

BAB III

METODE PENELITIAN

A. Paradigma Penelitian

Menurut Ainurroffiq (2007: 50) dalam Cooper dan Schindler menyatakan terkait penelitian yang berdasar pada suatu teori atau hipotesis untuk menguji suatu fenomena yang terjadi termasuk penelitian *explanatory*. Penelitian *explanatory* suatu studi hubungan antara dua atau lebih variabel untuk menjelaskan suatu fenomena yang terjadi.

Penelitian ini menggunakan jenis penelitian *explanatory*, yang dimaksudkan untuk menjelaskan hubungan diantara dua variabel dimana satu variabel memberi pengaruh kepada variabel lainnya. Penelitian ini bertujuan untuk menjelaskan pengaruh kepercayaan, persepsi risiko, kemudahan dan manfaat terhadap keputusan pembelian online tiket pesawat melalui Traveloka.

B. Objek Penelitian

Objek adalah hal, perkara, atau orang yang menjadi pokok pembicaraan dalam Kamus Besar Bahasa Indonesia, dan menurut Sugiyono (2014: 80) Populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri atas objek atau subjek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian

ditarik kesimpulannya. Dalam penelitian ini populasi yang akan digunakan adalah mahasiswa S1 Ekonomi dan Bisnis UMY.

Objek dalam penelitian ini meliputi: (1) pengaruh kepercayaan pengguna Traveloka. (2) persepsi risiko pengguna Traveloka. (3) Persepsi kemudahan pengguna Traveloka. (4) Persepsi manfaat pengguna Traveloka. (5) Dasar keputusan pembelian online konsumen terkait tiket pesawat melalui Traveloka. Adapun, subjek penelitian ini adalah mahasiswa Universitas Muhammadiyah Yogyakarta yang menggunakan layanan Traveloka khususnya dalam pembelian online tiket pesawat.

Sample adalah bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi tersebut (Sugiyono, 2014: 81). Dengan mempelajari sampel, peneliti akan mampu menarik suatu kesimpulan yang akan digeneralisasi ke populasi.

Subjek penelitian ini adalah para mahasiswa Universitas Muhammadiyah Yogyakarta (UMY) khususnya mahasiswa yang pernah memesan pembelian online tiket pesawat melalui Traveloka.com, subjek penelitian yang diambil adalah situs Traveloka.com yang menawarkan tiket pesawat dan *booking* hotel, namun dalam penelitian ini dibatasi hanya untuk pemesanan *online* tiket pesawat.

C. Jenis Data

Penelitian ini membutuhkan sumber data primer yang akan diperoleh dari pembagian kuesioner kepada para responden. Menurut Sugiyono (2014: 137), Sumber data primer adalah sumber data yang langsung memberikan data kepada pengumpul data.

Metode pengumpulan data akan dilakukan dengan survei dan teknik yang digunakan untuk mengumpulkan data adalah dengan penyebaran kuesioner kepada mahasiswa Universitas Muhammadiyah Yogyakarta.

D. Setting Penelitian

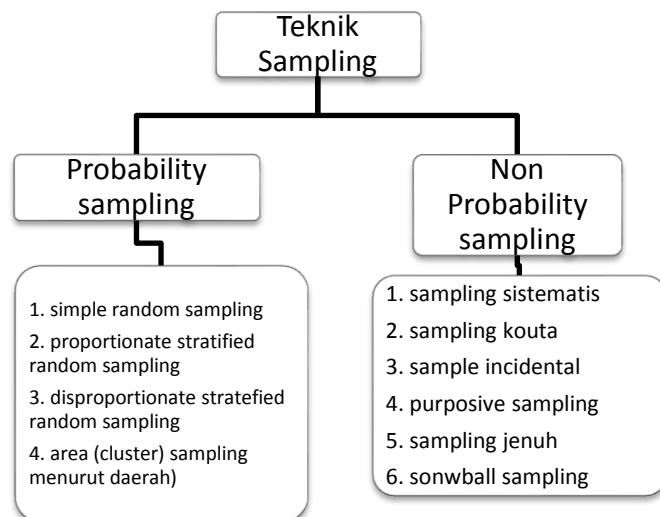
Penelitian ini akan mengkaji tentang sebuah fenomena pemasaran yaitu perilaku konsumen dalam melakukan pembelian online tiket pesawat melalui *website* Traveloka.com. Faktor-faktor apa saja yang menjadi pertimbangan oleh seorang konsumen dalam proses sikap pembelian mengambil keputusan pembelian. Fenomena pemasaran yang akan di teliti terfokus pada bagaimana konsumen yang pernah melakukan pembelian online tiket pesawat melalui Traveloka dan sekaligus menjadi judul topik penelitian.

Penelitian ini akan dilakukan dan dilaksanakan di area kampus Universitas Muhammadiyah Yogyakarta (Kasihan Bantul, Yogyakarta). Dengan alasan dan tujuan peneliti memilih lokasi Universitas Muhammadiyah Yogyakarta dikarenakan subjek yang digunakan adalah para mahasiswa UMY, efektifitas dan kelancaran

dalam penelitian pun perlu diperhatikan, karena domisili peneliti dari tempat yang sama (kampus UMY) yang sedikitnya banyak mengenal karakter dan tipe subjek yang akan dijadikan penelitian.

E. Teknik Pengambilan Sampel

Menurut Sugiyono (2014: 150) teknik sampling adalah merupakan teknik pengambilan sampel. Dengan belum diketahuinya jumlah populasi dari penelitian ini menyebabkan sulitnya untuk menentukan sampel. Oleh karena itu, digunakanlah teknik nonprobability sampling.



Sumber: Sugiyono, (2014: 151)

Gambar 3.1 Teknik Sampling

Teknik Nonprobability adalah teknik pengambilan sampel yang tidak memberi peluang/kesempatan sama bagi setiap unsur atau anggota populasi untuk dipilih menjadi sampel (Sugiyono, 2014: 154).

Teknik purposive sampling adalah salah satu teknik pengambilan sampel yang merupakan bagian dari non-probability sampling. Purposive sampling adalah teknik penentuan sampel dengan pertimbangan tertentu (Sugiyono, 2014: 156). Oleh karena itu, dalam penelitian ini digunakanlah teknik pengambilan sampel purposive sampling dengan kriteria sebagai berikut :

- a. Mahasiswa program S1 UMY yang masih aktif kuliah.
- b. Mengetahui website Traveloka.com
- c. Pernah memesan atau membeli online tiket pesawat melalui Traveloka melalui situs Traveloka.com atau di aplikasi andoridnya.

Penentuan besaran dijelaskan menurut Roscoe dalam Sugiyono (2014: 164) yang memberikan acuan umum untuk menentukan ukuran sampel yaitu :

- a. Ukuran sampel lebih dari 30 dan kurang dari 500 adalah tepat untuk kebanyakan penelitian.
- b. Jika sampel dipecah ke dalam sub-sampel (pria/wanita, junior/senior, dan sebagainya), ukuran sampel minimum 30 untuk tiap kategori adalah tepat.

c. Bila dalam penelitian akan melakukan analisis dengan multivariate (termasuk analisis regresi berganda), maka jumlah anggota sampel minimal 10x dari jumlah variabel yang diteliti.

Dari penjelasan diatas dapat diperoleh jumlah sampel dengan menggunakan perhitungan $10 \times$ jumlah variabel penelitian. Total variabel yang ada dalam penelitian ini adalah 5 dikali 10 hasilnya 50. Dengan pertimbangan jumlah sampel kurang mewakili jumlah indikator dikali 10 mendapatkan hasil $18 \times 10 = 180$ responden dalam penelitian ini.

F. Teknik Pengumpulan Data

Survey akan dilakukan dengan pendistribusian kuesioner yang akan dibagikan langsung kepada para mahasiswa UMY. Kuesioner merupakan perumusan yang ditulis dalam bentuk pertanyaan-pertanyaan untuk memperoleh jawaban dari para responden dan biasanya berbentuk beberapa alternatif yang sama. Kuesioner merupakan tehnik pengumpulan data dimana responden mengisi pertanyaan atau pernyataan setelah disi dikembalikan kepada peneliti. (Sugiyono, 2014: 230)

Dalam penelitian ini menggunakan Skala Liker untuk mengukur sikap, pendapat dan persepsi seseorang atau sekelompok orang tentang fenomena sosial. Dalam penelitian, fenomena sosial ini disebut sebagai variabel penelitian. Variabel yang akan diukur dijabarkan menjadi indikator variabel, kemudian indikator sebagai

titik tolak ukur untuk menyusun item-item instrumen yang dapat berupa pertanyaan atau pernyataan. (Sugiyono, 2014: 168)

Skala Likert digunakan untuk mengukur sikap, pendapat, dan persepsi, seorang atau sekelompok tentang fenomena sosial. Dalam skala Likert, maka variabel yang diukur dijabarkan menjadi indikator variabel, kemudian menjadi titik tolak untuk menyusun instrumen – instrumen berupa pertanyaan atau pernyataan. (Sugiyono, 2014: 168)

Para mahasiswa khususnya konsumen Traveloka akan diberikan pertanyaan – pertanyaan terkait sikap dan persepsinya mengenai keputusan pembelian melalui Traveloka. Berikut tabel penilaian positif dan negatif Tabel 3.1 Tabel Penilaian Pertanyaan atau Pernyataan Positif

Tabel 3.1
Tabel Penilaian Pertanyaan atau Pernyataan Positif

NO	Keterangan	Skor Positif
1	Sangat Tidak Setuju	1
2	Tidak Setuju	2
3	Ragu-Ragu	3
4	Setuju	4
5	Sangat Setuju	5

Sumber: (Sugiyono, 2014: 168)

G. Identifikasi Variabel

Menurut Sugiyono (2014: 95) menyatakan bahwa variabel adalah konstruk (*constructs*) atau sifat yang akan dipelajari. Dalam penelitian ini ada tiga variabel yang digunakan yaitu variabel independen, dan variabel dependen.

1. Variabel independen sering disebut juga *variabel stimulus*, *predictor*, *antecedent*, dalam bahasa Indonesia sering disebut variabel bebas, Variabel bebas adalah merupakan variabel yang mempengaruhi atau yang menjadi sebab perubahannya atau timbulnya variabel dependen (terikat). (Sugiyono, 2014: 96) Dalam penelitian ini adalah Pengaruh kepercayaan, persepsi risiko, kemudahan, dan manfaat secara parsial, serta keseluruhan dari faktor diatas yang menjadikan variabel simultan.
2. Variabel Dependen sering disebut juga variabel output, kriteria, konsekuen. Dalam bahasa Indonesia sering disebut sebagai variabel terikat. Variabel terikat merupakan variabel yang dipengaruhi atau yang menjadi akibat, karena adanya variabel bebas. (Sugiyono, 2014: 96) Variabel dependen dalam penelitian ini adalah keputusan pembelian online tiket pesawat melalui Traveloka

H. Definisi Operasional Variabel Penelitian

Tabel 3.2
Definisi Operasional Variabel

No	Variabel	Definisi Operasional	Indikator Penelitian	Sumber Indikator
1	Independent			
	Kepercayaan	<i>Trust</i> merupakan kemauan seseorang untuk peka terhadap tindakan oranglain berdasar kan pada harapan bahwa oranglain akan melakukan tindakan tertentu pada yang mempercayainya, tanpa tergantung pada kemampuannya mengawasi dan mengandalkan (Andini putri, 2010:39)	<ul style="list-style-type: none"> •Kehandalan •Pemenuhan kebutuhan •Kejujuran •Perhatian •Empati •Daya terima •Keterbukaan 	Andini Putri, (2010: 65)."
	Pengaruh risiko	Persepsi konsumen mengenai ketidakpastian dan konsekuen risiko dan konsekuensi negatif yang mungkin diterima atas pembelian suatu produk atau jasa. Persepsi risiko didefinisikan oleh	<ul style="list-style-type: none"> • Ada risiko tertentu • Mengalami kerugian • Pemikiran bahwa berisiko • Kemanan Informasi • Sistem keamanan 	Mulyana, Yusuf Fitra (2016: 92)."

		Oglethorpe dalam Mulyana, Yusuf Fitra (2016: 92)."		
	Kemudahan	persepsi kemudahan penggunaan mengacu pada sejauh mana seseorang percaya bahwa menggunakan sistem tertentu akan bebas dari upaya. Menurut Davis dalam Irmadhani (2012: 8)	<ul style="list-style-type: none"> • Interaksi individu dengan sistem jelas dan mudah dimengerti (<i>clear and understandable</i>). • Tidak dibutuhkan banyak usaha untuk berinteraksi dengan sistem tersebut (<i>does not require a lot of mental effort</i>). • Sistem mudah digunakan (<i>easy to use</i>). • Mudah mengoperasikan sistem sesuai dengan apa yang ingin individu kerjakan (<i>easy to get the system to do what he/she wants to do</i>). 	Irmadhani (2012: 8)
	Manfaat	persepsi individu bahwa menggunakan teknologi baru akan menambah atau meningkatkan kinerja mereka Menurut Davis dalam (2012: 7)	<ul style="list-style-type: none"> • Penggunaan sistem dapat meningkatkan kinerja seseorang (<i>improves job performance</i>). • Penggunaan system dapat menambah tingkat produktivitas seseorang (<i>increases productivity</i>). • Penggunaan system dapat meningkatkan efektifitas kinerja seseorang (<i>enhances effectiveness</i>). • Penggunaan sistem bermanfaat bagi individu (<i>the system is useful</i>). 	Irmadhani (2012: 7)
2	Dependent			
	Keputusan Pembelian		<ul style="list-style-type: none"> •Kemantapan pada sebuah produk atau jasa •Kebiasaan dalam membeli produk atau jasa •Memberikan rekomendasi kepada orang lain •Melakukan pembelian ulang 	Hardiawan (2013: 60)

		Suatu proses dimana konsumen menentukan sebuah keputusan apakah akan melakukan transaksi pembelian secara online atau tidak.		
--	--	--	--	--

(Sumber: Data diolah, 2016)

I. Pengujian Kualitas Instrumen

1. Uji Validitas dan Uji Reliabilitas

a. Uji Validitas

Menurut Ghazali (2011: 52) Uji Validitas adalah pengujian untuk mengukur sah atau valid tidaknya suatu kuesioner. Sesuai dengan data yang ingin kita ukur. Menurut Ghazali (2011: 52) suatu kuesioner dikatakan valid jika pertanyaan pada kuesioner mampu untuk mengungkapkan sesuatu yang akan diukur oleh kuesioner tersebut.

Menurut Ghazali (2011: 53), suatu data dikatakan valid apabila signifikan $< 0,05$ atau 5 %. Penelitian ini akan menggunakan teknik korelasi *bivariate Pearson (Product Moment Pearson)*. Pengujian validitas instrumen akan diolah menggunakan *software IBM Statistik 22*.

b. Uji Reliabilitas

Menurut Ghazali (2011: 47) Uji Reliabilitas sebenarnya adalah alat untuk mengukur suatu kuesioner yang merupakan indikator dari variabel atau konstruk. Menurut Ghazali (2011: 48), Suatu kuesioner dapat dinyatakan reliabel jika jawaban yang diberikan seseorang terhadap pernyataan adalah konsisten atau stabil dari waktu ke waktu.

Dalam penelitian ini *Cronbach's Alpha* akan digunakan untuk menguji reliabilitas kuesioner. Suatu Instrumen dinyatakan reliabel bila Koefisien reliabilitas $>0,60$. (Sugiyono, 2014: 220) Dengan hasil yang seperti itu, maka akan menunjukkan bahwa penelitian yang dilakukan valid dan reliable. Pengujian reliabilitas instrumen akan diolah menggunakan software IBM Statistik 22.

2. Uji Asumsi Klasik

a. Uji Multikolonieritas

Uji Multikolonieritas bertujuan untuk menguji apakah pada model regresi ditemukan adanya korelasi antar variabel bebas. (Ghazali,2011: 105) dalam penelitian ini (Pengaruh kepercayaan, persepsi risiko, kemudahan dan manfaat). Menurut Ghazali (2011: 105) Untuk mendeteksi ada atau tidaknya multikolonieritas di dalam model regresi adalah sebagai berikut :

- 1) Nilai R^2 yang dihasilkan oleh suatu estimasi model empiris sangat tinggi, tetapi secara individual variabel-variabel independen banyak yang tidak signifikan mempengaruhi variabel dependen.
- 2) Menganalisis metrik korelasi variabel-variabel independen, umumnya diatas 0,90.
- 3) Melihat *variance inflation faktor (VIF)* . Apabila VIF kurang dari atau sama dengan 10 maka tidak terjadi multikoleniaritas, tetapi jika VIF melebihi 10 maka terjadi multikolineritas.

b. Uji Heteroskedastisitas

Menurut Ghazali (2011: 139) Uji heteroskedastisitas bertujuan untuk mengetahui apakah dalam model regresi terjadi ketidaksamaan *varians* dari residual satu pengamatan ke pengamatan lain. Jika *varians* dari residual satu pengamatan ke pengamatan lain tetap maka disebut homoskedastisitas. Model regresi yang baik adalah homoskedastisitas dan tidak terjadi heteroskedastisitas.

Untuk menguji apakah dalam model regresi terjadi heteroskedastisitas atau tidak, penelitian ini menggunakan uji glejser yaitu mengusulkan untuk meregres nilai absolut residual terhadap variabel independen. Jika variabel independen signifikan secara statistik mempengaruhi variabel dependen, maka indikasi terjadi heteroskedastisitas. Jika probabilitas signifikannya diatas tingkat 5% maka model regresi tidak mengandung heteroskedastisitas.

c. 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. Model regresi yang baik adalah distribusi data normal atau tidak normal. Uji normalitas dapat dilihat apabila nilai $\text{sig} > \alpha$ maka residual penyebaran normal. Sebaliknya, apabila $\text{sig} < \alpha$ maka residual tidak menyebar secara normal.

Bertujuan untuk menguji apakah dalam sebuah model regresi, variabel dependen, variabel independen, atau keduanya mempunyai distribusi normal atau tidak. Model regresi yang baik adalah berdistribusi normal atau mendekati normal. Suatu data dikatakan mengikuti distribusi normal dilihat dari penyebaran data pada sumbu diagonal dari grafik (Ghozali, 2011: 163).

Dasar pengambilan keputusan adalah sebagai berikut :

1. Jika data menyebar di sekitar garis diagonal dan mengikuti arah garis diagonal, maka model regresi memenuhi normalitas.
2. Jika data menyebar jauh dari garis diagonal dan tidak mengikuti arah garis diagonal, maka model regresi tidak memenuhi normalitas.

Uji statistik lainnya dengan uji statistik non-parametrik kolmogorov-Smirnov (K-S) dengan nilai sig lebih besar dari 5% maka disimpulkan residual menyebar normal, dengan membuat hipotesis :

H0: Data residual berdistribusi normal

HA: Data residual tidak berdistribusi normal

J. Analisis Data

1. Analisis Regresi Linear Berganda

Secara umum, analisis regresi pada dasarnya adalah studi mengenai ketergantungan variabel dependen (terikat) dengan satu atau lebih variabel independen (variabel penjelas/bebas), dengan tujuan untuk mengestimasi dan/atau memprediksi rata-rata populasi atau nilai rata-rata variabel dependen berdasarkan nilai variabel independen yang diketahui (Ghazali, 2011: 95). Regresi linear berganda pada penelitian ini berguna untuk mengetahui tingkat pengaruh variabel independen (pengaruh kepercayaan, persepsi risiko, kemudahan dan manfaat) secara parsial dan secara simultan terhadap variabel dependen (Keputusan pembelian).

Regresi linier berganda :

$$Y = \alpha + b_1X_1 + b_2X_2 + b_3X_3 + b_4X_4 + e$$

Keterangan :

Y = Keputusan Pembelian

α = Konstanta

X1 = Pengaruh Kepercayaan

X2 = Persepsi Risiko

X3 = Kemudahan

- X4 = Manfaat
- b1 = Koefisien Regresi Pengaruh Kepercayaan
- b2 = Koefisien Regresi Persepsi Risiko
- b3 = Koefisien Regresi Kemudahan
- b4 = Koefisien Regresi Manfaat
- e = Standar Error

Teknik analisis yang digunakan sesuai dengan model penelitian ini adalah regresi linier berganda dimana nilai dan variabel independen dan dependen dapat diperoleh dari hasil survei yang perhitungannya akan menggunakan skala Likert. Cara perhitungannya adalah dengan menghadapkan seorang responden dengan beberapa pertanyaan dan kemudian diminta untuk memberikan jawaban. Dalam menganalisis dan penelitian ini digunakan metode deskriptif kuantitatif.

K. Uji Hipotesis

Pengujian hipotesis merupakan suatu prosedur yang dilakukan dengan tujuan memutuskan apakah terdapat penerimaan atau penolakan antara variabel bebas terhadap variabel terikat. Ada dua jenis pengujian dalam uji hipotesis, yaitu:

1. Uji Koefisien Determinasi (R^2)

Menurut Ghazali (2011: 97) Koefisien determinasi (R^2) pada intinya mengukur seberapa jauh kemampuan model dalam menerangkan variasi variabel dependen. Nilai koefisien determinasi

adalah Nol dan Satu. Nilai koefisien determinasi adalah antara nol sampai satu. Bila $R^2 = 0$ berarti antara variabel bebas dengan variabel terikat tidak ada hubungan yang signifikan. Bila $R^2 = 1$ berarti antara variabel bebas dengan variabel terikat mempunyai hubungan yang signifikan.

Menurut Ghazali (2011: 97) kelemahan mendasar penggunaan koefisien determinasi adalah bias terhadap jumlah variabel bebas yang dimasukkan kedalam model. Setiap tambahan 1 variabel bebas, maka R^2 pasti meningkat tidak peduli apakah variabel tersebut berpengaruh secara signifikan terhadap variabel terikat. Maka dari itu dianjurkan untuk menggunakan nilai adjusted R^2 pada saat mengevaluasi mana model regresi yang terbaik.

2. Uji Signifikansi Simultan (Uji Statistik F)

Menurut Ghazali (2011: 98) uji statistik F pada dasarnya menunjukkan apakah semua variabel bebas (pengaruh kepercayaan, persepsi risiko, kemudahan dan manfaat) yang dimasukkan dalam model mempunyai pengaruh secara bersama-sama terhadap variabel terikat (keputusan pembelian).

Adapun kriteria pengujian uji F adalah sebagai berikut dengan membandingkan nilai F hitung dengan F tabel:

- a) Jika $F_{hitung} < F_{tabel}$, maka hipotesis Nol (H_0) diterima dan Hipotesis Alternatif (H_A) ditolak, berarti tidak terdapat pengaruh yang signifikan

antara variabel bebas (X) secara bersama-sama terhadap variabel terikat (Y)

b) Jika $F_{hitung} > F_{tabel}$, hipotesis Nol (H_0) ditolak dan Hipotesis Alternatif (H_1) diterima, berarti terdapat pengaruh yang signifikan antara variabel bebas (X) secara bersamasama terhadap variabel terikat (Y).

Penelitian ini dengan metode tekhnikal aplikasi SPSS IBM 22 dengan metode pengambilan keputusan yaitu apabila secara bersama-sama variabel bebas berpengaruh terhadap variabel terikat yang ditunjukkan dengan nilai signifikansi $< 0,05$, maka model regresi dikatakan bagus, sebaliknya apabila secara bersama-sama variabel bebas tidak berpengaruh terhadap variabel terikat yang ditunjukkan dengan nilai signifikansi $> 0,05$, maka model regresi adalah tidak baik.

3. Uji Signifikan Parameter Individual (Uji Statistik t)

Menurut Ghozali (2011: 99) uji statistik t pada dasarnya menunjukkan seberapa jauh pengaruh satu variabel bebas (Pengaruh Kepercayaan, persepsi risiko, kemudahan dan manfaat) dalam menerangkan variabel terikat (keputusan pembelian) secara terpisah atau bersama sama. Jika dinyatakan secara statistik sebagai berikut :

a. Hipotesis nol (H_0) parameter suatu variabel sama dengan nol, atau
 $H_0 : b_i = 0$ artinya tidak ada pengaruh dalam pengaruh

kepercayaan, persepsi risiko, kemudahan dan manfaat terhadap keputusan pembelian.

- b. Hipotesis alternatif (H_a) parameter suatu variabel tidak sama dengan nol, atau $H_a : b_i \neq 0$ artinya, ada pengaruh dalam pengaruh kepercayaan, persepsi risiko, kemudahan dan manfaat terhadap keputusan pembelian.

Tingkat kepercayaan sebesar 95% atau tingkat signifikan sebesar 5% dengan cara melakukan uji t sebagai berikut :

- a) H_0 diterima jika $t_{hitung} < t_{tabel}$ atau $-t_{hitung} > -t_{tabel}$, artinya bahwa variabel pengaruh kepercayaan, persepsi risiko, kemudahan dan manfaat tidak mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap variabel keputusan pembelian.

- b) H_0 ditolak jika $t_{hitung} > t_{tabel}$ atau $-t_{hitung} < -t_{tabel}$, artinya bahwa variabel pengaruh kepercayaan, persepsi risiko, kemudahan dan manfaat mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap variabel keputusan pembelian.

Penelitian ini dengan penelitian teknikal aplikasi SPSS IBM 22 dengan pengujian signifikan level 0,05 atau 5%. jika nilai signifikan $>0,05$ maka hipotesis tidak terdukung, ini berarti secara parsial tidak memiliki pengaruh terhadap variabel dependen dan jika nilai signifikan $<0,05$ maka hipotesis terdukung, berarti secara parsial variabel independen tersebut mempunyai pengaruh terhadap variabel dependen.