

BAB III METODE PENELITIAN

A. Jenis dan Pendekatan Penelitian

Jenis kajian yang dipakai pada kajian ini ialah penelitian lapangan ataupun *field research* yakni penelitian dengan masyarakat umum ataupun khusus sebagai sasaran ataupun responden.¹ Dalam hal ini sasaran yang diamati ialah terkait dengan pengaruh motivasi usaha, jiwa kewirausahaan, dan lokasi usaha terhadap keberhasilan usaha para pengusaha kuliner foodcourt di Kota Kudus. Pemilihan foodcourt sebagai objek penelitian karena foodcourt merupakan salah satu jenis tempat makan yang kini sedang marak dan digemari oleh masyarakat kota Kudus.

Pendekatan kajian ini ialah pendekatan kuantitatif. Metode kuantitatif ialah metode yang menghasilkan suatu temuan baru yang didapatkan dengan memakai langkah-langkah statistik ataupun yang lainnya dari sebuah pengukuran. Penelitian kuantitatif ialah penelitian untuk menemukan suatu pemahaman yang didapat melalui analisis berupa angka.²

B. Setting Penelitian

Tempat ataupun lokasi yang diambil pada kajian ini yakni Foodcourt-Foodcourt yang ada di Kudus yakni Andrawina Food Terrace, The Cekli Town Kudus, Pujasera Nongky-Nongky, Muria Kuliner, dan Foodcourt Center Kudus. Tempat atau lokasi tersebut dipilih oleh peneliti karena sesuai dengan kriteria foodcourt. Kajian ini dijalankan pada tanggal 14 Maret – 14 April 2022. Waktu tersebut dipilih guna memahami perbedaan tingkat keramaian sebelum dan sesudah adanya hari besar misalnya saat ramadhan seperti ini.

C. Populasi dan Sampel

1. Populasi

Populasi ialah wilayah generalisasi yang terdiri dari obyek ataupun subyek yang mempunyai jumlah dan karakteristik tertentu yang telah ditetapkan oleh penulis untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulan.³ Populasi

¹ Burhan Bungin, “Metodologi Penelitian Kuantitatif Komunikasi Ekonomi, dan Kebijakan Publik Serta Ilmu-Ilmu Sosial Lainnya”, (Jakarta: Kencana, 2005), 56.

² Nanang Martono, “Metode Penelitian Kuantitatif”, (Jakarta: Raja Grafindo Persada, 2014), 20.

³ Sugiyono, “Metode Penelitian Manajemen”, (Bandung: Alfabeta, 2018), 148.

termasuk total subjek penelitian baik berupa benda, orang, ataupun yang lainnya yang bisa memberi suatu data ataupun informasi bagi penelitian.⁴

Populasi pada kajian ini ialah 40 pengusaha kuliner dari lima *foodcourt* di Kudus yakni Andrawina Food Terrace (AFTER) Kudus, Pujasera Nongki-Nongki Kudus, The Cekli Town Kudus, Foodcourt Center Kudus, dan Muria Kuliner Kudus. Kelima tempat tersebut dipilih karena tempat tersebut sesuai dengan karakteristik *foodcourt*.

2. Sampel

Sampel ialah sebagian jumlah dan karakteristik dari populasi. Menurut Roscoe, ukuran sampel yang layak untuk sebuah penelitian secara umum adalah lebih besar dari 30 dan kurang dari 500 responden.⁵ Sampel pada kajian ini diambil dengan memakai teknik *NonProbability Sampling* ataupun sampel tidak berpeluang yakni tidak adanya peluang ataupun kesempatan yang sama bagi setiap anggota populasi untuk dipilih menjadi sampel. Pengambilan ini memakai jenis *Census Sampling* yakni penentuan sampel dimana semua anggota populasi dijadikan sampel penelitian.⁶

Sampel pada kajian ini ialah 40 pengusaha kuliner dari lima *foodcourt* di Kudus yakni Andrawina Food Terrace (AFTER) Kudus, Pujasera Nongki-Nongki Kudus, The Cekli Town Kudus, Foodcourt Center Kudus, dan Muria Kuliner Kudus.

D. Desain dan Definisi Operasional Variabel

Desain penelitian termasuk landasan, aturan dan metode dalam menyusun strategi untuk membuat model ataupun *blue print* dalam penelitian.⁷ Definisi operasional termasuk penjelasan terkait variabel penelitian agar bisa dipahami arti dari setiap variabel sebelum menjalankan analisis, instrument, dan sumber pengukuran. Definisi operasional dari berbagai variabel tersebut ialah seperti berikut:

⁴ Jonathan Sarwono, "Metode Penelitian Kuantitatif dan Kualitatif", (Yogyakarta: Graha Ilmu, 2016), 124.

⁵ Asep Hermawan dan Husna Leila Yusran, *Penelitian Bisnis Pendekatan Kuantitatif*, (Depok: Kencana, 2017): 105.

⁶ Nanang Martono, "Metode Penelitian Kuantitatif: Analisis Isi dan Analisa data Sekunder", (Jakarta: Rajawali Pers, 2014), 80-81.

⁷ Wiratna Sujarweni, "Metodologi Penelitian Bisnis & Ekonomi", (Yogyakarta: Pustaka Baru Press, 2015), 82.

Tabel 3.1
Variabel Operasional

Variabel	Definisi	Dimensi	Indikator	Referensi	Skala
Motivasi Usaha (X1)	Motivasi ialah sifat kepribadian yang mendorong individu untuk berusaha sebaik mungkin dalam mencapai tujuan tertentu. ⁸	<ol style="list-style-type: none"> 1. Alasan keuangan 2. Alasan pelayanan 3. Alasan sosial 4. Alasan pemenuhan diri 	<ol style="list-style-type: none"> a. Memanfaatkan modal yang dimiliki untuk pengembangan usaha. b. Lebih hormat memiliki usaha sendiri daripada bekerja dengan orang lain. c. Membuka lapangan pekerjaan baru. d. Bangga memiliki usaha sendiri. e. Bisa membagi waktu 	Mei Ie dan Eni Visatia (2013)	Likert

⁸ Dr. Basrowi, “Kewirausahaan: untuk Perguruan Tinggi”, (Bogor: Ghlaia Indonesia, 2014), 65.

			antara usaha dan keluarga		
Jiwa Kewirausahaan (X2)	Jiwa kewirausahaan adalah sikap dan perilaku dalam melihat peluang usaha dan mewujudkannya dengan melihat risiko, mengelola secara kreatif dan inovatif, serta menjalin kerjasama ⁹ .	<ol style="list-style-type: none"> 1. Percaya diri 2. Berorientasi pada tugas dan hasil 3. Pengambilan risiko 4. Kepemimpinan 5. Berorientasi pada masa depan 	<ol style="list-style-type: none"> a. Keyakinan b. Optimisme a. Ketekunan b. Berorientasi pada laba a. Respon terhadap tantangan b. Kemampuan menilai risiko secara realistis a. Mampu bersosialisasi/berinteraksi dengan orang lain b. Menanggapi 	Trustorini Handayani dan Yusuf Tanjung (2017)	Likert

⁹ Syahrudin S, “Pengaruh Jiwa Kewirausahaan dan Lokasi Terhadap Keberhasilan Usaha Kelapa Parut Ibu Maritha di Tenggarong Seberang,” Jurnal Ekonomi dan Manajemen Indonesia, Vo. 17, No.1, Juni (2017): 83.

			<p>saran dan kritik</p> <p>a. Mempunyai target/arah usaha</p> <p>b. Memiliki keinginan untuk mencapai rencana/target</p>		
Lokasi Usaha (X3)	Lokasi merupakan tempat untuk melayani konsumen, aktivitas produksi, aktivitas penyimpanan, dan untuk mengendalikn kegiatan perusahaan secara keseluruhan. ¹⁰	<ol style="list-style-type: none"> 1. Akses 2. Visabilitas 3. Lalu lintas/traffic 4. Perluasan/ekspansi 5. Lingkungan 	<p>a. Lokasi usaha yang mudah dijangkau</p> <p>b. Lokasi usaha dekat dengan transportasi umum</p> <p>c. Lokasi usaha terlihat jelas dari jarak pandang</p>	Kasmir (2006)	Likert

¹⁰ Kasmir, "Kewirausahaan: Edisi Revisi", (Jakarta: Raja Grafindo Persada, 2006), 140.

			<p>normal</p> <p>d. Tempat parkir yang luas, aman, dan nyaman</p> <p>e. Aksesibilitas tempat yang cukup luas</p> <p>f. Wilayah sekitar tempat usaha mendukung produk yang ditawarkan</p>		
Keberhasilan Usaha (Y)	Keberhasilan usaha ialah keadaan yang menunjukkan adanya kemajuan ataupun peningkatan kondisi sekarang dengan periode	<ol style="list-style-type: none"> 1. Modal 2. Pendapatan 3. Volume Penjualan 4. Output Produksi 5. Tenaga kerja 	<ol style="list-style-type: none"> a. Akumulasi modal bertambah setiap tahun b. Pendapatan meningkat setiap tahun c. Volume penjual 	Dyah Ayu Ardiyanti dan Zulkarnen Mora (2019)	Likert

	sebelumnya. ¹¹		an meningkat d. Jumlah produksi dan jasa terus meningkat e. Memiliki tenaga kerja dalam operasional usaha	
--	---------------------------	--	---	--

E. Uji Validitas dan Reliabilitas Instrumen

1. Uji Validitas dan Reliabilitas Instrumen

a. Uji Validitas Instrumen

Uji validitas ialah ketepatan suatu instrument dalam mengukur apa yang ingin diukur. Pengujian ini mempunyai tujuan untuk memberi informasi valid ataupun tidaknya sebuah kuesioner ataupun angket dan angket tersebut dinyatakan valid apabila pertanyaan pada angket tersebut bisa mengungkap sesuatu yang diukur dengan angket tersebut.¹² Uji validitas bisa dijalankan dengan cara menjalankan perbandingan nilai *r* hitung dengan *r* tabel untuk *degree of freedom* (*df*) = *n* – 2, (*n* jumlah sampel). Melihat valid ataupun tidaknya ialah dengan cara menjalankan perbandingan *Corrected Item Total Correlation* dengan hasil penghitungan *r* tabel jika *r* hitung > *r* tabel maka dinyatakan valid.¹³

¹¹ Yunita Sari, “Pengaruh Kreativitas Dan Motivasi Terhadap Keberhasilan Usaha Pada Bisnis Kuiner Di Kab Oku,” *Jurnal Visionist*, Vol. 10 No. 1 Maret (2021): 63-64.

¹² Slamet Riyanto dan Aglis Andhita Hatmawan, “*Metode Riset Penelitian Kuantitatif*”, (Yogyakarta: CV Budi Utama, 2020), 63.

¹³ Imam Ghozali, “*Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program SPSS*”, edisi ke-8, (Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro, 2018), 53.

b. Uji Reliabilitas Instrumen

Reliabilitas ialah suatu nilai yang menampakkan kestabilan dari suatu alat pengukur di dalam menilai masalah ataupun fenomena yang sama. Setiap alat pengukur seharusnya mempunyai kemampuan untuk menyampaikan hasil pengukuran yang stabil, semakin kecil tingkat kesalahan dalam pengukuran, maka alat pengukur tersebut semakin *reliable*, begitupun sebaliknya semakin besar tingkat kesalahan pengukuran maka alat pengukur tersebut semakin tidak *reliabel*. Nilai pengukuran terlihat dari nilai korelasi diantara hasil pengukuran pertama dan kedua. Apabila nilai korelasi (r) dikuadratkan, maka hasilnya disebut koefesien determinasi ataupun *coefficient of determination* yang berfungsi sebagai penunjuk besar kecilnya hasil pengukuran yang sebenarnya. Semakin tinggi angka korelasi, maka semakin besar nilai koefisien determinasi sehingga semakin rendah kesalahan pengukurannya.¹⁴

Pengukuran reliabilitas bisa dijalankan dengan memakai dua cara yakni:

- 1) Pengukuran pengulangan *ataupun Repeated Measure*, yakni seseorang diberi pertanyaan yang sama pada waktu yang berbeda untuk kemudian dilihat apakah ia konsisten dengan jawabannya ataupun tidak.
- 2) Pengukuran sekali ataupun *One Shot*, yakni pengukuran yang dijalankan sekali untuk kemudian dibanding dengan pertanyaan lainnya ataupun mengukur korelasi antar jawaban. Aplikasi SPSS memberi fasilitas guna menjalankan pengukuran reliabilitas dengan uji statistic yakni *Cronbach Alpha* (α). Suatu variabel dinyatakan *reliable* apabila *Cronbach Alpha* bernilai $> 0,60$.¹⁵

F. Teknik Pengumpulan Data

Pada umumnya pemilihan Teknik pengumpulan data yang dipakai oleh penulis bisa mempengaruhi penelitian. Teknik pengumpulan data berpengaruh pada hasil yang sesuai dengan

¹⁴ Husein Umar, "*Metode Riset Bisnis*", 113.

¹⁵ Imam Ghozali, "*Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program SPSS*", edisi

keinginan, akurat, dan relevan.¹⁶ Metode pengumpulan data yang dipakai pada kajian ini antara lain yakni:

1. Dokumentasi

Dokumentasi termasuk teknik dalam mengumpulkan data yang didapatkan dari catatan terkait peristiwa ataupun kegiatan. Dokumentasi disajikan dalam bentuk data statistik yang terjadi pada periode tertentu, seperti dari buku, jurnal ataupun literature lainnya yang mempunyai kesamaan ataupun relevan dengan kajian yang kemudian dijadikan sebagai dasar dalam memahami objek kajian yang akan diteliti.¹⁷ Metode ini biasa dipakai untuk mendapatkan informasi berupa data-data yang didapatkan dari responden yakni para pengusaha kuliner *foodcourt* yang ada di Kudus yang berkaitan dengan keberhasilan usaha dan dokumen-dokumen lainnya yang relevan dengan penelitian.

2. Observasi

Observasi ialah suatu runtutan proses pengumpulan informasi berupa data yang dijalankan melalui pencatatan aktivitas manusia dan benda ataupun segala sesuatu yang terjadi dengan sistematis tanpa adanya asumsi dan komunikasi ataupun kepentingan tertentu dengan obyek yang akan diteliti.¹⁸ Pada kajian ini, observasi dipakai untuk mendapatkan data, gambaran umum, dan lokasi *foodcourt-foodcourt* yang ada di Kudus.

3. Kuesioner (Angket)

Kuesioner ataupun angket termasuk teknik dalam pengumpulan data yang dilaksanakan dengan cara menyampaikan pertanyaan kepada responden agar responden bisa memberi jawabannya.¹⁹ Pembuatan angket ataupun kuesioner dalam penelitian memakai skala likert (*likert scale*), dimana masing-masing pertanyaan terdapat pilihan agar didapatkan data yang bersifat subyektif dan kemudian diberi nilai seperti berikut: sangat setuju (nilai 5), setuju (nilai 4), netral (nilai 3), tidak setuju (nilai 2), sangat tidak setuju (nilai 1). Kuesioner dirancang dengan pertanyaan terbuka yakni terdiri dari beberapa pertanyaan yang dipakai guna memahami

¹⁶ Hardi, dkk, “*Metode Penelitian Kualitatif dan Kuantitatif*”, (Yogyakarta: Pustaka Ilmu, 2020), 120-121.

¹⁷ W. Gulo, “*Metodologi Penelitian*”, (Jakarta: Gramedia Widiasarana Indonesia, 2002), 123.

¹⁸ Sugiyono, “*Metode Penelitian Bisnis*”, (Bandung: Alfabeta, 2018), 229.

¹⁹ Suliyanto, “*Metode Riset Bisnis*” (Yogyakarta: Andi, 2009), 140.

identitas seperti jenis kelamin, usia, serta pendidikan responden.

G. Sumber Data

1. Data Primer

Data primer ialah data ataupun informasi yang didapat langsung dari responden ataupun ada hubungannya dengan obyek yang diteliti serta data tersebut juga bias didapatkan dari lapangan.²⁰

2. Data Sekunder

Data sekunder ialah data ataupun informasi yang sudah tersedia ataupun telah lebih dahulu dikumpulkan dan dilaporkan oleh orang maupun instansi di luar dari penulis sendiri, walaupun yang dikumpulkan tersebut termasuk data asli.²¹

H. Teknik Analisis data

1. Deskriptif Statistik

Statistik deskriptif yakni statistik yang berfungsi untuk mendiskripsikan ataupun memberi penjelasan terkait obyek yang akan diteliti dengan melihat data sampel ataupun populasi sesuai kenyataan yang ada tanpa menjalankan analisis serta kesimpulan yang berlaku untuk umum. Dalam statistik deskriptif ini akan diberi cara penyajian data-data baik memakai tabel biasa maupun tabel distribusi frekuensi, grafik batang ataupun garis, diagram lingkaran, pictogram, penjelasan kelompok (modus, mean, median) dan variasi kelompok (rentang dan simpangan baku).²²

2. Uji Asumsi Klasik

Uji asumsi klasik termasuk uji prasyarat yang mempunyai tujuan agar penulis bisa mengetahui sebaran data. Pengujian ini dijalankan sebelum menjalankan analisa data. Uji asumsi klasik yang dipakai ialah seperti berikut:

a. Uji Normalitas

Menurut Ghozali, Uji normalitas berfungsi guna menjalankan pengujian apakah di pada model regresi, variabel independen dan variabel dependen mempunyai distribusi normal ataupun tidak. Uji normalitas data pada

²⁰ Mohammad Pabunda Tika, “*Metode Riset Bisnis*”, (Jakarta: PT Bumi Aksara, 2006), 57.

²¹ Burhan Bungin, “*Metodologi Penelitian Sosial dan Ekonomi*”, (Jakarta: Kencana, 2013), 123.

²² Sugiyono, “*Statistika untuk Penelitian*”, (Bandung: Alfabeta, 2017), 29.

umumnya dilaksanakan dengan memakai uji *Kolmogorov Smirnov* satu arah. Pengambilan kesimpulan untuk menentukan data tersebut mengikuti distribusi normal ataupun tidak dilihat dari nilai signifikannya, apabila nilai signifikan $> 0,05$ maka data tersebut dinyatakan variabel berkontribusi normal begitupun sebaliknya, apabila nilai signifikan $< 0,05$ maka variabel tidak berdistribusi normal.²³

b. Uji Multikolinearitas

Multikolinearitas ialah keadaan dimana di pada model regresi ditemukan adanya korelasi sempurna ataupun mendekati sempurna antar variabel independen (bebas). Model regresi yang baik seharusnya tidak terjadi korelasi yang sempurna ataupun mendekati sempurna diantara variabel bebas (korelasinya 1 ataupun mendekati 1). Pengambilan keputusan apakah ada ataupun tidaknya multikolinearitas pada model regresi tersebut abisa ditinjau dengan beberapa metode antara lain yakni:

- 1) Melihat nilai *tolerance* dan *inflation factor* pada model regresi. Model regresi bebas dari multikolinearitas bisa terjadi apabila nilai *Variance Inflation Factor* (VIF) kurang dari 10 dan mempunyai angka *tolerance* lebih dari 0,1.²⁴
- 2) Menjalankan perbandingan dua nilai yakni nilai koefisien determinasi individual (r^2) dengan nilai determinasi secara serentak (R^2). Nilai koefisien r^2 pada masing-masing variabel yang diregresikan bisa diketahui dengan cara meregresikan setiap variabel bebas dengan variabel bebas lainnya. Berikutnya, nilai r^2 tersebut dibanding dengan nilai koefisien determinasi serentak (R^2), oleh karena itu apabila $r^2 > R^2$ sehingga terdapat multikolinearitas begitupun sebaliknya jika $r^2 < R^2$ maka tidak terjadi multikolinearitas.²⁵

²³ Wiratna SUjarweni, “*Metodologi Penelitian Bisnis & Ekonomi*”, (Yogyakarta: Pustaka Baru, 2015), 225.

²⁴ Duwi Priyatno, “*Cara Kiat Belajar Analisa data dengan SPSS 20*”, (Yogyakarta: Andi Offset, 2012), 151-152.

²⁵ Duwi Priyatno, “*Cara Kiat Belajar Analisa data dengan SPSS 20*”, 154.

c. Uji Heteroskedastisitas

Uji heteroskedastisitas termasuk suatu pengujian yang berfungsi guna menjalankan pengujian terjadinya perbedaan *variance residual* dari satu periode pengamatan ke periode pengamatan lainnya. Heteroskedastisitas bisa diketahui ada ataupun tidaknya dengan melihat pola gambar *Scatterplot*. Beberapa kriteria ataupun ciri-ciri apakah dalam regresi tidak terjadi heteroskedastisitas yakni apabila:²⁶

- 1) Titik-titik data menyebar di atas dan di bawah ataupun sekitar di angka 0
- 2) Titik-titik data tidak mengumpul hanya di atas ataupun di bawah saja
- 3) Penyebaran titik-titik data tidak membentuk pola bergelombang melebar kemudian menyempit dan melebar kembali
- 4) Penyebaran titik-titik tidak berpola.

3. Uji Statistik

a. Analisis Regresi Linier Berganda

Analisa regresi linier berganda ialah analisa yang berfungsi guna menjalankan pengukuran tingkat besarnya pengaruh antara dua variabel bebas ataupun lebih terhadap satu variabel terikat serta untuk memperkirakan variabel dependen dengan memakai variabel independen. Tujuan pada kajian ini ialah guna mengetahui seberapa besar pengaruh motivasi usaha (X1), jiwa kewirausahaan (X2), dan lokasi usaha (X3) terhadap keberhasilan usaha (Y). Persamaan regresi linier berganda bisa diketahui dengan memakai rumus seperti berikut:

$$Y = a + b_1 X_1 + b_2 X_2 + b_3 X_3 + e$$

Dimana:

Y : keputusan pembelian

a : konstanta

b_1 : koefisien regresi diantara motivasi usaha terhadap keberhasilan usaha *foodcourt* di Kudus

b_2 : koefisien regresi diantara jiwa kewirausahaan terhadap keberhasilan usaha *foodcourt* di Kudus

²⁶ V Wiratna Sujarweni, “SPSS Untuk Penelitian”, (Yogyakarta: Pustaka Baru Press, 2015), 186-187.

b_3 : koefisien regresi diantara lokasi usaha terhadap keberhasilan usaha *foodcourt* di Kudus

X_1 : motivasi usaha

X_2 : jiwa kewirausahaan

X_3 : lokasi usaha

e : *error*²⁷

b. Koefisien Determinasi (R^2)

Nilai koefisien determinasi (R^2) termasuk sebuah ukuran yang berfungsi untuk memberi gambaran seberapa besar kontribusi dari variabel penjelas terhadap variabel respon. Koefisien determinasi secara keseluruhan mengatakan jenis naik turunnya Y yang dijelaskan oleh pengaruh linier X. Apabila nilai koefisien determinasi sama dengan 1, maka garis regresi dibentuk dengan sempurna sesuai dengan nilai dalam pengamatan yang telah didapat. Nilai koefisien sama dengan 1 berarti titik tinggi rendahnya Y secara keseluruhan disebabkan oleh X, sehingga apabila nilai X diketahui maka nilai Y bisa diprediksi dengan sempurna.²⁸

c. Uji Signifikan Simultan (Uji F)

Uji F ialah pengujian yang mempunyai tujuan guna menjalankan pengujian seluruh variabel independen yakni (X_1, X_2, X_3) secara bersama-sama (simultan) untuk nantinya bisa diketahui apakah berpengaruh terhadap variabel dependen (Y) atautah tidak.²⁹ Kesimpulan uji F bisa didapatkan dari dua cara yakni:

- 1) Apabila nilai signifikansi $> 0,05$ maka H_0 diterima
 Apabila nilai signifikansi $< 0,05$ maka H_0 ditolak
- 2) Jika $F_{hitung} < F_{tabel}$ maka H_0 diterima
 Jika $F_{hitung} > F_{tabel}$ maka H_0 ditolak³⁰

²⁷ Slamet Riyanto dan Aglis Andhita Hatmawan, “*Metode Riset Penelitian Kuantitatif Penelitian di Bidang Manajemen, Teknik, Pendidikan dan Eksperimen*” (Yogyakarta: Deepublish, 2012), 140-141.

²⁸ Dergibson Siagian dan Sugiarto, “*Metode Statistika untuk Bisnis dan Ekonomi*” (Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama, 2006), 259.

²⁹ Duwi Priyatno, “*Cara Kilat Belajar Analisa data dengan SPSS 20*”, 137-138.

³⁰ Wiratna Sujarweni, “*Metodologi Penelitian Bisnis & Ekonomi*”, 161.

d. Uji Statistik Parsial (Uji t)

Uji statistik parsial (uji t) termasuk uji statistik yang berfungsi guna memahami kebenaran ataupun kepalsuan hipotesis nol (H_0). Uji t ataupun uji parsial ini dipakai guna menjalankan pengujian apakah ada ataupun tidaknya perbedaan yang signifikan diantara dua *mean* ataupun rata-rata sampel. Pengambilan kesimpulan dalam uji t bisa didapatkan dengan cara seperti berikut:³¹

Apabila signifikansi $> 0,05$ maka H_0 diterima

Apabila signifikansi $< 0,05$ maka H_0 ditolak



³¹ Wiratna Sujarweni, “Metodologi Penelitian Bisnis & Ekonomi”, 162.