BAB III

METODE PENELITIAN

A. Jenis Penelitian

Dalam penelitian ini peneliti menggunakan pendekatan kuantitatif, yaitu menekankan analisisnya pada data-data numerical atau angka yang diolah dengan metode statistika serta dilakukan pada penelitian inferensial atau dalam rangka menguji hipotesis, sehingga diperoleh signifikansi pengaruh antara variabel yang diteliti.[1] Pendekatan ini menitik beratkan pada pengujian hipotesis, data yang digunakan harus terukur, dan akan menghasilkan kesimpulan yang dapat digeneralissikan. Pendekatan ini dimulai dengan hipotesis dan teori-teori, model analisis, mengidentifikasi variable, membuat definisi operasional, mengumpulkan data (baik primer maupun sekunder) berdasarkan populasi dan sampel serta melakukan analisis data. Dalam hal ini peneliti mencoba mengukur data-data pada pengaruh *promotion mix* terhadap keputusan menjadi donatur Dompet Dhuafa Jawa Timur.

Adapun jenis penelitian yang digunakan peneliti adalah penelitian survai. Penelitian survai adalah penelitian yang mengambil sampel dari satu populasi dan menggunakan kuesioner sebagai alat pengumpulan data yang pokok.[2] Penelitian survai dapat digunakan untuk banyak tujuan. Dalam

---

[1] Sugiyono, *Metode Penelitian Bisnis...*, 93.

[2] Masri Singarimbun & Sofian Effendi, *Metode Penelitian Survei*, (Jakarta: LP3ES, 1991), 3.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

penelitian kali ini, penelitian survai digunakan sebagai *explanatory research*, yaitu penelitian yang bermaksud menjelaskan hubungan kausal anatara variabel-variabel melalui pengujian hipotesis.[3]

B. Waktu dan Tempat Penelitian

Tempat penelitian ini dilakukan di kantor cabang Dompet Dhuafa Jawa Timur yang berada di Jl. Bratang Binangun komplek Ruko RMI Blok B-32 Surabaya. Telp/fax: 031- 5023290 / 031- 5026347. Alasan pemilihan tempat penelitian ini karena tersedianya kelengkapan data yang dibutuhkan dalam penelitian sehingga sangat mempermudah dan sangat membantu kelancaran dalam melakukan penelitian.

C. Populasi dan Sampel Penelitian

1. Populasi

Populasi merupakan keseluruhan obyek yang diteliti dan terdiri atas sejumlah individu, baik yang terbatas (*finite*) maupun tidak terbatas (*infinite*).[4] Populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri dari subyek atau obyek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang di terapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulan.[5]

Berdasarkan pengertian tersebut, maka yang menjadi populasi dalam penelitian ini adalah donatur Dompet Dhuafa Jawa Timur. Yang

---

[3] Ibid., 5.
[4] Murti Sumarni dan Salamah Wahyuni, *Metodologi Penelitian Bisnis,* (Yogyakarta: CV. Andi Offset, 2006), 92.
[5] Sugiyono, *Metode Penelitian Bisnis...*, 80.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

diasumsikan tidak diketahui karena jumlah donatur yang begitu banyak berkunjung dan berdonasi di Dompet Dhuafa Jawa Timur setiap hari.

2. Sampel

Sampel adalah bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi tersebut.[6] Mengingat jumlah populasi yang tidak diketahui secara pasti, maka penentuan jumlah sampel yang akan digunakan dalam penelitian ini adalah menggunakan rumus dari Rao Purba. Maka untuk menentukan besarnya jumlah sampel donatur, digunakan rumus Rao Purba sebagai sebagai berikut :[7]

$$n = \frac{Z^2}{4(\text{Moe})^2}$$

Ket :

n = Jumlah ampel

Z = Tingkat distribusi normal pada taraf sinifikan 5% = 1,96

Moe = *Margin of error* atau kesalahan maksimal yang bisa di kolerasi, disini ditetapkan 10% atau 0,1

Dengan tingkat keyakinan sebesar 95% atau Z= 1,96 dan *moe* 10% maka jumlah sampel dapat ditentukan sebagai berikut :

$$n = \frac{1,96^2}{4(0,1)^2}$$

$$n = \frac{3,8416^2}{0,04}$$

$$n = 96,04 \sim 100$$

[6] Sugiyono, *Metode Penelitian Bisnis...*, 76-77.

[7] Sulistiyari,"Pengaruh citra merek, kualitas produk dan harga terhadap niat beli produk nokia", http://undip.com, diakses pada 6 Juli 2015

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

Berdasarkan rumus diatas dapat diperoleh sampel populasi sebanyak 96 orang. namun karena ada unsur pembulatan dan untuk mempermudah perhitungan maka peneliti mengambil sampel sebanyak 100 responden.

Dalam pengambilan sampel teknik yang digunakan dalam penelitian ini adalah *Non Probality Sampling*, yaitu pemilihan sampel dengan metode-metode non probabilitas atau secara tidak acak, elemen-elemen populasi tidak mempunyai kesempatan yang sama untuk terpilih menjadi sampel.[8] Hal ini dilakukan berdasarkan pada pertimbangan waktu yang relatif cepat dan biaya yang relatif murah maka metode pengambilan sampel menggunakan *Accidental Sampling.*

Metode *Accidental Sampling* merupakan teknik pengambilan sampel berdasarkan kebetulan yang ditemui atau siapa pun yang dipandang oleh oleh peneliti cocok sebagai sumber data. Langkah langkah yang dilakukan dalam teknik pengambilan sampel adalah sebagai berikut :

1. Donatur yang mengunjungi di Kantor Cabang Dompet Dhuafa Jawa Timur.
2. Donatur yang mengunjungi di konter-konter Dompet Dhuafa Jawa Timur di mall, perkantoran maupun pusat keramaian selama bulan ramadhan.

[8] Nur Indriantoro dan Supomo, *Metodologi Penelitian,*(Yogyakarta: Penerbit BFFE, 2002), 89.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

3. Penyebaran kuesioner dilakukan dengan cara mendatangi orang baru yang menjadi donatur Dompet Dhuafa Jawa Timur di mall, perkantoran maupun pusat keramaian.

D. Variabel Penelitian

Variabel adalah sesuatu yang dijadikan objek penelitian atau yang diteliti. Dalam konteks ini, suatu variabel "merupakan simbol yang diberi angka atau nilai.[9] Berkaitan dengan penelitian ini, variabel penelitian yang terdiri dari variabel dependen dan variabel independen diuraikan sebagai berikut :

1. Variabel Dependen

   Variabel dependen adalah variabel yang dipengaruhi.[10] Variabel dependen yaitu variabel yang nilainya dipengaruhi oleh variabel independen. Yang dijadikan sebagai variabel dependen dalam penelitian ini adalah keputusan donatur (Y).

2. Variabel Independen

   Variabel independen adalah variabel yang mempengaruhi timbulnya variabel dependen.[11] Variabel independen dalam penelitian ini terdiri dari :

   a. Periklanan (X_1)
   b. Promosi Penjualan (X_2)
   c. Penjualan Personal (X_3)

---

[9] Muhamad, *Metodologi Penelitian Ekonomi Islam: Pendekatan Kuantitati*, (Jakarta: Rajawali Pers, 2008), 80.
[10] Ibid., 81.
[11] Ibid.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

d. Humas dan Publisitas (X_4)

e. Pemasaran Langsung (X_5)

E. Definisi Operasional

Sementara definisi operasional variabel merupakan suatu definisi yang diberikan kepada suatu variabel dengan memberi arti atau menspesifikkan kegiatan atau membenarkan suatu operasional yang diperlukan untuk mengukur variabel tersebut.[12] Adapun definisi operasional dan pengukuran variabel yang digunakan dalam penelitian ini masing-masing adalah :

1. Variabel Bebas (*Independent*)

   a. Periklanan (X_1) adalah bentuk promosi yang bertujuan untuk sosialisasi, edukasi dan mengajak masyarakat untuk berdonasi di Dompet Dhuafa Jawa Timur melalui media cetak dan elektronik. Indikator untuk mengukur variabel ini adalah :

      1) Pemahaman donatur tentang pesan iklan DDJatim di media massa (Spanduk, Flayer, Billbord dll.).

      2) Ketertariakan donatur akan desain iklan DDJatim.

      3) Donatur ingat iklan DDJatim.

   b. Promosi Penjualan (X_2) adalah insentif jangka pendek untuk mendorong masyarakat untuk berdonasi. Indikator untuk mengukur variabel ini adalah :

      1) Ketertarikan donatur akan *event* yang diadakan DDJatim.

[12] Sugiyono, *Metode Penelitian Bisnis...*, 85.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

2) Ketertarikan donatur akan souvenir yang diberikan DDJatim.

c. Penjualan Personal (X_3) adalah interaksi antar individu yang saling bertatap muka yang ditujukan untuk menciptakan, memperbaiki atau mempertahankan hubungan antara amil dan donatur. Indikator untuk mengukur variabel ini adalah :

1) Kenyamanan donatur ketika berinterakasi dengan amil DDJatim.
2) Amil DDJatim memiliki kecakapan dan pengetahuan yang bermutu.
3) Kemampuan Amil DDJatim dalam menawarkan dan memberikan penjelasan.

d. Humas dan Publisitas (X_4) adalah usaha untuk membangun baik hubungan dengan publik dan melindungi citra Dompet Dhuafa Jawa Timur. Indikator untuk mengukur variabel ini adalah :

1) Kepercayaan donatur setelah melihat liputan kegiatan DDJatim di media cetak.
2) Kepercayaan donatur setelah melihat liputan kegiatan DDJatim di stasiun televisi (TV).
3) Pandangan donatur tentang DDJatim.

e. Pemasaran Langsung (X_5) adalah komunikasi pemasaran yang memungkinkan Dompet Dhuafa Jawa Timur untuk melakukan kontak langsung dengan donatur individual. Indikator untuk mengukur variabel ini adalah :

1) DDJatim memberikan respon langsung kepada donatur.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

2) Pemasaran langsung yang dilakukan DDJatim membuat donatur sadar akan keberadaannya.

2. Variabel Terikat (*Dependent*)

Keputusan Donatur (Y) merupakan keputusan donatur dalam berdonasi di Dompet Dhuafa Jawa Timur. Indikator yang digunakan adalah:

a. Donatur memahami tujuan promosi DDJatim.
b. Donatur senang dengan souvenir yang diberikan DDJatim.
c. Menjadi donatur DDJatim setelah mendapat penjelasan dari amil.
d. Tertarik dengan DDJatim setelah melihat liputan DD di media.
e. DDJatim menjadi alternatif pilihan dalam berdonasi.
f. Merasa yakin dengan DDJatim setelah berinteraksi dengan amil.
g. Keputusan berdonasi berdasarkan kemudahan mendapatkan informasi tentang DDJatim.
h. DDJatim amanah dalam menyalurkan donasi.
i. Kepuasan menjadi donatur DDJatim.
j. Donatur merekomendasikan DDJatim kepada teman-temannya.

Skala yang digunakan adalah skala likert yaitu metode yang mengukur sikap dengan menyatakan setuju atau ketidaksetujuannya terhadap subyek, obyek atau kejadian tertentu, sedangkan skala pengukurannya menggunakan interval yaitu skala pengukuran yang menyatakan kategori, peringkat dan jarak *construct* dengan memberikan skor pada jawaban yang dipilih responden. Skala likert umumnya menggunakan lima angka penilaian yaitu :

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

a. Sangat Setuju dengan nilai : 5
b. Setuju dengan nilai : 4
c. Ragu-Ragu dengan nilai : 3
d. Tidak Setuju dengan nilai : 2
e. Sangat Tidak Setuju dengan nilai : 1

F. Uji Validitas dan Reliabilitas

1. Uji Validitas

Uji validitas digunakan untuk mengukur sah atau tidaknya suatu kuisioner.[13] Suatu kuisioner dinyatakan valid jika pertanyaan pada kuisioner mampu mengungkapkan sesuatu yang akan diukur oleh kuesioner tersebut. Tingkat validitas dapat diukur dengan cara membandingkan nilai r_{hitung} (*correlation item total orrelation*) dengan nilai r_{tabel} dengan ketentuan untuk *degree of freedom* (df) = n-k, dimana n adalah jumlah sampel yang digunakan dan k adalah jumlah variabel independennya.[14] Dengan jumlah sampel (n) adalah 100 tingkat signifikansi 0,05 maka r_{tabel} pada penlitian ini adalah:

Bila : $r_{hitung} > r_{tabel}$ berarti pertanyaan tersebut dinyatakan valid.

$r_{hitung} < r_{tabel}$ berarti pertanyaan tersebut dinyatakan tidak valid

[13] Imam Ghozali, *Aplikasi Analisis Multivariate dengan program SPSS,* (Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro, 2005), 36.
[14] Ibid., 37.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

2. Uji Reliabilitas

Reliabilitas adalah alat yang digunakan untuk mengukur suatu kuisioner yang merupakan indikator dari sutau variabel. Menurut Ferdinand sebuah *scale* atau instrumen pengukur data dan data yang dihasilkan disebut *reliabel* atau terpercaya apabila instrumen itu secara konsisten memunculkan hasil yang sama setiap kali dilakukan pengukuran.[15]

Adapun cara yang digunakan untuk menguji reliabelitas kuisioner dalam penelitian ini adalah menggunakan rumus koefiien *Cronbach Alpha*, yaitu:

a. Apabila koefisien Alpha > taraf signifikansi 60% atau 0,6 maka kuisioner tersebut *reliabel*.
b. Apabila koefisien Alpha < taraf signifikansi 60% atau 0,6 maka kuisioner tersebut tidak *reliabel*

G. Uji Asumsi Klasik

Agar dapat diperoleh nilai pemerkiraan yang tidak bias dan efisien dari persamaan regresi, maka dalam pelaksanaan analisis data harus memenuhi beberapa asumsi klasik sebagai berikut (pengolahan data dengan komputerisasi menggunakan program SPSS):

[15] Ferdinand Augusty, *Metode Penelitian Manajemen,* (Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro, 2006), 90.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

a. Uji Multikolinieritas

Tujuan dari non-multikolinieritas adalah untuk menguji apakah pada model regresi ditemukan adanya korelasi antara *variabel independent*. Jika terjadi korelasi, maka dinamakan terdapat problem multikolinieritas (multiko). Model regresi yang baik seharusnya tidak terjadi korelasi diantara *independent variabel*.[16]

Untuk mengetahui ada tidaknya gejala multikolinieritas dapat dideteksi dari besarnya nilai VIF (*Variance Inflation Factor*). Bila nilai VIF lebih kecil dari 5 maka tidak terjadi non-multikolinieritas.

b. Uji Heteroskedastisitas

Tujuan uji non-heteroskedastisitas untuk menguji apakah dalam sebuah model regresi, terjadi ketidaksamaan varians dari residual dari suatu pengamatan ke pengamatan lain. Jika varians dari residual dari satu pengamatan ke pengamatan lain tetap, maka disebut Homoskedastisitas. Dan jika varians berbeda, disebut heteroskedastisitas. Model regresi yang baik adalah tidak terjadi heteroskedastisitas.[17]

Heteroskedastisitas diuji dengan menggunakan uji koefisien korelasi *Rank Spearman* yaitu mengkorelasikan antara absolute residual hasil regresi dengan semua variabel bebas. Apabila probabilitas hasil korelasi lebih kecil dari 0,05 (5%), maka persamaan regresi tersebut

---

[16] Singgih Santoso, *Buku latihan SPSS statistik parametik,* (Jakarta: PT. Elex Media Komputindo, 2001), 203.
[17] Ibid., 208.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

mengandung heteroskedastisitas dan sebaliknya berarti non heteroskedastisitas atau homoskedastisitas.

c. Uji Normalitas

Tujuan uji normalitas adalah untuk menguji apakah dalam sebuah model regresi, variabel bebas, variabel terikat atau keduanya mempunyai distribusi normal ataukah tidak. Model regresi yang baik adalah distribusi data normal atau mendekati normal.[18]

Metode yang digunakan untuk menguji normalitas adalah dengan menggunakan uji *chi square* terdapat nilai standar residual hasil persamaan regresi. Apabila probabilitas hasil uji *chi square* lebih kecil dari 0,05 (5%) maka terdistribusi normal dan sebaliknya terdistribusi tidak normal.

Selain itu deteksi normalitas dapat dilakukan dengan melihat penyebaran data (titik) pada sumbu diagonal dari grafik normalitas. Jika data menyebar disekitar garis diagonal, maka model regresi memenuhi asumsi normalitas. Namun jika data menyebar jauh dari garis diagonal atau tidak mengikuti arah garis diagonal, maka model regresi tidak memenuhi asumsi normalitas.

H. Data dan Sumber Data

Data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data primer dan data sekunder. Data primer dan data sekunder diuraikan sebagai berikut :

[18] Ibid, 212.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

1. Data primer

   Data primer adalah data yang diperoleh secara langsung dari sumber asli (tanpa perantara). Data primer yang ada dalam penelitian ini merupakan hasil penyebaran kuesioner pada sampel yang telah ditentukan.

2. Data sekunder

   Data sekunder adalah data yang diperoleh secara tidak langsung (ada perantara). Baik berupa keterangan maupun literatur yang ada hubungannya dengan penelitian ini. Dalam penelitian ini, data sekunder bersumber dari studi pustaka melalui berbagai jurnal, artikel majalah pemasaran, maupun artikel yang diambil dari internet.

I. Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data menguraikan metode-metode yang digunakan untuk pengumpulan data.[19] Dalam usaha mendapatkan data sehubungan dengan maksud penelitian, digunakan beberapa metode pengumpulan atau pencarian data sebagai berikut :

1. Kuesioner merupakan teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan memberi seperangkat pertanyaan atau pernyataan tertulis kepada responden untuk dijawabnya.[20] Kuesioner dibuat dengan menggunakan pertanyaan terbuka, yaitu terdiri dari pertanyaan-pertanyaan untuk menjelaskan identitas responden, dan pertanyaan tertutup, yaitu

[19] Tim Penyusun Fakultas Syariah Dan Ekonomi Islam, *Petunjuk Teknis Penulisan Skripsi* (Surabaya: UIN Sunan Ampel, 2014), 14.
[20] Sugiyono, *Metode Penelitian Bisnis...*, 103.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

pertanyaan yang meminta responden untuk memilih salah satu jawaban yang tersedia dari setiap pertanyaan. Dengan melakukan penyebaran kuesioner untuk mengukur persepsi responden akan promosi Dompet Dhuafa Jawa Timur.

2. Dokumentasi dimana peneliti menyelidiki benda-benda tertulis seperti data, majalah, dokumen, peraturan-peraturan, dan sebagainya.[21] Pada penelitian ini teknik dokumentasi diperoleh dari laporan keuangan Dompet Dhuafa Jawa Timur.

J. Teknik Analisis Data

Dalam upaya menjawab permasalahan dalam penelitian ini maka digunakan analisis regresi linear berganda (*Multiple Regression*). Analisis regresi linear berganda digunakan untuk menganalisis pengaruh antara variabel independen (periklanan, promosi penjualan, penjualan personal, humas dan publisitas, dan pemasaran langsung) terhadap variabel dependen yaitu keputusan donatur. Rumus matematis dari regresi linear berganda yang umum digunakan dalam penelitian adalah sebagai berikut :[22]

$$Y = \beta o + \beta_1 X_1 + \beta_2 X_2 + \beta_3 X_3 + \beta_4 X_4 + \beta_5 X_5 + e$$

Keterangan :

Y = Keputusan Donatur

X_1 = Periklanan

X_2 = Promosi Penjualan

[21] Ibid hal 130.
[22] Imam Ghozali, *Aplikasi Analisis Multivariate...,* 46.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

X_3 = Penjualan Personal

X_4 = Humas dan Publisitas

X_5 = Pemasaran Langsung

βo = Konstanta

$\beta_{1.....}\beta_n$ = Koefisien regresi

e = Variabel pengganggu di luar variabel bebas

Dalam penelitian ini, penulis menggunakan analisis kuantitatif dengan bantuan SPSS. Selanjutnya sebagai langkah untuk melakukan pengujian hipotesis maka perlu menggunakan uji F dan uji t.

1. Uji F, yaitu pengujian yang dilakukan untuk mengetahui pengaruh dari variabel bebas (*independent*) secara simultan atau serempak terhadap variabel terikat (*dependent*).

   Kaidah pengujiannya :

   a. Apabila $F_{hitung} > F_{tabel}$, maka Ho ditolak dan H_i diterima, artinya secara simultan atau serempak variabel bebas mempengaruhi secara signifikan variabel terikat.

   b. Sebaliknya jika $F_{hitung} \leq F_{tabel}$, maka Ho diterima dan H_i ditolak, berarti secara simultan atau serempak variabel bebas tidak mempengaruhi secara signifikan variabel terikat.

2. Uji t, yaitu pengujian yang dilakukan untuk mengetahui pengaruh dari masing-masing variabel secara parsial (*independent*) atau individu atau secara terpisah terhadap variabel terikat (*dependent*).

   Kaidah pengujiannya :

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

a. Apabila $t_{hitung} \leq t_{tabel}$ atau $-t_{hitung} > -t_{tabel}$, maka Ho ditolak dan H_i diterima, berarti ada pengaruh secara signifikan antara variabel bebas dan variabel terikat.

b. Apabila $t_{hitung} \leq t_{tabel}$ atau $-t_{hitung} > -t_{tabel}$, maka Ho diterima dan H_i ditolak, berarti tidak ada pengaruh secara signifikan antara variabel bebas dan variabel terikat.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id