

BAB III

OBJEK DAN METODE PENELITIAN

3.1 Objek Penelitian

Dalam suatu penelitian, objek penelitian merupakan sesuatu yang menjadi perhatian dalam suatu penelitian, objek penelitian ini menjadi sasaran dalam penelitian untuk mendapatkan jawaban ataupun solusi dari permasalahan yang akan dibuktikan secara objektif. Objek dalam penelitian ini adalah Pengaruh Diskon dan *Digital Payment* terhadap Kinerja Keuangan UMKM. Penelitian ini dilaksanakan kepada para pelaku UMKM sektor makanan dan minuman di Kota Tasikmalaya.

3.2 Metode Penelitian

Menurut Sugiyono, (2023:2) Metode penelitian adalah cara ilmiah yang digunakan untuk mengumpulkan data dengan tujuan dan kegunaan tertentu. Cara ilmiah berarti penelitian itu didasarkan pada ciri-ciri keilmuan, yaitu rasional, empiris, dan sistematis. Rasional berarti kegiatan penelitian itu dilakukan dengan cara-cara yang masuk akal, sehingga terjangkau oleh penalaran manusia. Empiris berarti cara-cara yang dilakukan itu dapat diamati oleh indera manusia, sehingga orang lain dapat mengamati dan mengetahui cara-cara yang digunakan. Sistematis artinya proses yang digunakan dalam penelitian itu menggunakan langkah-langkah tertentu yang bersifat logis. Secara umum, tujuan dari penelitian terbagi kedalam tiga macam yaitu bersifat penemuan, pembuktian dan pengembangan. Hasil penelitian yang diperoleh dapat digunakan untuk memahami, memecahkan dan mengantisipasi masalah.

Desain penelitian merupakan strategi yang dipilih untuk menggabungkan secara menyeluruh komponen dengan logis dan sistematis untuk membahas dan menganalisis apa yang menjadi fokus penelitian. Dalam penelitian ini peneliti menggunakan metode kuantitatif untuk memecahkan masalah yang akan dikaji.

3.2.1 Jenis Penelitian

Jenis penelitian yang digunakan adalah dengan menggunakan metode kuantitatif dengan pendekatan survei. Menurut Sugiyono, (2023) Penelitian kuantitatif merupakan metode penelitian yang berlandaskan pada filsafat *positivisme*, digunakan untuk meneliti pada populasi atau sampel tertentu, mengumpulkan data menggunakan instrument penelitian atau statistik dengan tujuan untuk menguji hipotesis yang telah ditetapkan. Filsafat *positivisme* memandang realitas/gejala/fenomena itu dapat diklasifikasikan, relatif tetap, konkrit, teramati, terukur, dan hubungan gejala bersifat sebab akibat. Untuk mengumpulkan data pada penelitian ini digunakan sebuah instrumen penelitian.

Metode survei digunakan untuk mendapatkan data dari tempat tertentu yaitu alamiah (bukan buatan), tetapi peneliti melakukan perlakuan dalam pengumpulan data, misalnya dengan mengedarkan kuisioner, tes, wawancara terstruktur dan sebagainya (Sugiyono, 2019:57).

Penelitian survei ini dengan cara mengumpulkan data dengan menggunakan kuesioner dan menganalisis data secara statistik untuk menguji pertanyaan atau hipotesis yang diajukan. Pada penelitian ini, metode pengambilan data dan informasi dilakukan dengan penyebaran kuesioner kepada para pelaku UMKM aktif sektor Makanan dan Minuman di Kota Tasikmalaya.

3.2.2 Operasional Variabel

Definisi variabel penelitian merupakan suatu atribut atau sifat atau nilai dari orang, objek, atau kegiatan yang mempunyai variasi tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan ditarik kesimpulannya (Sugiyono, 2023:68).

Dalam penelitian ini, peneliti menggunakan tiga variabel berdasarkan judul penelitian yaitu Pengaruh Diskon dan *Digital Payment* terhadap Kinerja Keuangan UMKM. Ketiga variabel tersebut terdiri dari dua variabel independen dan satu variabel dependen yang di definisikan sebagai berikut:

1. Variabel Independen (Variabel X)

Menurut Sugiyono (2023:69), menyatakan bahwa yang dimaksud dengan variabel independen atau sering disebut sebagai variabel *stimulus*, *predictor*, *antecedent* atau dalam bahasa Indonesia disebut sebagai variabel bebas yaitu variabel yang memengaruhi atau yang menjadi sebab perubahannya atau timbulnya variabel dependen (terikat). Dalam penelitian ini yang menjadi variabel independen yaitu diantaranya: Diskon (X1) dan *Digital Payment* (X2).

2. Variabel Dependen (Variabel Y)

Menurut Sugiyono (2023:69), menyatakan bahwa yang dimaksud dengan variabel dependen atau yang sering disebut variabel *output*, kriteria, konsekuen atau dalam bahasa Indonesia disebut sebagai variabel terikat merupakan variabel yang dipengaruhi atau yang menjadi akibat karena adanya variabel bebas. Yang menjadi variabel dependen atau variabel terikat dalam penelitian ini adalah Kinerja Keuangan UMKM (Y).

Tabel 3.1
Operasional Variabel

Variabel (1)	Definisi (2)	Indikator (3)	Ukuran (4)	Skala (5)
Diskon (X_1)	Diskon atau potongan harga yaitu pengurangan harga produk dari harga normal produk dalam periode tertentu, untuk menarik minat beli konsumen (Sutisna 2016:302).	1. Besarnya potongan harga 2. Jangka waktu potongan harga 3. Jenis produk yang dikenai potongan harga	- Besaran diskon yang diberikan mampu menarik minat pada konsumen - Potongan harga yang diberikan mendorong pada peningkatan pembelian produk - Besaran diskon yang ditetapkan sesuai dengan kemampuan keuangan usaha - Jangka waktu pemberian diskon telah ditetapkan sesuai dengan strategi penjualan usaha - Pemberian diskon dalam periode waktu tertentu efektif dalam meningkatkan penjualan - Durasi diskon disesuaikan dengan target penjualan yang ingin dicapai - Produk yang diberikan diskon merupakan produk yang diminati oleh konsumen - Pemilihan produk tertentu untuk diberikan diskon membantu meningkatkan penjualan usaha secara keseluruhan - Pemberian diskon pada produk tertentu dilakukan untuk menghabiskan stok yang masih tersedia	Interval
Digital Payment (X_2)	Digital payment adalah metode transaksi keuangan yang dilakukan melalui media elektronik tanpa menggunakan uang fisik dalam transaksinya (Riska 2020:11)	1. Persepsi kemudahan penggunaan	- Proses penerimaan pembayaran digital mudah dipahami - Penggunaan <i>digital payment</i> memberikan kemudahan dalam pengoperasian dan penerapannya pada usaha <i>Digital payment</i> memungkinkan pelaku usaha melakukan transaksi pembayaran kapan saja selama jaringan tersedia	Interval

Variabel (1)	Definisi (2)	Indikator (3)	Ukuran (4)	Skala (5)
		2. Persepsi manfaat	• Penggunaan pembayaran digital membantu mempercepat proses transaksi penjualan • Pembayaran digital memudahkan pengelolaan transaksi keuangan usaha • Pemanfaatan teknologi digital memberikan manfaat nyata bagi perkembangan usaha	
		3. Persepsi kredibilitas	• Sistem pembayaran digital mampu menyelesaikan transaksi dengan baik dan andal • Dana hasil penjualan yang diterima melalui pembayaran digital sesuai dengan nilai transaksi • Sistem pembayaran digital memiliki mekanisme keamanan yang memadai	
Kinerja Keuangan UMKM (Y)	Kinerja keuangan adalah upaya untuk menilai seberapa efisien dan efektif perusahaan dalam menghasilkan keuntungan serta posisi kas tertentu (Hery 2016:13).	1. Aset usaha	• Jumlah kas usaha mengalami peningkatan dalam satu tahun terakhir • Aset tetap usaha mengalami peningkatan nilai atau jumlah dalam satu tahun terakhir • Jumlah piutang usaha dapat dikelola dengan baik	
		2. Omset Penjualan	• Pencatatan atau laporan penjualan secara rutin dilakukan • Omset penjualan usaha mengalami peningkatan setiap bulannya • Omset penjualan usaha telah mencapai target yang ditetapkan	Interval
		3. Laba Bersih	• Laba bersih usaha mengalami peningkatan setiap bulannya • Laba bersih yang diperoleh usaha belum mampu menutupi seluruh biaya operasional • Keuntungan dari penjualan cukup memadai bagi keberlanjutan usaha	

3.2.3 Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini adalah kegiatan mengumpulkan data dengan cara menyebarkan kuesioner. Kuesioner merupakan teknik pengumpulan data dengan cara memberikan seperangkat pernyataan tertulis kepada responden untuk dijawabnya (Sugiyono, 2019:142).

Dalam penelitian ini penulis membagikan kuesioner kepada responden secara *online* menggunakan *google form* yang disebarkan melalui media sosial dan harus diisi sesuai dengan keadaan yang sesungguhnya. Dalam operasional variabel ini semua diukur oleh instrumen pengukur dalam bentuk kuesioner yang memenuhi pernyataan-pernyataan tipe skala likert. *Skala likert* merupakan skala yang digunakan untuk mengukur sikap, pendapat, dan persepsi seseorang atau sekelompok orang tentang fenomena sosial. Dalam penelitian, fenomena sosial ini telah ditetapkan secara spesifik oleh peneliti, yang selanjutnya disebut sebagai variabel penelitian. Dengan *skala likert*, maka variabel yang akan diukur dijelaskan kembali menjadi indikator variabel yang kemudian indikator tersebut diturunkan lagi menjadi item-item instrumen yang dapat berupa pernyataan atau pertanyaan. Jawaban setiap item instrumen yang menggunakan skala likert mempunyai gradasi dari setuju sampai tidak setuju (Sugiyono, 2023).

Tabel 3.2
Skala Likert

Keterangan	Skor Positif	Skor Negatif
Sangat setuju (SS)	5	1
Setuju (S)	4	2
Netral (N)	3	3
Tidak Setuju (TS)	2	4
Sangat Tidak Setuju (STS)	1	5

Sumber : (Sugiyono, 2023)

3.2.3.1 Jenis dan Sumber Data

Jenis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah kuantitatif. Data kuantitatif yaitu data yang diperoleh dari jawaban responden dalam bentuk angka-angka yang dapat dihitung. Untuk membutuhkan data yang dibutuhkan dalam penelitian ini adalah data primer. Menurut Sugiyono (2019:193), data primer merupakan sumber yang langsung memberi datanya untuk peneliti, pengumpulan data dapat dikumpulkan dengan cara wawancara, kuesioner, dan observasi.

Sumber data primer pada penelitian ini diperoleh dengan cara melakukan penyebaran kuesioner dalam bentuk elektronik melalui *google form* kepada pemilik UMKM sektor makanan dan minuman di Kota Tasikmalaya. Skala yang digunakan dalam penelitian yaitu skala likert. Menurut Sekaran & Bougie (2016:216) mengemukakan bahwa secara umum skala likert dianggap skala interval. Skala Interval tidak hanya mengindikasikan kelompok dan urutan, namun menunjukkan jarak antar urutan dalam satuan interval yang sama.

3.2.3.2 Populasi Sasaran

Populasi merupakan wilayah generalisasi yang terdiri atas objek/subjek dengan kualitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan ditarik kesimpulannya (Sugiyono, 2019:126).

Populasi dalam penelitian ini adalah UMKM sektor Makanan dan Minuman di Kota Tasikmalaya yang terdata pada Open Data Kota Tasikmalaya tahun 2025 yaitu sebanyak 8.360 unit UMKM. Dibawah ini merupakan data penyebaran UMKM sektor makanan dan minuman di Kota Tasikmalaya berdasarkan kecamatan yang menjadi sasaran penelitian.

Tabel 3.3
Daftar Populasi

No	Kecamatan	Jumlah UMKM sektor makanan dan minuman
1.	Kecamatan Bungursari	813
2.	Kecamatan Cibeureum	909
3.	Kecamatan Cihideung	635
4.	Kecamatan Cipedes	675
5.	Kecamatan Indihiang	810
6.	Kecamatan Kawalu	1.271
7.	Kecamatan Mangkubumi	1029
8.	Kecamatan Purbaratu	424
9.	Kecamatan Tamansari	1.237
10.	Kecamatan Tawang	557
Total		8.360

Sumber : Open Data Kota Tasikmalaya

3.2.3.3 Penentuan Sampel

Sampel merupakan bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi tersebut. Bila populasi besar, dan peneliti tidak mungkin mempelajari semua yang ada pada populasi, misalnya karena keterbatasan waktu, tenaga dan dana, maka peneliti dapat menggunakan sampel yang diambil dari populasi tersebut. Dengan itu, sampel yang diambil harus betul-betul *representative* (mewakili) (Sugiyono, 2019).

Untuk menentukan sampel yang akan digunakan dalam penelitian ini yaitu teknik sampling. Teknik sampling pada dasarnya dibagi menjadi dua yaitu *probability sampling* dan *non-probability sampling*. Dalam probabilitas sampling ini terdapat beberapa teknik yang digunakan oleh peneliti salah satunya yaitu teknik *purposive sampling*. Teknik *purposive sampling* yaitu teknik penentuan sampel berdasarkan karakteristik tertentu. Alasan menggunakan *purposive sampling* karena

tidak semua sampel memiliki kriteria yang sesuai dengan fenomena yang diteliti. Berikut kriteria yang ditentukan oleh peneliti dalam pengambilan sampel penelitian yaitu:

1. Pemilik atau pelaku UMKM sektor makanan dan minuman yang berada di Kota Tasikmalaya
2. UMKM yang pernah atau sedang menerapkan diskon
3. UMKM yang menggunakan *digital payment*
4. Diketahui UMKM masih aktif hingga waktu pengisian kuesioner

Populasi yang tercatat pada Open Data Kota Tasikmalaya UMKM sektor makanan dan minuman tahun 2025 berjumlah 8.360, dalam penelitian ini penulis mengambil atau mempersempit populasi dengan menghitung ukuran sampel menggunakan rumus slovin. Dalam menentukan ukuran sampel, peneliti menggunakan tingkat kesalahan sebesar 10% dan untuk menghitung ukuran sampel dari populasi yang diketahui jumlahnya akan menggunakan rumus slovin (Sugiyono, 2019:86).

Perhitungan sampel dalam penelitian ini dapat menggunakan Rumus Slovin, untuk menentukan sampel sebagai berikut:

$$n = \frac{N}{1 + N(e)^2}$$

Keterangan :

n = Jumlah sampel yang dicari

N = Jumlah populasi

E = Margin *error*

Dalam penelitian ini diketahui N sebesar 8360, maka peneliti menggunakan toleransi kesalahan sebesar 10%. Maka untuk mengetahui sampel penelitian, dengan perhitungan sebagai berikut:

$$n = \frac{8.360}{1 + 8.360 \times (0,1)^2}$$

$$n = \frac{8.360}{1 + 8.360 \times 0,01}$$

$$n = \frac{8.360}{84,6} = 98,818$$

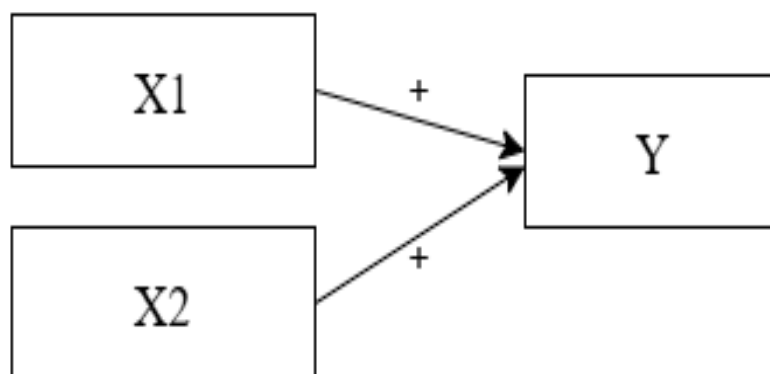
Berdasarkan perhitungan rumus slovin mendapatkan hasil 98,818 unit UMKM, lalu dibulatkan menjadi 100. Jadi sampel yang diambil dalam penelitian ini minimal 100 unit UMKM yang akan dipilih secara *purposive sampling*. Salah satu penyebaran kuesionernya peneliti melalui Komunitas Wisata Kuliner Kota Tasikmalaya.

3.2.4 Model Penelitian

Model atau paradigma penelitian dapat diartikan sebagai pola pikir yang menunjukkan hubungan antara variabel yang akan diteliti yang sekaligus mencerminkan jenis dan jumlah rumusan masalah yang perlu dijawab melalui penelitian, teori yang digunakan untuk merumuskan hipotesis, jenis dan jumlah hipotesis, dan teknik analisis statistik yang digunakan.

Dalam penelitian ini terdiri dari variabel independen (variabel bebas) dan variabel dependen (variabel terikat). Variabel independen yang dimaksud yaitu Diskon (X1), dan *Digital Payment* (X2). Sedangkan yang menjadi variabel dependen yaitu Kinerja Keuangan UMKM (Y).

Untuk mengetahui gambaran umum mengenai pengaruh diskon dan *digital payment* terhadap kinerja keuangan UMKM maka disajikan paradigma penelitian berdasarkan pada kerangka pemikiran sebagai berikut :



Keterangan:

X1 = Diskon

X2 = *Digital Payment*

Y = Kinerja Keuangan UMKM

—→ = Pengaruh secara Parsial

Gambar 3.1
Model Penelitian

3.2.5 Teknik Analisis Data

Teknik analisis data merupakan suatu metode untuk mengelompokkan data berdasarkan variabel dan jenis responden, menyajikan data setiap variabel yang diteliti, dan melakukan perhitungan untuk menguji hipotesis yang telah diajukan.

Data yang diperoleh dari penelitian ini, kemudian dianalisis dengan menggunakan statistika untuk mengetahui Pengaruh Diskon dan *Digital Payment* terhadap Kinerja Keuangan UMKM. Setelah data yang diperlukan diperoleh, data tersebut dikumpulkan untuk kemudian dianalisis dan diinterpretasikan. Analisis data dalam penelitian ini dilakukan dengan menggunakan bantuan *software* SPSS.

3.2.5.1 Analisis Deskriptif

Teknik analisis deskriptif merupakan salah satu metode dalam menganalisis data dengan menggambarkan data yang sudah dikumpulkan dan diringkas pada hal-hal yang berkaitan dengan data tersebut. Dalam penelitian ini statistik deskriptif dimaksudkan untuk mendeskripsikan variabel Diskon dan *Digital Payment* terhadap Kinerja Keuangan UMKM sektor makanan dan minuman di Kota Tasikmalaya.

Tujuan uji deskriptif pada penelitian ini ialah untuk mendeskripsikan karakteristik responden yang ada. Untuk menentukan pembobotan jawaban responden, dilakukan dengan menggunakan *Skala Likert* untuk jenis pernyataan tertutup berskala normal. Sikap-sikap pernyataan tersebut memperlihatkan pendapat positif atau negative.

Tabel 3.4
Formasi Nilai, Notasi dan Predikat Masing-Masing Pilihan Jawaban Untuk Pernyataan Positif

Nilai	Keterangan	Notasi	Predikat
5	Sangat Setuju	SS	Sangat Tinggi
4	Setuju	S	Tinggi
3	Netral	N	Sedang
2	Tidak Setuju	TS	Rendah
1	Sangat Tidak Setuju	STS	Sangat Rendah

Tabel 3.5
Formasi Nilai, Notasi dan Predikat Masing-Masing Pilihan Jawaban Untuk Pernyataan Negatif

Nilai	Keterangan	Notasi	Predikat
1	Sangat Setuju	SS	Sangat Rendah
2	Setuju	S	Rendah
3	Netral	N	Sedang
4	Tidak Setuju	TS	Tinggi
5	Sangat Tidak Setuju	STS	Sangat Tinggi

Selanjutnya dilakukan perhitungan hasil kuesioner dengan persentase dan *skoring* menggunakan rumus sebagai berikut:

$$X \frac{F}{N} \times 100\%$$

Keterangan:

X = Jumlah persentase jawaban

F = Jumlah jawaban/frekuensi

N = Jumlah responden

Setelah diketahui jumlah nilai dari keseluruhan sub variabel dari hasil perhitungan yang dilakukan maka dapat ditentukan intervalnya, yaitu dengan menggunakan rumus sebagai berikut:

$$NJI = \frac{\text{Nilai tertinggi} - \text{Nilai terendah}}{\text{Jumlah Kriteria Pertanyaan}}$$

3.2.5.2 Uji Instrumen Penelitian

1) Uji Validitas

Uji validitas adalah indeks yang menunjukkan sejauh mana alat ukur mampu mengukur apa yang ingin diukur dalam penelitian. Untuk mengukur tingkat keaslian suatu alat ukur digunakan uji validitas, suatu alat ukur yang memiliki tingkat validitas tinggi merupakan syarat dilakukan penelitian. Teknik yang digunakan untuk melakukan uji validitas yaitu dengan cara menghitung korelasi dari masing-masing pernyataan melalui total skor, dengan rumusan korelasi *product moment*.

Prosedur uji validitas yaitu membandingkan rhitung dengan rtabel yaitu angka kritik table korelasi pada derajat keabsahan ($df = n-2$) dengan taraf signifikan $\alpha=5\%$.

Kriteria pengujian validitas adalah sebagai berikut :

- a) Jika $r \text{ hitung} > r \text{ tabel}$, maka pernyataan tersebut valid
- b) Jika $r \text{ hitung} < r \text{ tabel}$, maka pernyataan tersebut tidak valid

2) Uji Reliabilitas

Menurut Ghozali (2020:51), Reliabilitas merupakan alat untuk mengukur suatu kuesioner yang merupakan indikator dari variabel. Suatu kuesioner dikatakan *reliable* atau handal jika jawaban responden terhadap pernyataan tetap konsisten atau stabil, apabila dilakukan pengukuran dua kali atau lebih terhadap gejala yang sama dengan menggunakan alat ukur yang sama pula.

Reliabilitas dinyatakan dalam bentuk angka, biasanya sebagai koefisien, semakin tinggi koefisien maka reliabilitas atau konsisten jawaban responden tinggi. Uji reliabilitas instrumen di dalam kuesioner dapat dilakukan dengan menggunakan teknik *Cronbach's Alpha*. *Cronbach's Alpha* adalah mengukur konsistensi internal yaitu mengukur seberapa dekat instrument di dalam kuesioner. *Cronbach's Alpha* biasanya digunakan untuk mengukur kuesioner yang menggunakan skala likert yang membentuk skala dan menentukan apakah skalanya bisa dipercaya di dalam kuesioner. Untuk mempermudah perhitungan uji reliabilitas akan menggunakan program SPSS.

Dari hasil perhitung tersebut, data dikatakan reliabel jika nilai dari koefisien *Cronbach's Alpha* $> 0,6$, sedangkan sebaliknya jika nilai *Cronbach's Alpha* $< 0,6$, maka angket pernyataan dinyatakan gugur (tidak reliabel).

3.2.5.3 Uji Asumsi Klasik

Penelitian ini menggunakan regresi berganda untuk menguji hipotesis. Oleh karena itu, diperlukan uji asumsi klasik. Uji asumsi klasik bertujuan untuk memberikan kepastian bahwa persamaan regresi yang didapatkan memiliki ketepatan dalam estimasi, tidak bias dan konsisten. Pengujian asumsi klasik ini meliputi uji normalitas, uji multikolinearitas, dan uji heterokedastisitas.

1) Uji Normalitas

Uji normalitas digunakan untuk menguji apakah dalam model regresi, variabel pengganggu atau residual tersebut memiliki distribusi normal. Seperti diketahui bahwa uji t dan uji F mengasumsikan bahwa nilai residual mengikuti distribusi normal. Jika asumsi ini dilanggar maka uji statistik menjadi tidak valid untuk jumlah sampel kecil. Model regresi yang baik adalah model regresi yang berdistribusi normal atau mendekati normal. Ada dua cara yang bisa digunakan untuk mengetahui apakah residual berdistribusi normal atau tidak yaitu dengan melakukan analisis grafik dan uji statistik One-Sample *Kolmogorov-Smirnov Test*. Uji statistik yang digunakan dalam penelitian ini adalah dengan menggunakan uji *Kolmogorov-Smirnov*. Dasar pengambilan keputusan bisa dilakukan bila:

- a. Jika signifikansi $> 0,05$, dapat dikatakan bahwa residual normal.
- b. Jika signifikansi $< 0,05$, dapat dikatakan bahwa residual tidak normal.

2) Uji Multikolinieritas

Uji multikolinieritas ini bertujuan untuk menguji apakah dalam suatu model regresi ditemukan adanya korelasi antar variabel bebas

(independent). Untuk menguji multikolinieritas dengan cara melihat nilai VIF (*Variance Inflation Factor*) masing-masing variabel independent.

- a. Jika nilai tolerance $> 0,10$ dan VIF < 10 , maka dapat diartikan bahwa tidak terdapat multikolinieritas pada penelitian tersebut.
- b. Jika nilai tolerance $< 0,10$ dan VIF > 10 , maka dapat diartikan bahwa terdapat multikolinieritas pada penelitian tersebut.

3) Uji Heteroskedasitas

Uji heteroskedasitas ini bertujuan untuk mengetahui apakah pada sebuah model regresi terjadi ketidaknyamanan varian dari residual dalam satu pengamatan ke pengamatan lainnya. Untuk model penelitian yang baik adalah yang tidak terdapat heteroskedastisitas, dilakukan dengan menggunakan metode korelasi *rank spearman* yaitu mengkorelasikan masing-masing variabel bebas dengan nilai residual. Apabila korelasi *rank spearman* menghasilkan nilai signifikan $> 0,05$ ($\alpha=5\%$) maka tidak terjadi heteroskedatisasi.

3.2.5.4 Analisis Regresi Berganda

Dalam penelitian ini terdapat tiga variabel, dimana dua variabel merupakan variabel bebas (independent) yaitu diskon (X_1) dan *digital payment* (X_2) serta satu variabel terikat atau dependen yaitu kinerja keuangan UMKM (Y), sehingga alat analisis yang digunakan adalah analisis regresi berganda.

Menurut Sugiyono (2019:275) analisis regresi berganda digunakan untuk mencari pengaruh dari dua atau lebih variabel independen terhadap variabel dependen. Dalam penelitian ini penulis menggunakan persamaan regresi berganda,

karena variabel independennya lebih dari satu. Adapun persamaan regresi berganda dapat dirumuskan sebagai berikut :

$$Y = a + b_1X_1 + b_2X_2 + e$$

Keterangan :

Y = Variabel Kinerja Keuangan UMKM

a = Konstanta

X1 = Variabel Diskon

X2 = Variabel *Digital Payment*

b1 = Koefisien Regresi dari variabel diskon

b2 = Koefisien Regresi dari variabel *digital payment*

e = *Error term*

3.2.5.5 Koefisien Determinasi (R^2)

Koefisien determinasi (R^2) merupakan sebuah instrumen yang mengukur seberapa jauh keahlian model (variabel independen) dalam menjelaskan variasi variabel dependen. Nilai koefisien determinasi adalah antara nol sampai satu. Nilai yang mendekati satu berarti variabel-variabel independen memberikan hampir semua informasi yang dibutuhkan untuk memprediksi variasi variabel dependen.

Ketentuan sebagai berikut:

- a. Nilai R^2 yang kecil artinya kemampuan variabel-variabel independen dalam menjelaskan variasi variabel dependen sangat terbatas.
- b. Nilai R^2 yang mendekati satu artinya variabel-variabel independen memberikan hampir seluruh informasi yang diperlukan untuk memprediksi variasi variabel dependen.

3.2.5.6 Uji Hipotesis

Uji hipotesis merupakan sebuah proses untuk memberikan jawaban dari rumusan masalah yang sedang diteliti, dan dijadikan dasar untuk membuat

keputusan terkait hasil penelitian. Untuk mengetahui ada atau tidaknya pengaruh variabel bebas terhadap variabel terikat, maka harus dilakukan pengujian hipotesis. Uji hipotesis yang digunakan dalam penelitian ini adalah uji F (Uji kelayakan model) dan uji t (uji secara parsial).

1. Uji F

Uji kelayakan model atau uji F digunakan untuk menentukan apakah model regresi layak digunakan atau tidak dalam penelitian ini. Pada uji F dilihat dari nilai signifikansi dengan *significance* level sebesar 5% atau 0,05. Jika nilai signifikansi $< 0,05$ maka model regresi lolos uji kelayakan model.

2. Uji t

Uji t digunakan untuk menguji seberapa jauh pengaruh masing-masing variabel independen yang digunakan dalam penelitian terhadap variabel dependen secara parsial. Pengujian ini dilakukan untuk mengetahui dan menganalisis bagaimana variabel independen diskon (X_1) dan *digital payment* (X_2) berpengaruh secara individual terhadap variabel dependen yaitu kinerja keuangan UMKM (Y). Dengan ketentuan sebagai berikut:

- a. H_{01} : Diskon tidak berpengaruh positif terhadap kinerja keuangan UMKM
- b. H_{a1} : Diskon berpengaruh positif terhadap kinerja keuangan UMKM
- c. H_{02} : *Digital payment* tidak berpengaruh positif terhadap kinerja keuangan UMKM
- d. H_{a2} : *Digital payment* berpengaruh positif terhadap kinerja keuangan UMKM

Kriteria-kriteria penentuannya:

- a. Jika nilai sig. kurang dari 0,05 ($<0,05$) dan nilai $t_{hitung} > t_{tabel}$ atau $-t_{hitung} < -t_{tabel}$, maka H_0 ditolak dan H_a diterima, artinya variabel independen berpengaruh positif terhadap variabel dependen.
- b. Jika nilai sig. lebih dari 0,05 ($> 0,05$) dan nilai $t_{hitung} < t_{tabel}$ atau $-t_{hitung} > -t_{tabel}$, maka H_0 diterima dan H_a ditolak, artinya variabel independen tidak berpengaruh positif terhadap variabel dependen.

Berdasarkan analisis yang telah dilakukan, maka dari data tersebut ditarik kesimpulan apakah hipotesis yang telah ditetapkan diterima atau ditolak. Dalam analisisnya, penelitian ini menggunakan bantuan SPSS.