1. Jenis Penelitian

Jenis penelitian yang digunakan dalam penelitian ini merupakan penelitian lapangan (*field research*) yang menggunakan pendekatan kuantitatif. Penelitian lapangan atau *field research* merupakan penelitian yang data dan informasinya diperoleh dari kegiatan di kancah (lapangan) kerja penelitian.¹ Penelitian ini ditunjukkan untuk memperoleh bukti empirik, menguji dan menjelaskan pengaruh religiusitas terhadap etika bisnis pedagang Muslim pada pedagang *cosmetic* di Pasar Bitingan Kota Kudus.

2. Pendekatan Penelitian

Pendekatan penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif. Pendekatan kuantitatif adalah pendekatan yang bekerja dengan angka, yang datanya berwujud bilangan (skor atau nilai, peringkat, atau frekuensi) yang dianalisis dengan menggunakan statistik untuk menjawab pertanyaan atau hipotesis penelitian yang bersifat spesifik, dan untuk melakukan prediksi bahwa suatu variabel tertentu mempengaruhi variabel yang lain dengan syarat utamanya adalah sampel yang diambil harus representative (dapat mewakili).² Data diperoleh dari hasil kuesioner yang dibagikan kepada responden, yaitu pedagang *cosmetic* di Pasar Bitingan Kota Kudus. Kuesioner ini digunakan untuk mengukur religiusitas terhadap etika bisnis pedagang Muslim di Pasar Bitingan Kota Kudus.

B. Populasi dan Sampel

1. Populasi

Populasi adalah semua bagian atau anggota dari objek yang akan diamati. Populasi bisa berupa orang,

¹ Supardi, *Metodologi Penelitian Ekonomi & Bisnis*, (Yogyakarta: UII Press, 2005), 34.

² Masrukin, *Metodologi Penelitian Kuantitatif*, (Kudus, Media Ilmu, 2009), 7.

benda, objek, peristiwa, atau apapun yang menjadi objek survei.³ Dengan demikian, populasi dari penelitian ini ialah seluruh pedagang di Pasar Bitingan Kota Kudus.

2. Sampel

Sampel adalah bagian dari sejumlah karakteristik yang dimiliki oleh populasi yang digunakan untuk penelitian. Apabila populasi besar, peneliti tidak mungkin mengambil semua untuk penelitian. Penyebabnya antara lain keterbatasan dana, tenaga, dan waktu, maka peneliti dapat menggunakan sampel yang diambil dari populasi itu. Pengambilan sampel kesimpulannya akan dapat diberlakukan untuk populasi. Sampel yang diambil dari populasi harus bisa mewakili dan valid, yaitu bisa mengukur sesuatu yang seharusnya diukur.⁴ Teknik sampling yang digunakan adalah non-probability sampling yakni teknik pengambilan sampel yang tidak memberi peluang atau kesempatan sama bagi setiap unsur atau anggota populasi untuk dipilih menjadi sampel. Teknik sampel ini menggunakan *sampling purposive* yakni teknik penentuan sampel dengan pertimbangan atau kriteria-kriteria tertentu.⁵ Kriteria sampel pedagang tertentu sesuai dengan yang dikehendaki oleh peneliti, yaitu:

- a. Beragama Islam;
- b. Menutup aurat bagi wanita;
- c. Berpakaian sopan bagi laki-laki;
- d. Mempunyai toko/los di Pasar Bitingan; dan
- e. Menjual produk *cosmetic* ilegal.

Berdasarkan kriteria tersebut, diperoleh 40 pedagang yang dijadikan sampel penelitian di Pasar Bitingan Kota Kudus.

³ Eriyanto, *Teknik Sampling: Analisis Opini Publik*, (Yogyakarta: LKiS, 2007), 61.

⁴ V. Wiratna Sujarweni, *Metodologi Penelitian: Bisnis & Ekonomi*, (Yogyakarta: Pustaka Baru Press, 2015), 81.

⁵ V. Wiratna Sujarweni, *Metodologi Penelitian: Bisnis & Ekonomi*, 87-88.

C. Identifikasi Variabel

Variabel penelitian pada dasarnya adalah sesuatu hal yang berbentuk apa saja yang ditetapkan oleh penenliti untuk dipelajari sehingga diperoleh informasi tentang hal tersebut, kemudian ditarik kesimpulannya. Secara teoritis variabel dapat didefinisikan sebagai atribut seseorang atau obyek yang mempunyai variasi antara satu orang dengan yang lain atau satu obyek dengan obyek yang lain. Variabel juga dapat diartikan sebagai atribut dari bidang keilmuan atau kegiatan tertentu.⁶ Macam-macam variabel dalam penelitian ini dapat dibedakan menjadi dua, yakni sebagai berikut :

1. Variabel Bebas (*Independent Variable*)

Variabel ini sering disebut sebagai variabel stimulus, predictor, antecedent. Variabel bebas merupakan variabel yang mempengaruhi atau yang menjadi sebab perubahannya atau timbulnya variabel dependen (terikat).⁷ Dalam penelitian ini yang menjadi variabel independen adalah Keyakinan (X1), Peribadatan (X2), Pengamalan (X3), Pengetahuan (X4), dan Penghayatan (X5).

2. Variabel Terikat (*Dependent Variable*)

Variabel ini sering disebut sebagai variabel output, kriteria, konsekuen. Variabel terikat merupakan variabel yang dipengaruhi atau yang menjadi akibat, karena adanya variabel bebas.⁸ Dalam penelitian ini yang menjadi variabel dependen adalah Etika Bisnis Pedagang Muslim (Y).

D. Variabel Operasional

Definisi operasional merupakan penentuan construct sehingga menjadi variabel yang dapat diukur. Definisi operasional menjelaskan cara tertentu yang digunakan oleh peneliti dalam mengoperasionalkan *construct*, sehingga memungkinkan bagi peneliti lain untuk melakukan replikasi

⁶ Teguh Muhammad, *Metodologi Penelitian Ekonomi Teori dan Aplikasi*, (Jakarta: Raja Grafindo Persada,2005), 31-32.

⁷ Teguh Muhammad, *Metodologi Penelitian Ekonomi Teori dan Aplikasi*, 33.

⁸ Teguh Muhammad, *Metodologi Penelitian Ekonomi Teori dan Aplikasi*, 33.

pengukuran dengan cara yang sama atau mengembangkan cara pengukuran *construct* yang lebih baik.⁹ Definisi operasional variabel yang akan digunakan pada penelitian ini adalah sebagai berikut :

Tabel 3.1
Definisi Operasional

Variabel	Definisi	Dimensi	Indikator	Skala
Religiusitas (X)	Religiusitas adalah hubungan pribadi dengan pribadi Ilahi Yang Maha Kuasa, Maha Pengasih dan Maha Penyayang (Tuhan) yang berkonsekuensi hasrat untuk berkenan kepada pribadi yang Ilahi itu dengan melaksanakan kehendak-Nya dan menjauhi yang tidak dikehendak-Nya. ¹⁰	1. Keyakinan (X1)	a. Percaya adanya Allah b. Percaya adanya malaikat-malaikat Allah c. Percaya adanya Nabi dan Rasul d. Percaya adanya kitab-kitab Allah e. Percaya adanya surga dan neraka f. Percaya adanya qadha' dan qadar ¹¹	<i>Likert</i>
		2. Perilaku	a. Pelaksanaan	<i>Likert</i>

⁹ Nur Indriantoro, dkk., *Metodologi Penelitian Bisnis untuk Akuntansi dan Manajemen*, (Yogyakarta, BPFE, 2002), 69.

¹⁰ Fauzan, "Pengaruh Religiusitas Terhadap Etika Berbisnis", *Jurnal Manajemen dan Kewirausahaan* 15, no. 1 (2013), 56.

		bada tan (X2)	shalat b. Pelaksanaan puasa c. Pelaksanaan zakat d. Pelaksanaan haji e. Pelaksanaan membaca Al- Qur'an f. Pelaksanaan membaca do'a g. Pelaksanaan membaca dzikir h. Pelaksanaan qurban ¹²	
		3. Pen- gam- alan (X3)	a. Suka menolong b. Bekerja sama c. Berderma d. Tidak mencuri e. Berlaku jujur f. Tidak menipu g. Tidak berjudi h. Tidak meminum minuman yang memabukkan i. Memaafkan j. Menjaga lingkungan ¹³	<i>Likert</i>
		4. Pen- geta- hua- n	a. Mengetahui isi Al-Qur'an b. Mengetahui rukun Islam	<i>Likert</i>

¹¹ Djamaludin Ancok dan Fuat Nashori Suroso, *Psikologi Islami: Solusi Islam atas Problem-problem Psikologi*, (Yogyakarta: Pustaka Pelajar, 2011), 80.

¹² Djamaludin Ancok dan Fuat Nashori Suroso, *Psikologi Islami: Solusi Islam atas Problem-problem Psikologi*, 80.

¹³ Djamaludin Ancok dan Fuat Nashori Suroso, *Psikologi Islami: Solusi Islam atas Problem-problem Psikologi*, 80-81.

		(X4)	c. Mengetahui rukun Iman d. Mengetahui hukum-hukum Islam e. Mengetahui sejarah Islam ¹⁴	
		5. Penghayatan (X5)	a. Perasaan dekat dengan Allah b. Perasaan do'a-doanya sering terkabul c. Perasaan bertawakal kepada Allah d. Perasaan khusyuk ketika shalat e. Perasaan tergetar ketika mendengar adzan f. Perasaan bersyukur kepada Allah g. Perasaan mendapat pertolongan dari Allah ¹⁵	<i>Likert</i>
Etika Bisnis (Y)	Etika bisnis merupakan prinsip-prinsip moral atau ajaran tingkah laku	1. Kesatuan (Unity)	a. Kesamaan derajat b. Kesatuan antara kegiatan bisnis dengan moralitas	<i>Likert</i>

¹⁴Djamiludin Ancok dan Fuat Nashori Suroso, *Psikologi Islami: Solusi Islam atas Problem-problem Psikologi*, 81.

¹⁵ Djamiludin Ancok dan Fuat Nashori Suroso, *Psikologi Islami: Solusi Islam atas Problem-problem Psikologi*, 82.

	atau kaidah - kaidah etika yang dianut dalam berbisnis. ¹⁶		c. Kesatuan antara manusia dengan pemilikan Tuhan	
		2. Kes eim ban gan (<i>Eq uilib rium</i>)	a. Intelektualitas b. Kehendak bebas c. Tanggungjawab dan akuntabilitas	
		3. Keh enda k Beb as (<i>Fre e Will</i>)	a. Pembebasan manusia pada ciptanya sendiri b. Penghambaan kepada Tuhan sebagai komitmen moral	
		4. Tang gung Jawa b (<i>Res pons ibilit y</i>)	a. Kejujuran b. keadilan	
		5. Keb enar an (<i>Ben</i>	a. Kebaikan bagi orang lain b. Kebersamaan ¹⁷	

¹⁶ Akrim Ashal Lubis, “Analisis Aspek Religiusitas terhadap Etika Bisnis Pedagang Pasar Muslim Pusat Pasar Kota Medan”, *Dusturiyah: Jurnal Hukum Islam, Perundang-undangan dan Pranata Sosial* 7, no. 1 (2017), 6.

¹⁷ Muhammad, *Etika Bisnis Islami*, (Yogyakarta: UPP-AMP YKPN, 2002), 71-72.

		evol ence)	
--	--	-------------------	--

Sumber : Teori Glock & Stark dan Teori Yusuf Al-Qardhawi.

E. Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data merupakan cara yang dilakukan peneliti untuk mengungkap atau menjangkir informasi kuantitatif dari responden sesuai lingkup penelitian.¹⁸ Pengumpulan data yang tepat sangat penting dalam suatu penelitian, karena data tersebut menentukan baik buruknya suatu penelitian. Metode pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini yakni sebagai berikut :

1. Observasi

Observasi merupakan suatu aktivitas yang memperhatikan sesuatu dengan menggunakan mata. Observasi atau pengamatan meliputi kegiatan pemusatan perhatian terhadap sesuatu objek dengan menggunakan seluruh alat indera.¹⁹ Penelitian ini merupakan kegiatan pengumpulan data lapangan dengan melihat secara langsung kegiatan pedagang di Pasar Bitingan Kota Kudus.

Metode observasi yang digunakan oleh peneliti ialah observasi sistematis, yakni peneliti melakukan pengamatan dengan menggunakan pedoman sebagai instrumen pengamatan.²⁰ Pedoman observasi berisi jenis kegiatan pedagang, waktu pengamatan dan tempat pengamatan. Jadi, observasi sistematis dilakukan apabila peneliti telah mengetahui secara pasti objek yang akan diamati.

2. Angket atau Kuesioner

Angket atau kuesioner merupakan sejumlah pertanyaan tertulis yang dipergunakan untuk memperoleh informasi dari responden dalam arti laporan tentang pribadinya atau hal-hal yang ia ketahui.²¹ Kuesioner yang dibagikan peneliti berupa kuesioner tertutup, yakni

¹⁸ V. Wiratna Sujarweni, *Metodologi Penelitian Bsinis & Ekonomi*, 93.

¹⁹ I Made Wirartha, *Metodologi Penelitian Sosial Ekonomi*, (Yogyakarta: ANDI, 2006), 228.

²⁰ I Made Wirartha, *Metodologi Penelitian Sosial Ekonomi*, 229.

²¹ I Made Wirartha, *Metodologi Penelitian Sosial Ekonomi*, 226.

pertanyaan yang sudah disediakan jawabannya, sehingga responden tinggal memilih.

Kuesioner dalam penelitian ini ditujukan kepada pedagang *cosmetic* Muslim di Pasar Bitingan Kota Kudus. Kuesioner disusun dengan menggunakan skala *likert* (*likert scale*), yakni digunakan untuk mengukur sikap, pendapat, dan persepsi seseorang atau sekelompok orang tentang fenomena sosial.²² Masing-masing pernyataan dibuat dengan menggunakan pilihan agar mendapatkan data yang bersifat subyektif dan diberikan skor sebagai berikut :

Tabel 3.2
Skala Likert

No.	Keterangan	Skor
1.	Sangat Tidak Setuju (STS)	1
2.	Tidak Setuju (TS)	2
3.	Netral (N)	3
4.	Setuju (S)	4
5.	Sangat Setuju (SS)	5

Sumber: Skala likert dalam buku Sugiyono, 2004.

3. Dokumentasi

Dokumentasi berasal dari kata dokumen yang artinya barang-barang tertulis.²³ Metode dokumentasi yaitu teknik pengumpulan data dengan mengambil data yang telah tercatat dalam suatu laporan pada pembukuan. Sehingga peneliti tidak melakukan pengolahan langsung. Pelaksanaan metode dokumentasi ini peneliti menyelidiki benda-benda tertulis seperti buku-buku dan papan informasi. Data ini berupa gambaran umum obyek penelitian yang berupa sejarah, profil, dan lain sebagainya di Pasar Bitingan Kota Kudus.

F. Uji Validitas dan Reliabilitas

1. Uji Validitas

Validitas adalah ketetapan atau kecermatan suatu instrumen dalam mengukur apa yang ingin diukur. Uji

²² Sugiyono, *Metode Penelitian Bisnis*, (Bandung: Alfabeta, 2004), 86.

²³ I Made Wiratha, *Metodologi Penelitian Sosial Ekonomi*, 230.

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.

Uji signifikansi dilakukan dengan membandingkan nilai r hitung dengan r tabel untuk *degree of freedom* (df) = $n-2$. Uji signifikansi koefisien korelasi pada tahap signifikansi adalah 0,05, artinya suatu item dianggap valid jika berkorelasi signifikan terhadap skor total. Untuk menguji apakah masing-masing indikator valid atau tidak maka bisa dilihat pada tampilan output *Cronbach Alpha* pada kolom *Correlated Item – Total Correlation* > dari r tabel. Jika r hitung lebih besar dari r tabel dan nilainya positif maka butir atau pertanyaan atau indikator tersebut dinyatakan valid.²⁴

2. Uji Reliabilitas

Reliabilitas sebenarnya 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 atau stabil dari waktu ke waktu.

Untuk melakukan uji reliabilitas dapat digunakan menggunakan program SPSS dengan menggunakan Uji Statistik *Cronbach Alpha*. Adapun kriteria bahwa instrumen itu dikatakan reliabel apabila nilai yang didapat dalam proses pengujian dengan uji statistik *Cronbach Alpha* > 0,70. Dan jika *Cronbach Alpha* ditemukan angka koefisien < 0,70 maka dikatakan tidak reliabel.²⁵

G. Teknik Analisis data

Menurut pendekatan analisis data yang akan digunakan, penelitian ini akan menggunakan metode kuantitatif. Metode ini digunakan agar penulis dapat berusaha menekankan analisisnya pada data-data yang diolah dengan metode statistik

²⁴ Imam Ghozali, *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS 19* (Semarang: Badan Penerbit-Undip, 2011), 52.

²⁵ Imam Ghozali, *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS 19*, 47.

kemudian hasilnya akan disajikan secara sistematis, sehingga dapat lebih mudah untuk dipahami dan disimpulkan. Setelah itu data hasil pengolahan statistik akan dijabarkan secara deskriptif. Analisis data akan menggunakan program SPSS (*Statistical Package for Sosial Science*). Analisis ini dilakukan dengan beberapa tahapan sebagai berikut :

1. Uji Asumsi Klasik

a. Uji Normalitas

Uji Normalitas bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi, variabel pengganggu atau residual memiliki distribusi normal. Seperti diketahui bahwa uji t dan f mengasumsikan bahwa nilai residual mengikuti distribusi normal. Kalau asumsi ini dilanggar maka uji statistik menjadi tidak valid untuk jumlah sampel kecil. Ada 2 cara untuk mendeteksi apakah residual berdistribusi normal atau tidak yaitu dengan analisis grafik dan uji statistik.²⁶

1) Analisis Grafik

Salah satu cara termudah untuk melihat normalitas residual adalah dengan melihat grafik *histogram* yang membandingkan antara data observasi dengan distribusi yang mendekati distribusi normal.

2) Uji Statistik

Uji statistik sederhana dapat dilakukan dengan melihat nilai *kurtosis* dan *skewness* dari *residual* tersebut.

b. Uji Multikolinearitas

Uji Multikolinearitas bertujuan untuk menguji apakah model regresi ditemukan adanya korelasi antar variabel bebas (*Independen*). Model *regresi* yang baik seharusnya tidak terjadi korelasi diantara variabel *independen*. Jika variabel independen saling berkorelasi, maka variabel-variabel ini tidak *ortogonal*. Variabel *ortogonal* adalah variabel *independen* yang nilai korelasi antar sesama variabel independen sama dengan nol.

²⁶ Imam Ghozali, *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS 19*, 160.

Untuk mendeteksi ada tidaknya multikolinearitas didalam model regresi adalah dengan nilai *Tolerance* dan *Variance Inflation Factor* (VIF). Kedua ukuran ini menunjukkan setiap variabel *independen* manakah yang dijelaskan oleh variabel *independen* lainnya. Jadi, jika nilai *tolerance* yang rendah sama dengan nilai VIF yang tinggi (karena $VIF = 1/Tolerance$). Nilai yang umum dipakai untuk menunjukkan adanya multikolinearitas adalah nilai *tolerance* $\leq 0,10$ atau sama dengan nilai $VIF \geq 10$.²⁷

c. Uji Autokorelasi

Uji Autokorelasi bertujuan menguji apakah dalam model regresi linier ada korelasi antara kesalahan pengganggu pada periode t dengan kesalahan pengganggu pada periode $t-1$ (sebelumnya). Jika terjadi korelasi, maka dinamakan ada problem autokorelasi atau ada masalah dalam autokorelasi. Autokorelasi muncul karena observasi yang berurutan sepanjang waktu berkaitan satu sama lainnya. Masalah ini timbul karena *residual* (kesalahan pengganggu) tidak bebas dari satu observasi ke observasi lainnya. Cara yang dapat digunakan untuk mendeteksi ada atau tidaknya autokorelasi yaitu dengan *Uji Durbin-Watson* (DW test).²⁸

Tabel 3.3

Pengambilan Keputusan ada tidaknya Autokorelasi

Hipotesis Nol	Keputusan	Jika
Tidak ada autokorelasi positif	Tolak	$0 < d < dl$
Tidak ada autokorelasi positif	No Desicision	$dl \leq d \leq du$
Tidak ada korelasi negatif	Tolak	$4 - dl < d < 4$
Tidak ada korelasi	No Desicision	$4 - du \leq d \leq 4$

²⁷ Imam Ghozali, *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IMB SPSS 19*, 105.

²⁸ Imam Ghozali, *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IMB SPSS 19*, 110.

negatif		- dl
Tidak ada autokorelasi, positif atau negatif	Tidak ditolak	$du < d < 4 - du$

Sumber: Imam Ghazali²⁹

d. Uji Heteroskedastisitas

Uji Heteroskedastisitas bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi terjadi ketidaksamaan *variance* dari residual satu pengamatan ke pengamatan yang lain. Jika *variance* dari residual satu pengamatan ke pengamatan lain tetap, maka disebut Homoskedastisitas dan jika berbeda disebut Heteroskedastisitas.

Untuk mendeteksi ada atau tidaknya heteroskedastisitas dapat dilakukan dengan melihat ada tidaknya pola tertentu pada grafik *Scatterplot* antara SRESID dan ZPRED dimana sumbu Y adalah Y yang telah diprediksi, dan sumbu X adalah residual (Y prediksi - Y sesungguhnya) yang telah *di-studentized*. Jika pada grafik tidak ada pola yang jelas serta titik-titik menyebar diatas dan dibawah sumbu 0 (nol) pada sumbu Y, maka tidak terjadi heteroskedastisitas dalam suatu regresi.³⁰

2. Uji Analisis Regresi

Analisis Regresi Berganda membahas hubungan variabel terikat dengan dua atau lebih variabel bebas. Persamaan regresinya adalah:

$$Y = a + a_1X_1 + a_2X_2 + a_3X_3 + a_4X_4 + a_5X_5 + e$$

Dimana :

Y = Etika Bisnis Pedagang Muslim

a = Kontanta

²⁹ Imam Ghazali, *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IMB SPSS 19*, 111.

³⁰ Imam Ghazali, *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IMB SPSS 19*, 139.

- a_1, a_2, a_3, a_4, a_5 = Koefisien regresi untuk variabel $X_1, X_2, X_3, X_4,$ dan X_5
 X_1 = Keyakinan
 X_2 = Peribadatan
 X_3 = Pengamalan
 X_4 = Pengetahuan
 X_5 = Penghayatan
 e = Error

3. Uji Statistik

a. Uji F

Uji F digunakan untuk menguji apakah populasi tempat sampel diambil memiliki korelasi multiple (R) nol atau apakah terdapat sebuah relasi yang signifikan antara variabel-variabel independen dengan variabel-variabel dependen.³¹ Pengujian ini dilakukan dengan membandingkan nilai F_{hitung} dengan F_{tabel} dengan ketentuan sebagai berikut:

- 1) Jika $F_{hitung} < F_{tabel}$ maka H_0 diterima
- 2) Jika $F_{hitung} > F_{tabel}$ maka H_0 ditolak

b. Koefisien Determinan (R^2)

Digunakan untuk mengukur ketepatan dari model analisis yang dibuat. Nilai koefisien determinasi digunakan untuk mengukur besarnya sumbangan dari variabel bebas yang diteliti terhadap variasi variabel tergantung. Bila R^2 mendekati angka satu maka dapat dikatakan bahwa sumbangan dari variabel bebas terhadap variabel tergantung semakin besar. Hal ini berarti model yang digunakan semakin kuat untuk menerangkan variasi variabel tergantung atau terikat.³²

c. Uji parsial (Uji T)

Uji t digunakan untuk mengetahui masing-masing sumbangan variabel bebas secara parsial terhadap variabel tergantung menggunakan uji masing-masing koefisien regresi variabel bebas apakah mempunyai

³¹Deni Darmawan, *Metode Penelitian Kuantitatif* (Bandung: PT Remaja Rosdakarya, 2013), 180.

³² Imam Ghozali, *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IMB SPSS 19*, 30.

pengaruh yang bermakna atau tidak terhadap variabel terikat.³³ Pengujian ini dilakukan dengan membandingkan nilai t_{hitung} dengan t_{tabel} dengan ketentuan sebagai berikut :

- 1) Jika $T_{hitung} > T_{tabel}$ maka H_0 ditolak dan H_a diterima
- 2) Jika $T_{hitung} < T_{tabel}$ maka H_0 diterima dan H_a ditolak



³³ Deni Darmawan, *Metode Penelitian Kuantitatif*, 180.