

BAB III

METODOLOGI PENELITIAN

3.1 Tempat dan Waktu Penelitian

Penelitian ini dilakukan di sekolah SDIT Miftahul Ulum Kecamatan Cinere, Kelurahan Gandul, Kota Depok pada bulan Maret 2024 sampai dengan Mei 2024, sesuai dengan jadwal penelitian yang tertera pada tabel dibawah ini.

Tabel 3.1 Jadwal Pelaksanaan Penelitian

No	Kegiatan	Maret				April				Mei				Juni				Juli				Agustus			
		1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4
1	Observasi awal																								
2	Pengajuan izin																								
3	Persiapan penelitian																								
4	Pengumpulan data																								
5	Pengolahan data																								
6	Analisis & evaluasi																								
7	Penulisan laporan																								
8	Seminar hasil																								

Sumber: Penelitian (2024)

3.2 Jenis Penelitian

Penelitian ini menggunakan metode kuantitatif. Menurut Saat & Mania (2020:128) Penelitian kuantitatif adalah jenis penelitian penelitian yang didasarkan atas perhitungan, atau penelitian yang melibatkan diri pada perhitungan, angka-angka, atau kuantitas. Penelitian ini memanfaatkan kuesioner sebagai instrumen utama untuk mengumpulkan data, yang didistribusikan dan dikumpulkan melalui platform Google Form. Dengan menggunakan kuesioner digital, penelitian ini bertujuan untuk memperoleh data yang terukur dan dapat dianalisis secara statistik. Pendekatan ini memfasilitasi pengumpulan data dalam jumlah besar dengan efisiensi waktu dan biaya, serta memudahkan proses analisis data kuantitatif untuk mencapai kesimpulan yang valid dan reliabel.

3.3 Populasi dan Sampel

3.3.1 Populasi

Populasi adalah area generalisasi yang terdiri dari subjek dan obyek yang memiliki kuantitas dan fitur tertentu yang dipilih oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian diambil kesimpulan (Sugiono dalam Saat & Mania, 2020:65).

Adapun populasi dalam penelitian ini adalah seluruh orang tua murid di SDIT Miftahul Ulum Cinere Depok. Jumlah orang tua murid SDIT Miftahul Ulum berdasarkan data mencapai 564 orang. Oleh sebab itu dalam penelitian ini menggunakan angka 564 sebagai populasi penelitian. Berikut data orang tua murid di SDIT Miftahul Ulum.

Tabel 3.2 Jumlah seluruh orang tua murid SDIT Miftahul Ulum

Orang tua murid	Jumlah
Orang tua murid kelas 1	68
Orang tua murid kelas 2	80
Orang tua murid kelas 3	88
Orang tua murid kelas 4	105
Orang tua murid kelas 5	119
Orang tua murid kelas 6	104
Total	564

Sumber: Peneliti (2024)

3.3.2 Sampel

Sejalannya dengan pengertian populasi, banyak juga ahli yang mendefinisikan pengertian tentang sampel. Menurut Saat & Mania (2020:66) mengatakan bahwa sampel menunjukkan karakteristik umum populasi karena sampel adalah bagian dari populasi atau bagian dari sub-sub populasi yang benar-benar diambil datanya, sehingga biasa disebut sebagai sumber data atau subyek penelitian. Teknik yang digunakan untuk menentukan sampel yaitu Accidental sampling adalah teknik pengambilan sampel dengan cara memilih siapa yang kebetulan dijumpai. Dengan demikian, accidental sampling berdasar pada faktor spontanitas, artinya siapa saja yang tidak sengaja bertemu dengan peneliti dan sesuai dengan karakteristik maka orang tersebut dapat dijadikan sebagai sampel responden (Fauzy 2019:26).

Rumus pengambilan sampel, yang juga dikenal sebagai "rumus Slovin", digunakan untuk menentukan jumlah sampel yang diperlukan untuk penelitian ini, sebagai berikut rumus slovin:

$$n = \frac{N}{1 + Ne^2}$$

n = Ukuran Sampel

N = Ukuran Populasi

e = Presisi yang ditetapkan (dalam penelitian ini ditetapkan sebesar 10%)

Sumber: Nalendra, et al (2021:28)

Dengan demikian maka jumlah sampel yang diambil sebanyak:

$$n = \frac{564}{1 + (564 \times 0,1)^2} = 84,93 \text{ (dibulatkan menjadi 85 responden)}$$

3.4 Teknik Pengumpulan Data

Pengumpulan data bertujuan untuk mendapatkan informasi yang diperlukan dalam mencapai tujuan penelitian. Hipotesis, yang mengemukakan tujuan penelitian, berfungsi sebagai jawaban sementara terhadap pertanyaan penelitian. Jawaban ini perlu diuji secara empiris, dan untuk maksud tersebut, pengumpulan data dari sampel yang telah di tentukan sebelumnya diperlukan. Sampel ini terdiri dari sekelompok unit analisi yang menjadi fokus penelitian. Menurut Sugiono dalam Saat & Mania (2020:83) Proses pengumpulan data sebenarnya dapat dilakukan dengan berbagai cara sebagaimana Sugiyono mengungkapkan bahwa pengumpulan data dapat dilakukan dalam berbagai setting, sumber, dan cara. Menurut Sugiono dalam Saat dan Mania (2020:84) Data dapat menggunakan sumber primer dan sekunder. Sumber primer adalah sumber data yang langsung memberikan data kepada pengumpul data, dan sumber sekunder merupakan sumber data yang tidak langsung memberikan data kepada pengumpul data, misalnya lewat dokumen atau data siap yang ditinggal diambil oleh peneliti, karena memang sudah tersedia, dari bahan-bahan pustaka.

Pada bagian ini hanya dikemukakan pengumpulan data berdasarkan teknik menurut Saat dan Mania (2020:84-95) yaitu:

1. Wawancara

Wawancara merupakan alat yang paling tua dan paling sering digunakan untuk memperoleh informasi. Dapat dilakukan dengan tatap muka atau dengan menggunakan telepon.

2. Angket/Kuesioner

Kuesioner (angket) merupakan teknik pengumpulan data dengan cara memberi seperangkat pertanyaan atau pernyataan tertulis kepada responden untuk dijawab. Kuesioner cocok digunakan dbila jumlah responden cukup besar dan tersebar di wilayah yang luas.

3. Observasi

Bahwa pengamatan bisa dilakukan terhadap data tentang sesuatu keadaan suatu benda, atau gejala-gejala alam, kondisi situasi, kegiatan atau pelaksanaan, tingkah laku atau sifat seseorang.

3.5 Definisi Operasional

Operasional Variabel merupakan segala sesuatu yang berbentuk apa saja yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari sehingga diperoleh informasi tentang hal tersebut kemudian ditarik kesimpulannya (Saat dan Mania dalam Sugiono 2020:56). Dalam penelitian ini variabel yang diteliti terdiri dari variabel independen Kualitas (X1), Citra (X2), dan Kepercayaan (X3). Sedangkan variabel dependen adalah Kepuasan Pelanggan (Y).

3.5.1 Variabel Bebas

Variabel bebas (*independent variable*) atau yang biasa disebut dengan variabel X yaitu variabel yang mempengaruhi variabel terikat (*dependent variable*) atau yang sering disebut dengan variabel Y. Dalam penelitian ini digunakan variabel bebas kualitas pendidikan, citra, dan kepercayaan, yang penulis defenisikan sebagai berikut:

1. Kualitas Pendidikan (X1)

Menurut Hidayat (2021:2) kualitas pendidikan adalah apabila suatu layanan atau layanan pendidikan berhasil mencapai tujuannya dengan dukungan banyak pihak. Dalam dunia pendidikan, “siswa dan orang tuanya disebut sebagai pengguna atau

pelanggan jasa pendidikan Menurut Heneveld dalam Widiyarti dan Suranto (2019:6-7) telah mengemukakan indikator pada kualitas pendidikan sebagai berikut:

- a. *Supporting inputs* (dukungan yang berasal dari masukan) Dukungan orang tua dan masyarakat, sistem pendidikan yang efektif, bahan ajar yang sesuai, pengembangan keterampilan guru yang tepat, jumlah buku yang cukup, peralatan yang sesuai.
- b. *Enabling condition* (kondisi yang memungkinkan) Pola kepemimpinan yang efektif, pengajaran yang tepat, otonomi, fasilitas, dan kondisi yang memungkinkan waktu belajar yang maksimal di sekolah.
- c. *School climate* (suasana sekolah) keterampilan manajemen jadwal, sikap positif guru, disiplin dan ketertiban, pengorganisasian kurikulum, insentif dan penghargaan.
- d. *Teaching learning procces* (proses belajar mengajar) Kualitas dalam pengajaran, variasi metode pengajaran, frekuensi pekerjaan rumah, kinerja siswa dan frekuensi umpan balik.
- e. *Student out comes* (hasil belajar siswa) Keaktifan, prestasi anak, dan keterampilan sosial, serta dukungan ekonomi.

2. Citra Merek (X2)

Menurut Indrasari (2019:93) citra adalah persepsi konsumen terhadap kualitas suatu merek atau perusahaan. Citra perusahaan itu sendiri adalah citra suatu organisasi yang tercermin dalam benak pelanggan. Berikut indikator citra merek menurut Rangkuti dalam Indrasari (2019:99-100) indikator-indikator citra merek sebagai berikut:

- a. *Recognition* (Pengenalan), tingkat di mana sebuah merek dikenal oleh konsumen; jika merek tersebut tidak dikenal, maka barang atau jasa dengan merek tersebut harus dijual dengan harga murah seperti pengenalan logo, tagline, desain, dan lain-lain. sebagai identitas merek.
- b. *Reputation* (Reputasi), merupakan status atau reputasi yang cukup tinggi bagi sebuah merek karena lebih memiliki sejarah yang baik.
- c. *Affinity* (Daya tarik), juga disebut daya tarik, adalah hubungan emosional yang muncul antara sebuah merek dan pelanggannya. Hal ini dapat dilihat dari harga, kepuasan pelanggan, dan tingkat asosiasi.

- d. *Loyalty* (kesetiaan), juga dikenal sebagai kesetiaan, mengacu pada seberapa setia pelanggan terhadap barang atau jasa yang menggunakan merek yang relevan. Apabila sebuah merek telah dikenal oleh masyarakat dan memiliki reputasi yang baik di mata pelanggan, merek tersebut akan menjadi menarik bagi pelanggan dan akan menjadi pelanggan yang setia.

3. Kepercayaan (X3)

Menurut Mowen dan Minorda dalam Ningsih (2021:123) Kepercayaan konsumen adalah pengetahuan konsumen mengenai suatu objek atributnya dan manfaatnya. Menurut Mayer dalam Ainurrofiq dalam Rifai (2023:63-64) mengemukakan 3 faktor indikator dalam kepercayaan meliputi:

a. Kemampuan

keahlian merupakan kepercayaan dibidang khusus yang mana seseorang membutuhkan keyakinan akan kemampuan mereka untuk berprestasi. Faktor-faktor seperti pengalaman dan pembuktian prestasi akan menentukan kepercayaan orang lain terhadap seseorang.

b. Integritas

Salah satu cara untuk mengetahui integritas seseorang adalah dengan memastikan bahwa apa yang mereka katakan dan lakukan sesuai dengan nilai-nilai diri mereka. Integritas memerlukan keteguhan hati dalam menghadapi tekanan; kejujuran saja tidak cukup untuk mendefinisikan integritas. mengatakan bahwa integritas terdiri dari kewajaran (*fairness*), pemenuhan (*fulfillment*), kesetiaan (*loyalty*), keterusterangan (*honesty*), keterkaitan (*dependability*), dan kehandalan(*reliability*).

c. Kebaikan hati

Kebaikan hati berhubungan dengan niat. Ketika seseorang berinteraksi dengan orang lain, mereka menjadi menarik. Hal ini akan mendorongnya untuk mempertimbangkan orang tersebut dan memberikan dorongan yang kuat untuk memutuskan untuk percaya atau tidak dengan orang tersebut.

3.5.2 Variabel Terikat

Variabel terikat (*dependent variable*) adalah variabel yang dapat dipengaruhi oleh variabel bebas (*independent variable*). Dalam penelitian ini digunakan kepuasan

orang tua murid. Menurut Ningsih dan Segoro dalam Hermanto (2019:21) kepuasan adalah respons emosional yang ditunjukkan oleh pelanggan selama proses pembelian produk atau layanan. Ini berasal dari perbandingan antara kinerja aktual terhadap harapan serta evaluasi pengalaman yang dialami selama pembelian.

Menurut Tjiptono dalam Purnomo, et al (2020:21) Mengenai indikator kepuasan yang diteliti sebagai sebagai evaluasi atas harapan berkaitan dengan:

1. Kesesuaian Konsumen

Konsumen tidak merasa kecewa karena apa yang mereka terima sesuai dengan harapan mereka.

2. Minat berkunjung kembali

Ketika pelanggan merasa puas, mereka akan lebih cenderung untuk kembali.

3. Ketersediaan merekomendasikan ke orang lain

Ketika pelanggan merasa puas, mereka akan merekomendasikan produk tersebut kepada orang lain.

Tabel 3.3 definisi operasional variabel

VARIABEL	DEFINISI	INDIKATOR	UKURAN
Kualitas (X1)	Menurut Hidayat (2021:2) kualitas pendidikan adalah apabila suatu layanan atau layanan pendidikan berhasil mencapai tujuannya dengan dukungan banyak pihak.	1. <i>Supporting inputs</i> (dukungan yang berasal dari masukan) 2. <i>Enabling condition</i> (kondisi yang memungkinkan). 3. <i>School climate</i> (suasana sekolah). 4. <i>Teaching learning procces</i> (proses belajar mengajar). 5. <i>Student out comes</i> (hasil belajar siswa)	Skala Likert
Citra Merek (X2)	Menurut Indrasari (2019:93) citra adalah persepsi konsumen terhadap kualitas suatu merek atau perusahaan.	1. Recognition (pengenalan) 2. Reputation (reputasi) 3. Affinity (daya tarik) 4. Loyalty (loyalitas)	Skala Likert
Kepercayaan (X3)	Menurut Mowen dan Minor dalam Ningsih (2021:123) Kepercayaan konsumen adalah pengetahuan konsumen mengenai suatu objek atributnya dan manfaatnya.	1. Kemampuan 2. Integritas 3. Kebajikan hati	Skala Likert

Kepuasan (Y)	Menurut Ningsih dan Segoro dalam Hermanto (2019:21) kepuasan adalah respons emosional yang ditunjukkan oleh pelanggan selama proses pembelian produk atau layanan.	1. Kesesuaian konsumen 2. Minat berkunjung kembali 3. Ketersediaan merekomendasikan ke orang lain	Skala Likert
--------------	--	---	--------------

Sumber: peneliti (2024)

3.6 Teknik Analisis Data

Penelitian yang mengukur variabel dengan menggunakan instrumen kuesioner harus dilakukan pengujian kualitas atas data yang diperoleh. Pengujian ini bertujuan untuk mengetahui apakah instrumen yang digunakan valid dan reliabel atau tidak. Sebab kebenaran data yang diperoleh akan sangat menentukan kualitas hasil penelitian.

3.6.1 Skala dan angka penafsiran

Instrumen penelitian ini berupa kuesioner. Kuesioner merupakan teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan cara memberi seperangkat pernyataan tertulis kepada responden untuk dijawabnya. Untuk menilai sikap dan persepsi responden, dalam penelitian ini menggunakan skala Likert, yaitu skala yang digunakan untuk mengukur sikap, pendapat, persepsi seseorang atau sekelompok orang tentang kejadian tertentu. Dimana jawaban setiap item instrument mempunyai bobot nilai seperti tercantum pada Tabel 3.4 berikut.

Tabel 3.4 Tabel skala likert (Pemberian Skor Untuk Jawaban Kuesioner)

No	Pernyataan	Kode	Nilai 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: Hasil penelitian, 2024

Dengan Skala Likert, maka variabel yang dapat diukur dijabarkan menjadi indikator variabel. Kemudian indikator tersebut dijadikan sebagai titik tolak untuk menyusun item-item instrumen yang dapat berupa pernyataan. Jawaban dari pernyataan itulah yang nantinya akan diolah sampai menghasilkan kesimpulan.

Guna menentukan gradasi hasil jawaban responden maka diperlukan angka penafsiran. Angka penafsiran inilah yang digunakan dalam setiap penelitian kuantitatif untuk mengolah data mentah yang akan dikelompokkan sehingga dapat diketahui hasil akhir degradasi atas jawaban responden, apakah responden sangat setuju, setuju, tidak setuju atau bahkan sangat tidak setuju atas apa yang ada pada pernyataan tersebut. Adapun penentuan interval angka penafsiran dilakukan dengan cara mengurangkan skor tertinggi dengan skor terendah dibagi dengan jumlah skor sehingga diperoleh interval penafsiran seperti terlihat pada Tabel 3.5 di bawah ini.

$$\begin{aligned}\text{Interval Angka Penafsiran} &= (\text{Skor Tertinggi} - \text{Skor Terendah}) / n \\ &= (5 - 1) / 5 \\ &= 0,80\end{aligned}$$

Tabel 3.5 Angka Penafsiran

INTERVAL PENAFSIRAN	KATAGORI
1,00 – 1,80	Sangat Tidak Setuju
1,81 – 2,60	Tidak Setuju
2,61 – 3,40	Netral
3,41 – 4,20	Setuju
4,21 – 5,00	Sangat Setuju

Sumber: Hasil penelitian, 2024 (Data diolah)

Adapun rumus penafsiran yang digunakan adalah:

$$M = \frac{\sum f(X)}{n}$$

Keterangan:

- M = Angka penafsiran
- f = Frekuensi jawaban
- x = Skala nilai
- n = Jumlah seluruh jawaban

3.6.2 Persamaan Regresi

Dalam penelitian ini digubakan analisis linier berganda yaitu untuk mengetahui pengaruh kualitas, citra merek, dan kepercayaan terhadap kepuasan orang tua murid. Selain itu juga Analisis regresi dipakai untuk memprediksi, bagaimana

suatu variabel mempengaruhi variabel lain dan untuk mengetahui bentuk-bentuk hubungan tersebut antara dua variabel bebas atau lebih (X_1), (X_2), (X_3), (X_n) dengan satu variabel terikat (Sahir, 2021:51). Guna menguji pengaruh beberapa variabel bebas dengan variabel terikat dapat digunakan model matematika sebagai berikut:

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

Keterangan:

- Y = Variabel terikat (Kepuasan)
- a = Konstanta (titik potong dengan sumbu Y)
- $b_1...b_3$ = Koefisien regresi (konstanta) X_1 , X_2 , X_3
- X_1 = Kualitas
- X_2 = Citra Merek
- X_3 = Kepercayaan
- e = Variabel Pengganggu

Sumber: Sahir (2021:152)

Namun demikian dalam penelitian ini, analisis regresi linier berganda tidak dilakukan secara manual dengan menggunakan rumus di atas melainkan dengan menggunakan Statistical Program for Social Science (SPSS). Metode yang dapat digunakan adalah metode enter, stepwise, backward, serta forward. Khusus penelitian ini penulis akan menggunakan metode enter.

Sebelum melakukan analisis regresi linier berganda lebih lanjut perlu dilakukan analisis data. Dalam hal ini penulis akan menggunakan teknik analisis data yang sudah tersedia selama ini. Pertama, dilakukan uji kualitas data berupa uji validitas dan reliabilitas. Kedua, dilakukan uji asumsi klasik berupa uji normalitas, uji multikolinieritas dan uji heteroskedastisitas. Ketiga, dilakukan uji hipotesis berupa uji F (Uji Simultan), koefisien determinasi dan uji t (Uji Parsial).

3.6.3 Uji Kualitas Data

Penelitian yang mengukur variabel dengan menggunakan instrumen kuesioner harus dilakukan pengujian kualitas atas data yang diperoleh. Pengujian ini bertujuan

untuk mengetahui apakah instrumen yang digunakan valid dan reliabel atau tidak. Sebab kebenaran data yang diperoleh akan sangat menentukan kualitas hasil penelitian

1. Uji Validitas

Validitas adalah suatu ukuran yang menunjukkan kevalidan atau kesahihan suatu instrument. Jadi pengujian validitas itu mengacu pada sejauh mana suatu instrument dalam menjalankan fungsi. Suatu alat pengukur dikatakan valid, apabila alat itu mengukur apa yang perlu diukur oleh alat tersebut misalnya mengukur berat suatu benda dengan menggunakan timbangan (Widodo, dkk, 2023: 53). Menurut Azwar dalam Malay (2022-8) syarat yang harus dipenuhi ntuk item kuesioner dianggap valid yaitu harus memiliki kriteria ialah jika lebih dari 0,3 maka dikatakan valid, dan jika kurang dari 0,3 maka dikatakan tidak valid.

Perhitungan validitas dari sebuah instrumen dapat menggunakan rumus korelasi product moment atau dikenal juga dengan korelasi pearson. Adapun rumusnya adalah sebagai berikut:

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

Keterangan:

r_{hitung} = Koefisien korelasi variabel bebas dan variabel terikat

$\sum X_i$ = Jumlah skor item

$\sum Y_i$ = Jumlah skor total (sebuah item)

n = Jumlah responden

Sumber: Widodo, dkk (2023:56)

2. Uji Reabilitas

Setelah semua butir pernyataan kuesioner dinyatakan valid, maka langkah selanjutnya adalah melakukan uji kualitas data kedua yaitu uji reliabilitas. Menurut Widodo, dkk (2023:60) Reliabilitas adalah serangkaian pengukuran atau serangkaian alat ukur yang memiliki konsistensi bila pengukuran yang dilakukan dengan alat ukur itu dilakukan secara berulang. Reliabilitas tes adalah tingkat keajegan (konsistensi) suatu tes, yakni sejauh mana suatu tes dapat dipercaya untuk menghasilkan skor yang ajeg,

relatif tidak berubah walaupun diteskan pada situasi yang berbeda-beda. Reliabilitas adalah seberapa besar derajat tes mengukur secara konsisten sasaran yang diukur.

Dikatakan reliabel atau handal jika jawaban responden terhadap pernyataan yang diajukan selalu konsisten. Dengan kata lain dapat dikatakan bahwa uji reliabilitas bertujuan untuk mengetahui ada tidaknya konsistensi kuesioner dalam penggunaannya. Butir pernyataan kuesioner dikatakan reliabel atau handal jika butir pernyataan tersebut konsisten apabila digunakan berkali-kali pada waktu yang berbeda. Menurut Nunnally dalam Malay (2022-19) Dalam uji reliabilitas digunakan teknik Alpha Cronbach, dimana suatu instrumen dapat dikatakan handal (reliabel) bila memiliki koefisien keandalan atau alpha sebesar 0,6 atau lebih. Di ukur dengan menggunakan rumus alpha, sebagai berikut:

$$r_{11} = \left(\frac{k}{k-1} \right) \left(1 - \frac{\sum S_i^2}{S_t^2} \right)$$

Keterangan :

r_{11}	= Nilai reliabilitas
$\sum S_i^2$	= Jumlah variabel skor setiap item
S_t^2	= Varians total
k	= banyaknya butir pertanyaan

Sumber: Widodo, dkk (2023:64)

Namun pada penelitian ini pemeriksaan reliabilitas tidak dilakukan secara manual dengan menggunakan rumus di atas melainkan menggunakan Statistical Program for Social Sciences (SPSS). Untuk melihat reliabilitas dari kuesioner dapat melihat nilai Cronbach Alpha yang tertera pada tabel Resilience Statistics hasil pengolahan data menggunakan SPSS. Jika nilai Cronbach Alpha lebih besar dari 0,6 maka dapat dikatakan seluruh alat yang digunakan dalam penelitian ini reliabel.

3.6.4 Uji Asumsi Klasik

Merupakan uji yang wajib dilakukan untuk melakukan analisis regresi liner berganda khususnya yang berbasis Ordinary Least Square (OLS). Uji asumsi klasik

yang biasa digunakan dalam sebuah penelitian diantaranya meliputi: (1) uji normalitas, (2) uji multikolinieritas, (3) uji heteroskedastisitas, (4) uji autokorelasi dan (5) uji linieritas. Namun demikian dalam penelitian ini hanya akan digunakan 3 uji asumsi klasik saja yaitu: uji normalitas, uji multikolinieritas dan uji heteroskedastisitas.

1. Uji Normalitas

Menurut Sahir (2021:69) Uji normalitas adalah untuk menguji apakah variabel independen dan variabel dependen berdistribusi normal atau tidak. Model regresi yang baik seharusnya memiliki analisis grafik dan uji statistik, dengan ketentuan” (tidak menyimpang ke kiri atau ke kanan). Uji normalitas data dilakukan dengan menggunakan One Sample Kolmogorov-Smirnov dengan bantuan aplikasi SPSS dengan ketentuan yaitu:

- a. Apabila nilai signifikansi atau nilai probabilitas $> 0,05$ maka, hipotesis diterima karena data tersebut terdistribusi secara normal.
- b. Apabila nilai signifikansi atau nilai probabilitas $< 0,05$ maka, hipotesis ditolak karena data tidak terdistribusi secara normal.

2. Uji Heteroskedastisitas

Menurut Sahir (2021:69) Uji Heteroskedastisitas adalah untuk melihat apakah terdapat ketidaksamaan varians dari residual satu pengamatan ke pengamatan lain. Menurut Sugiono dalam Sahir (2021:69-70) pengertian Heteroskedastisitas adalah varians variabel dalam model tidak sama (konstan). Pengujian Heteroskedastisitas dilakukan dengan menggunakan korelasi Spearman, dengan langkah yang harus dilakukan dengan menguji ada tidaknya masalah Heteroskedastisitas dalam hasil regresi dengan menggunakan korelasi Spearman adalah dengan formula.

Menurut Sahir (2021:70) Dasar yang digunakan dalam pengambilan keputusan yaitu untuk melihat dari angka probabilitas dengan ketentuan”, sebagai berikut:

- a. Apabila nilai signifikansi atau nilai probabilitas $> 0,05$ maka, hipotesis diterima karena data tersebut tidak ada Heteroskedastisitas.

- b. Apabila nilai signfikansi atau nilai probabilitas $< 0,05$ maka, hipotesis ditolak karena data ada Heterokedanstisitas.

Pengujian heteroskedastisitas dapat dilakukan dengan dua cara yaitu dengan melihat pola gambar scatter plot atau dengan uji statistik seperti uji Glajser atau uji Park. Namun pada penelitian ini SPSS akan digunakan dengan pendekatan grafis yang meliputi pemeriksaan sampel citra point cloud yang dihasilkan oleh SPSS. Heterogenitas dikatakan tidak terjadi apabila titik-titiknya tersebar secara acak dan tidak membentuk pola yang jelas serta tersebar baik di atas maupun di bawah angka nol pada sumbu Y dan ke kanan atau ke kiri angka nol pada sumbu X.

3. Uji Multikoliniearitas

Menurut Sahir (2021:70-71) Uji Multikolonieritas merupakan untuk melihat ada atau tidaknya hubungan yang tinggi antara variabel bebas. Untuk mendeteksi Multikolonieritas menggunakan metode. Variance Inflation Factor (VIF) dan Tolerance (TOL), F merupakan variance inflation faktor. Ketika R_j^2 mendekati satu atau dengan kata lain ada kolinearitas variabel independen maka VIF akan naik dan Jika $R_j^2 = 1$, maka nilai tidak terhingga. Jika nilai VIF semakin membesar, maka diduga ada Multikolonieritas antar varibabel independen atau jika VIF melebihi angka 10 maka bisa disimpulkan ada Multikolonieritas. Masalah Multikolonieritas juga bisa dideteksi dengan melihat nilai tolerance. VIF yang terdapat pada tabel *Coefficients* hasil pengolahan data dengan menggunakan SPSS.

3.6.5 Uji Hipotesis

Setelah melakukan uji kualitas data dan uji asumsi klasik maka langkah selanjutnya yang harus dilakukan adalah melakukan uji hipotesis. Uji hipotesis pada dasarnya merupakan metode pengambilan keputusan yang didasarkan pada analisis data. Dalam penelitian ini akan dilakukan uji hopotesis yang meliputi uji F (uji simultan), koefisien determinasi (R^2) dan uji t (uji parsial).

1. Uji Serempak/simultan (uji F)

Uji F bertujuan untuk mengukur seberapa besar pengaruh variabel bebas secara berama-sama (simultan) terhadap variabel terikatnya. Menurut Sahir (2021:53)

Percobaan F ini dipakai buat mengenali terdapat tidaknya pengaruh dengan cara bersama-sama (simultan) variabel bebas terhadap variabel terikat. Pembuktian dicoba dengan metode menyamakan angka F_{hitung} dengan F_{tabel} pada tingkat kepercayaan 5% dan derajat kebebasan $df = (n-k-1)$ dimana n adalah jumlah responden dan k adalah jumlah variabel. Hipotesis yang digunakan dalam pengujian ini adalah:

$H_0 : \beta_i = 0$; artinya variabel bebas tidak berpengaruh terhadap variabel terikat
 $H_a : \beta_i \neq 0$; artinya variabel bebas berpengaruh terhadap variabel terikat

$$F_{hitung} = \frac{R^2 / k}{(1 - R^2) / (n - k - 1)}$$

Keterangan :

F_{hitung}

= Nilai F yang dihitung

R^2

= Nilai koefisien korelasi ganda

k

= Jumlah variabel bebas

n

= Jumlah sampel

Sumber: Sugiono dalam Sahir (2021:53)

Namun demikian dalam penelitian ini semua uji hipotesis tidak dilakukan secara manual melainkan dengan menggunakan Statistical Program for Social Science (SPSS). Caranya dengan melihat nilai yang tertera pada kolom F pada tabel Anova hasil perhitungan dengan menggunakan SPSS tersebut. Guna menguji kebenaran hipotesis pertama digunakan uji F yaitu untuk menguji keberartian regresi secara keseluruhan, dengan rumus hipotesis, sebagai berikut:

Pengujian hipotesis dengan menggunakan uji F, variansnya dapat diperoleh dengan membandingkan F_{hitung} dengan F_{tabel} pada taraf 0,05 dengan ketentuan:

- a. $F_{hitung} < F_{tabel}$, maka H_0 diterima dan H_a ditolak

Artinya variasi model regresi berhasil menerangkan bahwa stock opname, dan harga pokok penjualan secara bersama-sama (simultan) tidak berpengaruh signifikan terhadap profit.

- b. $F_{hitung} \geq F_{tabel}$, maka H_0 ditolak dan H_a diterima

Artinya variasi model regresi berhasil menerangkan stock opname, dan harga pokok penjualan secara bersama-sama (simultan) berpengaruh signifikan terhadap profit.

2. Koefisien determinasi R²

Menurut Sahir (2021:54) Koefisien determinasi yang sering disimbolkan dengan R² pada prinsipnya melihat besar pengaruh variabel bebas terhadap variabel terikat. Bila angka koefisien determinasi dalam model regresi terus menjadi kecil atau semakin dekat dengan nol berarti semakin kecil pengaruh semua variabel bebas terhadap variabel terikat atau nilai R² semakin mendekati 100% berarti semakin besar pengaruh semua variabel bebas terhadap variabel terikat. Adapun rumus koefisien determinasi sebagai berikut:

$$KP = R^2 \times 100\%$$

Keterangan:

KP = nilai koefisien determinasi

R² = Nilai koefisien kolerasi

Pengujian koefisien determinasi (R²) digunakan untuk mengukur persentase sumbangan variabel independen yang diteliti terhadap naik turunnya variabel terikat. Koefisien determinasi berkisar antara nol sampai dengan satu ($0 \leq R^2 \leq 1$) yang berarti bahwa bila R² = 0 berarti menunjukkan tidak adanya pengaruh antara variabel bebas terhadap variabel terikat, dan bila R² mendekati 1 menunjukkan bahwa semakin kuatnya pengaruh variabel bebas terhadap variabel terikat. Nilai koefisien determinasi (R²) dapat dilihat pada kolom Adjusted R Square pada tabel Model Summary hasil perhitungan dengan menggunakan SPSS.

3. Uji Parsial (uji t)

Menurut Sahir (2021:53) Uji parsial atau uji t merupakan pengujian kepada koefisien regresi secara parsial, untuk mengetahui signifikansi secara parsial atau masing-masing variabel bebas terhadap variabel terikat. Hipotesis yang digunakan dalam pengujian ini adalah:

H₀ : t hitung $\leq$ t tabel maka tidak terdapat pengaruh antara variabel dependent terhadap variabel independent.

H₁ : t hitung $>$ t tabel maka terdapat pengaruh antara variabel dependent terhadap variabel independent.

Menurut Sugiyono dalam Sahir rumus untuk menguji uji t sebagai berikut:

$$t = \frac{r\sqrt{n - k - 1}}{\sqrt{1 - r^2}}$$

Keterangan:

t : Nilai Uji t

r : Koefisien Kolerasi

r² : Koefisien Kolerasi di K

Berikut dasar analisi yang digunakan pada uji t,

a. Perbandingan t_{hitung} dengan t_{tabel}:

1. Jika |t_{hitung}| < t_{tabel}, maka H₀ diterima dan H_α ditolak.

Artinya jika variabel independen yang diteliti kurang dari t_{tabel}, secara parsial tidak berpengaruh terhadap variabel dependen.

2. Jika |t_{hitung}| > t_{tabel}, maka H₀ ditolak dan H_α diterima.

Artinya jika variabel independen yang diteliti lebih dari t_{tabel}, secara parsial berpengaruh terhadap variabel dependen.

b. Perbandingan t_{hitung} dengan t_{tabel}:

1. Jika nilai signifikansi > taraf nyata (0,05), maka H₀ diterima dan H_α ditolak.

Artinya jika signifikan lebih dari 0,05 maka variabel independen secara parsial tidak berpengaruh signifikan terhadap variabel dependen.

2. Jika nilai signifikansi < taraf nyata (0,05), maka H₀ ditolak dan H_α diterima.

Artinya jika signifikan kurang dari 0,05 maka variabel independen secara parsial berpengaruh signifikan terhadap variabel dependen.