

BAB III

OBJEK DAN METODE PENELITIAN

3.1 Objek Penelitian

Adapun objek pada penelitian ini adalah konsumen Distro Langky Tasikmalaya dengan ruang lingkup penelitian mengenai **“Pengaruh Kualitas Produk Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Distro Langky Tasikmalaya”**.

3.1.1 Sejarah Singkat Perusahaan

Awal mula berkembangnya bidang pemasaran melalui Distro terjadi di karenakan banyaknya peminat akan kebutuhan sekunder. Dengan melihat peluang bisnis saat ini maka pada tahun 2008 seorang yang bernama Bapak Mamat Ruhimat mendirikan Langky pada bidang distro sebagai Bidang Usaha dengan misi untuk menjadi perusahaan yang menghasilkan produk kebutuhan sekunder dan membuka peluang kerja yang beralamat di Jalan Masjid Agung No. 12 Yudanegara, Tawang Sari.

Seiring waktu dan berbagai dinamika yang harus di adaptasi, perusahaan Distro Langky tersebut hanya bisa bertahan selama 2 tahun, di karenakan kurang strategisnya lokasi di tempat tersebut, dan keputusan Bapak Mamat Ruhimat pada tahun 2010 lebih memilih berpindah tempatnya di Jalan Dr. Sukarjo No. 49 Tasikmalaya yang lebih strategis dan lebih mudah di jumpai oleh para konsumen dibandingkan di tempat sebelumnya.

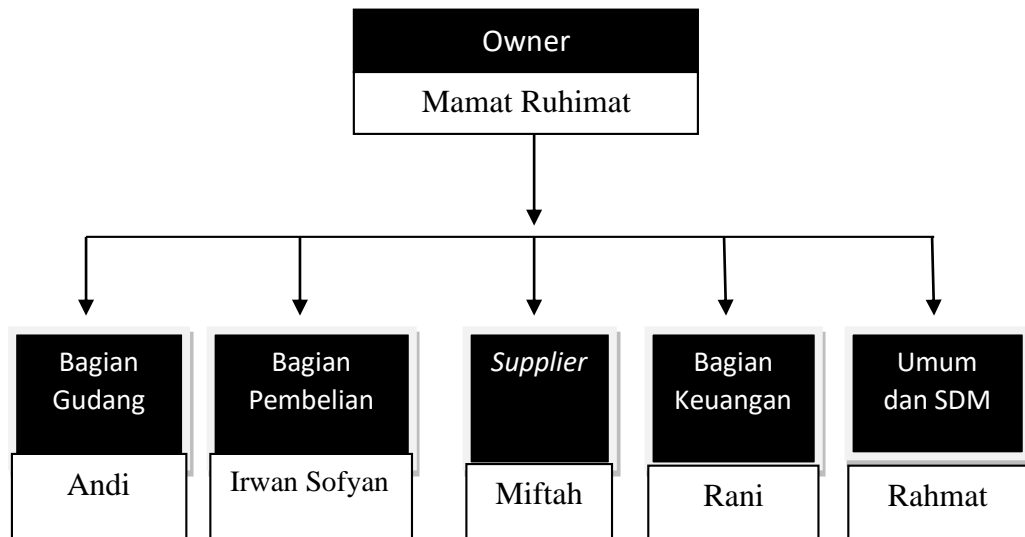
Hingga sampai saat ini Distro Langky tetap terus bertahan meskipun dengan adanya kemunculan para pesaingnya seperti Bloods dan Smith. Dengan adanya pesaing tersebut Distro Langky telah mengalami berbagai perubahan dan perkembangan dalam hal perkembangan teknologi, regulasi, dan pasar.

3.1.2 Struktur Organisasi Distro Langky Tasikmalaya

Organisasi merupakan bentuk kerjasama dan sekelompok orang untuk mencapai tujuan bersama. Dalam organisasi terdapat unsur-unsur seperti sekelompok orang bekerjasama atau pembagian tugas dan adanya tujuan yang dicapai. Perusahaan sebagai suatu organisasi yang membutuhkan adanya kepengurusan untuk dapat melakukan kegiatan usahanya. Suatu organisasi atau social diciptakan dan diterapkan apabila di dalam terdapat pekerjaan untuk mencapai tujuan.

Dalam organisasi terdapat hubungan-hubungan formal yang luas meliputi hubungan orang dengan orang maupun fungsi disusun dalam rangka mengatur aliran pekerjaan pemberian wewenang dan tanggung jawab. Untuk dapat mencapai tujuan secara efektif dan efisien maka macam-macam tugas yang ada di organisasi harus dibagi-bagi dan ditugaskan pada orang-orang tertentu agar terhindar dari adanya salah pengertian antara masing-masing bagian dalam organisasi tersebut.

Struktur organisasi yang diterapkan perusahaan Distro Langky Tasikmalaya menggunakan struktur organisasi yang sederhana. Meskipun demikian tetap ada pembagian tugas dan tanggung jawab sehingga semua tidak ditanggung sendiri. Untuk lebih jelasnya, berikut ini struktur organisasi perusahaan.



Sumber: Distro Langky Tasikmalaya

Gambar 3.1
Struktur Organisasi
Distro Langky Tasikmalaya

3.1.3 Uraian Tugas atau *Job Description*

Adapun tugas masing-masing bagian adalah sebagai berikut:

1. *Owner*

- Memimpin perusahaan dengan membuat kebijakan-kebijakan perusahaan
- Memilih, menentukan, mengawasi pekerjaan karyawan
- Menyetujui anggaran tahunan perusahaan dan melaporkan laporan pada pemegang saham

2. *Bagian Gudang*

- Bagian gudang bertugas mengecek barang yang kosong di gudang dan memesan barang.

3. *Bagian Pembelian*

- Bagian pembelian bertugas untuk menerima surat permintaan pemesanan barang dari bagian gudang

4. *Supplier*

- *Supplier* bertugas untuk menerima pemesanan barang dari bagian pembelian

5. *Bagian Keuangan*

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

6. *Umum Dan SDM*

- Merencanakan, mengembangkan dan mengimplementasikan strategi di bidang pengelolaan SDM (termasuk perekrutan dan pemilihan kebijakan / practices, disiplin, keluhan, konseling, upah dan persyaratannya, kontrak-kontrak, pelatihan dan pengembangan, perencanaan suksesi, moral dan motivasi, kultur pengembangan sikap dan moral kerja, manajemen penimbangan prestasi dan hal seputar manajemen mutu dan lain-lain (ditambahkan selama masih relevan).

3.2 Metode Penelitian

Penelitian ini dilakukan dengan menggunakan metode survey, menurut Gima Sugima (2008 : 135) “Penelitian dengan cara mengajukan pernyataan kepada orang-orang atau subjek dan merekam jawaban tersebut untuk kemudian dianalisis secara kritis”. Pertanyaan tersebut ditujukan kepada konsumen Distro Langky Tasikmalaya.

3.2.1 Operasionalisasi Variabel Penelitian

Agar penelitian ini dapat dilaksanakan sesuai dengan yang diharapkan, maka perlu dipahami sebagai unsur-unsur yang menjadi dasar dari suatu penelitian ilmiah yang termuat dalam operasional variabel penelitian.

Variabel yang digunakan dalam penelitian ini dikelompokkan menjadi dua, yaitu:

1. Variabel bebas atau variabel (X), yaitu variabel yang mempengaruhi variabel yang tidak bebas, Yang terdiri dari:
 X_1 = Kualitas Produk
 X_2 = Harga
2. Variabel tidak bebas atau variabel (Y), yaitu variabel yang dipengaruhi oleh variabel bebas. Yang menjadi variabel tidak bebas dalam penelitian ini adalah Keputusan Pembelian.

Tabel 3.1

Operasionalisasi Variabel Penelitian

Variabel	Definisi Operasional	Indikator	Ukuran	Skala
(1)	(2)	(3)	(4)	(5)
Kualitas Produk (X ₁)	Kemampuan suatu produk untuk menjalankan fungsinya, termasuk daya tahan produk secara keseluruhan, keandalan, presisi, kemudahan operasi dan perbaikan, dan atribut berharga lainnya. Kotler & Keller (2012:283)	1. Bentuk (<i>Form</i>) 2. Ciri-ciri Produk (<i>Features</i>) 3. Kinerja (<i>Performance</i>) 4. Ketepatan atau Kesesuaian (<i>Conformance</i>) 5. Ketahanan (<i>Durability</i>) 6. Keandalan (<i>Reliability</i>) 7. Kemudahan Perbaikan (<i>Repairability</i>) 8. Gaya (<i>Style</i>) 9. Desain (<i>Design</i>)	- Keunggulan desain - Keunggulan dalam Kualitas barang - Motif mudah diingat - Mudah dalam proses pengerjaan - Memiliki tingkat kesesuaian yang spesifik - Bahan mudah luntur - Bahan tidak tahan lama - Bahan yang lembut - Bahan nyaman di pakai - Produk akan mudah diperbaiki sendiri oleh pengguna jika rusak - Memiliki popularitas yang baik - Memiliki kualitas yang banyak diminati	Ordinal

metode pembayaran
yang akan dilakukan
dalam pengambilan
keputusan
konsumen
menggunakan
produk atau jasa.

3.2.2.1 Populasi

Populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri atas obyek/subyek yang mempunyai kualitas dan karekteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya. Jadi populasi bukan hanya orang, tetapi juga obyek dan benda-benda alam yang lain. Populasi juga bukan sekedar jumlah yang ada pada obyek / subyek yang dipelajari, tetapi , meliputi seluruh karakteristik / sifat yang dimiliki oleh subyek atau obyek itu. Sugiyono (2014 : 119). Adapun yang menjadi populasi dalam penelitian ini adalah konsumen periode bulan agustus tahun 2018 sampai september tahun 2018 Distro Langky Tasikmalaya rata-rata sebanyak 240 orang.

3.2.2.2 Sampel

Menurut Sugiyono (2008 : 57) sampel adalah sebagian dari jumlah karakteristik yang dimiliki oleh populasi. Untuk menentukan sampel yang diambil

penulis berpedoman pada teori yang dikemukakan oleh (Nawawi 1995 : 117) rumus ini di gunakan karena ukuran populasi yang sulit untuk di ketahui.

$$n = \frac{(1,96)^2 \cdot (0,5)^2}{(0,1)^2}$$

$$n = 96,04 = 100 \text{ sampel}$$

$$n = 100 \text{ konsumen Distro Langky}$$

Sampel yang diambil ialah sebanyak 100 responden. Berdasarkan *purposive sampling*. Dimana sampel ini diambil berdasarkan konsumen yang melakukan pembelian ke Distro Langky Tasikmalaya.

3.3 Teknik Pengumpulan Data

Adapun teknik pengumpulan data dilakukan sebagai berikut:

a. Kuisisioner (Daftar Pernyataan)

Dalam hal ini penulis menyebarkan kuisisioner berupa pertanyaan kepada responden atau konsumen yang membeli produk ke Distro Langky Tasikmalaya untuk mengetahui pendapat atau tanggapan mereka. Pertanyaan dalam kuisisioner dibuat dengan jawaban tertutup dan responden hanya dapat memilih satu jawaban yang sesuai dengan pendapatnya terhadap permasalahan yang diteliti tentang Kualitas Produk dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian.

Adapun kategori jawaban kuisisioner terdiri dari dua bagian yaitu positif dan negative:

1. Alternatif jawaban untuk pernyataan positif :

Tabel 3.2
Pemberian Skor Nilai dan Predikat Masing-Masing Pilihan Jawaban
Pernyataan Positif

Predikat	Nilai	Notasi
Sangat Setuju	5	SS
Setuju	4	S
Ragu-Ragu	3	R
Tidak Setuju	2	TS
Sangat Tidak Setuju	1	STS

(Singarimbun dan Effendi, 2008 : 133)

2. Alternatif jawaban untuk pernyataan negative :

Tabel 3.3
Pemberian Skor Nilai dan Predikat Masing-Masing Pilihan
Jawaban Pernyataan Negatif

Predikat	Nilai	Notasi
Sangat Setuju	5	SS
Setuju	4	S
Ragu-Ragu	3	R
Tidak Setuju	2	TS
Sangat Tidak Setuju	1	STS

(Singarimbun dan Effendi, 2008 : 133)

Perhitungan hasil kuesioner dengan persentase dan skoring menggunakan rumus sebagai berikut:

$$X = \frac{F}{N} \times 100\% \dots\dots\dots 3.2)$$

(Sudjana, 2000:76)

Dimana:

X = jumlah prosentase jawaban

F = jumlah jawaban/ frekuensi

N = jumlah responden

Setelah diketahui jumlah nilai dari keseluruhan sub variabel maka dapat ditentukan intervalnya, yaitu sebagai berikut:

$$NJI = \frac{\text{Nilai Tertinggi} - \text{Nilai Terendah}}{\text{Jumlah Kriteria Pernyataan}} \dots\dots\dots 3.3)$$

(Sudjana, 2000:79)

b. Wawancara (*Interview*)

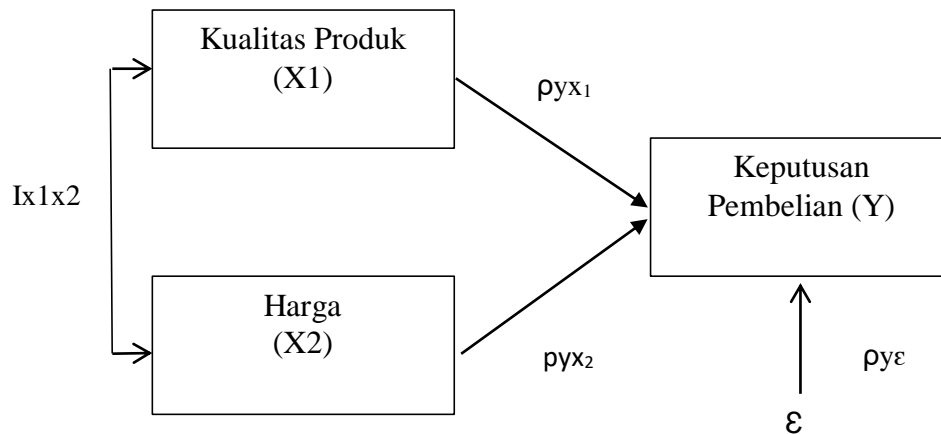
Yaitu pengumpulan data dengan cara wawancara langsung dengan pihak Manajemen Distro Langky Tasikmalaya berkaitan dengan permasalahan yang diteliti.

c. Penelitian Kepustakaan

Yaitu pengumpulan data sekunder sebagai bahan pelengkap dengan meneliti buku-buku literature yang berkaitan dengan kualitas pelayanan, lokasi dan kepuasan konsumen.

3.4 Paradigma Penelitian

Untuk lebih menjelaskan pengaruh Kualitas Produk dan Harga terhadap Keputusan Pembelian, dibuat paradigma penelitian sebagai berikut :



Gambar 3.2
Paradigma Penelitian

Dimana :

X_1 = variabel independen pertama yaitu Kualitas Produk

X_2 = variabel independen kedua yaitu Harga

Y = variabel dependen yaitu keputusan Pembelian

ϵ = faktor lain yang tidak diteliti

ρ_{yx_1} = koefisien jalur antara variabel x_1 terhadap variabel y

ρ_{yx_2} = koefisien jalur antara x_2 terhadap variabel y

r_{X1X2} = koefisien korelasi antara variabel x_1 terhadap variabel x_2

$\rho_{y\epsilon}$ = koefisien jalur antara variabel ϵ terhadap variabel y

3.5 Teknik Analisis Data

Data yang diperoleh dari penelitian ini, kemudian dianalisis dengan menggunakan statistik untuk mengetahui pengaruh Kualitas Produk dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Distro Langky Tasikmalaya.

3.5.1 Uji Validitas dan Reliabilitas

a. Uji Validitas

Derajat ketetapan antara data yang terjadi pada objek penelitian dengan data yang dapat dilaporkan oleh penelitian. Dengan demikian data yang valid adalah data “yang tidak berbeda” antara data yang dilaporkan oleh peneliti dengan data yang sesungguhnya terjadi pada objek penelitian. Instrumen yang digunakan dalam penelitian perlu diuji validitas dan reliabilitas. Uji validitas menyatakan bahwa instrument yang digunakan untuk mendapatkan data dalam penelitian dapat digunakan atau tidak. Sedangkan uji reliabilitas menyatakan bahwa apabila instrument yang apabila digunakan beberapa kali untuk mengukur objek yang sama akan menghasilkan data yang sama. Uji validitas instrument dalam penelitian ini dilakukan untuk mengetahui apakah alat ukur yang telah dirancang dalam bentuk kuesioner benar-benar dapat menjalankan fungsinya. Seperti telah dijelaskan pada metode penelitian bahwa untuk melihat valid tidaknya suatu alat ukur digunakan pendekatan secara statistika, yaitu melalui nilai koefisien korelasi skor butir pernyataan dengan skor total butir pernyataan, apabila koefisien korelasinya lebih besar atau sama dengan 0.30 maka pernyataan tersebut dinyatakan valid.

Untuk menghitung korelasi pada uji validitas menggunakan korelasi item total yang penulis kutip dari Ety Rochaety (2007:47) dengan rumus sebagai berikut:

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

Dimana:

r = Korelasi

X =Skor setiap item

Y = Skor total dikurangi item tersebut

n = Ukuran sampel

b. Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas menurut Sugiyono (2010 : 354) dilakukan untuk mengetahui seberapa jauh hasil pengukuran tetap konsisten apabila dilakukan pengukuran dua kali atau lebih terhadap gejala yang sama dengan menggunakan alat pengukur sama.

Uji reliabilitas dilakukan untuk mengetahui apakah alat ukur yang dirancang dalam bentuk kuesioner dapat diandalkan, suatu alat ukur dapat diandalkan jika alat ukur tersebut digunakan berulang kali akan memberikan hasil yang relatif sama (tidak berbeda jauh). Untuk melihat reliabel tidaknya suatu alat ukur digunakan pendekatan secara statistika, yaitu melalui koefisien reliabilitas dan apabila koefisien reliabilitasnya lebih besar dari 0.60 maka secara keseluruhan pernyataan tersebut dinyatakan reliabel.

Uji reliabilitas dalam penelitian ini penulis menggunakan metode Alpha Cronbach (α) yang penulis kutip dari Ety Rochaety dalam bukunya yang berjudul Metode Penelitian Bisnis (2007 : 54) dengan rumus sebagai berikut:

$$R = \alpha = R = \frac{N}{N-1} \left(\frac{S^2(1 - \sum S_i^2)}{S^2} \right)$$

Dimana:

α = Koefisien Reliabilitas Alpha Cronbach

S^2 = Varians skor keseluruhan

S_i^2 = Varians masing-masing item

3.5.2 Metode Succesive Interval

Setelah dilakukan analisis instrument penelitian dan apabila hasil dari pengukuran instrument tersebut valid dan reliable, maka selanjutnya nilai jawaban yang diperoleh dari responden diubah skalanya menjadi skala pengukuran interval.

Menurut Al-Rasyid (1994 : 12), menyatakan bahwa skala likert jenis ordinal hanya menunjukkan peringkat saja. Oleh karena itu, variabel yang berskala ordinal terlebih dahulu ditransformasikan mendjadi data yang berskala interval. Adapun langkah kerja method of succesive interval adalah sebagai berikut:

- a. Perhatikan F (frekuensi) responden (banyaknya responden yang memberikan respon yang ada)
- b. Bagi setiap bilangan pada F (frekuensi) oleh n (jumlah sampel), sehingga diperoleh $X_i = F_i/n$
- c. Jumlah P (proporsi) secara berurutan untuk setiap responden, sehingga keluar proporsi kumulatif ($P_{ki} = O_p(1-1)+P_i$)
- d. Proporsi kumulatif (Pk) dianggap mengikuti distribusi normal baku, sehingga kita bisa menemukan nilai Z untuk setiap kategori
- e. Hitung SV (scala value = nilai skala), dengan rumus:

$$SV = \frac{\text{Density at lower limit} - \text{Density at upper limit}}{\text{Rea under upper limit} - \text{Area under lower limit}}$$

Nilai-nilai untuk density diperoleh dari tabel ordinal distribusi normal baku.

- f. SV (*Skala Value*) yang nilainya terkecil (harga negatif yang terbesar) diubah menjadi sama dengan satu (=1)

$$\text{Transformed SV} \longrightarrow Y = SV + |SV_{\min}|$$

3.5.3 Uji Asumsi Klasik

Sebelum seorang peneliti melakukan analisis regresi, perlu dilakukan pengujian asumsi klasik terlebih dahulu, agar data sampel yang diolah benar-benar dapat mewakili populasi secara keseluruhan. Uji asumsi klasik bertujuan untuk mengetahui kondisi data yang digunakan dalam penelitian. Hal tersebut dilakukan untuk mendapatkan model analisis yang tepat. Pengujian dilakukan meliputi uji multikolinieritas, uji normalitas, dan uji linearitas.

a. Uji Normalitas

Uji Normalitas bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi yang digunakan, variabel terikat, variabel bebas atau keduanya memiliki distribusi normal atau tidak. Model regresi yang baik adalah yang memiliki distribusi data normal atau penyebaran data statistik pada sumbu diagonal dari grafik distribusi normal (Ghozali, 2005).

Pengujian normalitas digunakan dengan melihat *normal probability plot* yang membandingkan distribusi kumulatif dari data sesungguhnya dengan

distribusi kumulatif dari data normal. Sedangkan dasar pengambilan keputusan untuk uji normalitas data adalah (Ghozali, 2005):

- Jika data menyebar disekitar garis diagonal dan mengikuti arah garis diagonal atau grafik histogramnya menunjukkan distribusi normal, maka model regresi memenuhi asumsi normalitas.
- Jika data menyebar jauh dari diagonal dan atau tidak mengikuti arah garis diagonal atau grafik histogram tidak menunjukkan distribusi normal, maka model regresi tidak memenuhi asumsi normalitas

b. Uji Multikolonieritas

Uji Multikolinieritas bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi ditemukan adanya korelasi antar variabel bebas (Ghozali, 2005). Model regresi yang baik seharusnya tidak terjadi korelasi diantara variabel bebas. Multikolinieritas dapat diukur dari nilai tolerance dan varian inflation (VIF). Jika nilai tolerance $> 0,1$ dan VIF < 10 , maka dapat disimpulkan bahwa tidak ada multikolinieritas antar variabel bebas dalam model regresi. Namun jika nilai tolerance $< 0,1$ dan VIF > 10 , maka dapat disimpulkan bahwa terdapat multikolinieritas antar variabel bebas dalam model regresi (Ghozali, 2005).

c. Uji Linearitas

Uji linearitas dipergunakan untuk melihat apakah model yang dibangun mempunyai hubungan linear atau tidak. Uji ini jarang digunakan pada berbagai penelitian, karena biasanya model dibentuk berdasarkan telaah teoretis bahwa

hubungan antara variabel bebas dengan variabel terikatnya adalah linear. Hubungan antar variabel yang secara teori bukan merupakan hubungan linear sebenarnya sudah tidak dapat dianalisis dengan regresi linear, misalnya masalah elastisitas.

Jika ada hubungan antara dua variabel yang belum diketahui apakah linear atau tidak, uji linearitas tidak dapat digunakan untuk memberikan adjustment bahwa hubungan tersebut bersifat linear atau tidak. Uji linearitas digunakan untuk mengkonfirmasi apakah sifat linear antara dua variabel yang diidentifikasi secara teori sesuai atau tidak dengan hasil observasi yang ada. Uji linearitas dapat menggunakan uji Durbin-Watson, Ramsey Test atau uji Lagrange Multiplier.

3.5.4 Analisis Jalur

Path analysis (analisis jalur) menggunakan korelasi dan regresi dimana dalam gambar struktural path analysis di atas dijelaskan bahwa ada hubungan antara X_1 (Kualitas Produk) dan X_2 (Harga), terhadap Y (Keputusan Pembelian).

Menurut Suliyanto (2007 : 4) langkah–langkah analisis jalur adalah sebagai berikut:

1. Menggambar diagram jalur.
2. Menghitung matrik korelasi antar variabel.
3. Menghitung matrik korelasi antar variabel bebas.
4. Menghitung matrik invers korelasi antar variabel bebas.
5. Menghitung koefisien jalur.
6. Menghitung koefisien determinasi.
7. Menghitung pengaruh variabel residu.
8. Menghitung pengaruh secara simultan.

9. Menghitung pengaruh secara parsial.
10. Melakukan trimming jika diperlukan.
11. Menghitung pengaruh secara proposional.

Tabel 3.4
Formula untuk Mencari Pengaruh Langsung dan Tidak Langsung
antar Variabel Penelitian

No.	Pengaruh Langsung	Pengaruh Tidak Langsung	Jumlah Pengaruh
------------	--------------------------	--------------------------------	----------------------------

1	$X_1 \rightarrow Y: (\rho_{yx_1})^2$	A
	$X_1 - X_2 -$ $Y(\rho_{yx_1}) * (r_{x_1x_2}) * (\rho_{yx_2})$	B
	Total Pengaruh X_1 terhadap $Y = A + B = C$	C
2	$X_2 \rightarrow Y: (\rho_{yx_2})^2$	D
	$X_2 - X_1 - Y$ $(\rho_{yx_2}) * (r_{x_1x_2}) * (\rho_{yx_1})$	E
	Total Pengaruh X_2 terhadap $Y = D + E = F$	F
	$X_1, X_2 \rightarrow Y$	G
	Total Pengaruh X_1, X_2 terhadap $Y = G = C + F$	

Untuk mempermudah perhitungan dalam penelitian ini digunakan program *SPSS for Windows 17*.

3.5.5 Uji Hipotesis

3.5.5.1 Uji F

Uji ini digunakan untuk menguji pengaruh variabel independen dengan dependen secara simultan. Pengujian melalui uji F atau variasinya dengan membandingkan F-hitung (F_h) dengan F-tabel (F_t) pada derajat signifikan 5%.

Apabila hasil perhitungan menunjukkan :

- I. $F_h > F_t$, atau apabila probabilitas kesalahan kurang dari 5%, maka H_0 ditolak dan H_a diterima. Hal ini menunjukkan ada pengaruh yang signifikan dari variabel independen terhadap variabel dependen.

II. $F_h < F_t$, atau apabila probabilitas kesalahan lebih dari 5% maka H_0 diterima dan H_a ditolak. Hal ini menunjukkan tidak ada pengaruh yang signifikan dari variabel independen terhadap variabel dependen.

3.5.5.2 Uji t

Uji t dilaksanakan untuk melihat signifikansi dari pengaruh independen secara individu terhadap variabel dependen dengan menganggap variabel lain bersifat konstan. Tingkat signifikasinya (Sig t) masing-masing variabel independen dengan taraf sig = 0,05. Apabila tingkat signifikasinya (Sig t) lebih kecil daripada = 0,05, maka hipotesisnya diterima yang artinya variabel independent tersebut berpengaruh secara signifikan terhadap variabel dependennya. Sebaliknya bila tingkat signifikasinya (Sig t) lebih besar daripada $\alpha = 0,05$, maka hipotesisnya tidak diterima yang artinya variabel independent tersebut tidak berpengaruh secara signifikan terhadap variabel dependennya. Jika dinyatakan secara statistik adalah sebagai berikut :

1. Hipotesis nol (H_0) yang hendak diuji adalah apakah suatu parameter (β_i) sama dengan nol, atau :

$$H_0 : \beta_i = 0$$

Artinya variabel independen bukan merupakan penjelas yang signifikan terhadap variabel dependen.

2. Hipotesis alternatifnya (H_i) parameter suatu variabel tidak sama dengan nol, atau:

$$H_i : \beta_i \neq 0$$

Artinya variabel tersebut merupakan penjelas yang signifikan terhadap variabel dependen.

Cara melakukan uji t (Ghozali, 2009) adalah dengan membandingkan nilai statistik t dengan titik kritis menurut tabel. Apabila nilai statistik t hasil perhitungannya lebih tinggi dibandingkan nilai t tabel, kita menerima hipotesis alternatif yang menyatakan bahwa suatu variabel independen secara individual mempengaruhi variabel dependen.

t hitung dicari dengan persamaan sebagai berikut :

$$t \text{ hitung} = \frac{\text{Koefisien Regresi } (\beta_i)}{\text{Standar Error}} \dots\dots\dots 3.10)$$

Jika t- hitung > dari t- tabel (α . df) maka Ho ditolak, dan

Jika t- hitung < dari t- tabel (α . df) maka Ho diterima.