

BAB III METODE PENELITIAN

A. Pendekatan Penelitian

Penulis memilih metode kuantitatif untuk menghasilkan penelitian ini. Kuantitatif adalah pendekatan atau strategi penelitian dimana data numerik (angka) berfungsi sebagai dasar untuk analisis dan kemudian diproses menggunakan prosedur statistik.

Silaen (2018) mendefinisikan penelitian kuantitatif selaku metode penelitian yang bisa memperoleh data yaitu angka-angka angka dan seringkali menggunakan perhitungan statistik deskriptif maupun inferensial untuk analisisnya. Dengan kata lain, data dianalisis, dan dicari pengaruhnya terhadap perumusan topik penelitian yang telah ditetapkan.

Menurut Sujarweni (2018), kuantitatif adalah penelitian yang hasil temuannya dapat dikuantifikasi atau diukur dengan teknik statistik atau teknik lainnya.

B. Obyek penelitian

Variabel yang diteliti oleh peneliti merupakan tujuan penyelidikan menurut Supriati (2012: 38). Sementara itu, Satibi (2011: 74) menyatakan bahwa objek penelitian umumnya memetakan atau menggambarkan secara komprehensif area penelitian atau sasaran penelitian mencakup karakteristik area, sejarah pengembangannya, struktur organisasi dan tugas pokok, serta fungsi-fungsi lain sesuai dengan pemetaan area daerah penelitian. Pengertian tersebut di atas mengarah pada kesimpulan bahwa tujuan penelitian adalah target sains untuk mengumpulkan informasi dan mempelajari apa, siapa, kapan, dan dimana penelitian itu dilakukan.

Salah satu penyedia jasa *tour and travel* yaitu Nuartha Tours and Travel di Kota Bandung, menjadi Obyek penelitian penulis dalam penelitian ini.

1. Profil Perusahaan

Nuartha Tours and Travel adalah perusahaan penyedia jasa layanan pariwisata, Perusahaan ini di didirikan pada tahun 2015. Hal yang diunggulkan dari pelayanan internal adalah jasa yang berkualitas yang dijamin oleh tim vendor dan manajemen internal perusahaan. Pengembangan teknologi yang ada telah memudahkan pencarian, kenyamanan, dan fleksibilitas transaksi. Pelayanan ini memberikan rasa percaya dan sarana komunikasi bagi perusahaan dan masyarakat untuk memenuhi kebutuhan jasa perjalanan atau wisata. Akomodasi yang disediakan adalah transportasi wisata, akomodasi, kegiatan tour, outbound, dan hiburan-hiburan lain seperti tiket masuk tempat wisata.

2. Produk

- a. Paket Wisata
- b. Penyewaan Transportasi
- c. Sub Agen Tiket Pesawat
- d. Tiket *Tourist Attraction*
- e. Penyedia Jasa Aktivitas Alam
- f. Paket *Outbond*
- g. Penyedia Jasa Paket MICE
- h. Reservasi Hotel

3. Logo Perusahaan



GAMBAR 3 LOGO PERUSAHAAN NUARTHA TOURS BANDUNG

Sumber: Nuartha Tours Bandung

C. Populasi dan Sampling

1. Populasi

Handayani (2020) mendefinisikan populasi yaitu keseluruhan dari setiap unsur yang diteliti yang sifat-sifat infikatornya sama; elemen ini dapat berupa sekelompok orang, peristiwa, atau elemen apa pun yang diteliti.

Menurut Margono (2004: 118), populasi adalah seluruh data yang menjadi perhatian peneliti dalam suatu ruang lingkup dan waktu yang ditentukan. Sedangkan menurut (Arikunto, 2002: 108). Populasi adalah keseluruhan subjek penelitian. Populasi pada penelitian ini adalah pengikut akun Instagram Nuartha Tours Bandung sebanyak 13.800 akun.

2. Sampel

Sampel (Siyoto & Sodik, 2015) adalah jumlah sebagian dari keseluruhan populasi penelitian yang telah diukur melalui pedoman tertentu sehingga data terjamin akurat untuk mencerminkan populasi dalam hal ukuran dan fitur demografis. Menurut Bailey (1994:83) sampel merupakan bagian dari populasi yang ingin diteliti Oleh karena itu, sampel harus dilihat sebagai suatu pendugaan terhadap populasi dan bukan populasi itu sendiri Purposive sampling digunakan

dalam penelitian ini untuk mengidentifikasi sumber data. Teknik ini menekankan pendekatan sampel data dengan beberapa pertimbangan, menurut Sugiyono (2020, p. 94). Dalam penelitian ini untuk mengukur jumlah sampel rumus yang digunakan untuk menentukan ukuran sampel adalah rumus yang dikemukakan oleh Slovin yang tercantum di bawah ini :

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

Keterangan :

n = Jumlah sampel yang dicari

N = Jumlah Populasi

e = Margin error yang ditoleransi

$$n = \frac{13800}{1 + 18300(0.1^2)}$$

$$n = \frac{13800}{138.01}$$

$$n = 99.9927541483$$

Rounded $n = 100$

Jumlah sampel yang akan diteliti adalah 95 orang setelah dilakukan pembulatan angka.

D. Metode Pengumpulan Data

Peneliti menggunakan teknik pengumpulan data untuk menghimpun informasi dari sumber-sumber yang telah ditetapkan. Teknik pengumpulan data yang penulis gunakan sesuai dengan Asmani (2011).

1. Kuesioner atau Angket

Kuesioner adalah rangkaian pertanyaan yang berhubungan dengan topik tertentu. Kata kuesioner sendiri berasal dari bahasa latin *Questionnaire* yang disebarkan pada sekelompok sampel/populasi penelitian untuk mendapat data. Dalam penelitian ini menggunakan pertanyaan terbuka yang diberikan kepada wisatawan yang menggunakan paket wisata dengan *google form* sebagai alat penyebarab kuesionernya.

2. Skala Likert

Skala likert sering digunakan untuk mengumpulkan data. Menurut Siregar (2016) skala likert dapat diaplikasikan untuk mengukur sikap, pandangan, dan sudut pandang terhadap suatu fenomena atau kejadian tertentu. Penulis telah secara tepat mengidentifikasi fenomena ini, yang disebut sebagai variabel penelitian di bawah ini.

TABEL 2 NILAI JAWABAN RESPONDEN

Jawaban	Nilai
Sangat Setuju	5
Setuju	4
Kurang Setuju	3
Tidak Setuju	2
Sangat Tidak Setuju	1

Sumber : (Siregar, 2016)

3. Studi Kepustakaan

Moh Nazir (2013, p. 93) menjelaskan penelitian kepustakaan sebagai strategi pengumpulan data yang melibatkan penyelesaian studi dari sumber-sumber seperti buku, catatan, laporan, atau dokumen literatur yang memiliki hubungan dengan permasalahan yang sedang diselesaikan. Studi kepustakaan mengharuskan peneliti membaca berbagai buku atau sumber literatur karena kedua sumber tersebut adalah sumber data yang informatif bagi topik penelitian. Data sekunder juga diperlukan untuk melengkapi informasi yang telah disusun. Data ini dapat diperoleh dari hasil jelajah internet, laporan proyek sebelumnya, catatan perkuliahan, atau sumber literatur yang lain.

E. Definisi Operasional Variabel

Definisi operasional didefinisikan sebagai variabel operasional berdasarkan kualitas yang dapat diamati yang memungkinkan peneliti untuk melakukan pengamatan atau pengukuran rinci terhadap suatu hal atau fenomena, menurut Nurdin, 2019. Definisi variabel operasional adalah deskripsi atau deskripsi variabel penelitian yang membuatnya jelas (dan mencegah interpretasi yang berbeda) dan dapat diukur. Penjelasan tentang nama variabel, definisi variabel, hasil dan kategori pengukuran, dan skala pengukuran semuanya termasuk dalam definisi operasional. Menurut Nan Lin dalam (Wardhono, 2005), operasionalisasi variabel adalah proses mengubah konsep yang tidak berwujud menjadi konkrit untuk menghubungkan teori dan kenyataan. Faktanya, langkah-langkah ini memberikan hubungan antara penjelasan yang diartikulasikan

secara teoritis tentang masalah studi dan data yang dikumpulkan melalui pengamatan praktis terhadap realitas.

User generated content ialah Postingan media sosial yang tidak berbayar atau tidak bersponsor yang dipublikasikan oleh pengguna di setiap jaringan saat mereka menggunakan atau dengan antusias mendiskusikan suatu barang atau layanan (Mazouri 2021). Bentuk dari user generated content itu sendiri diantaranya adalah ulasan produk, foto atau video produk, konten yang menginspirasi dan konten yang menghibur (GreatNusa, 2023). Dalam penelitian ini penulis menggunakan video ulasan yang di unggah oleh wisatawan yang telah mengikuti paket wisata Dunia Fantasi di Nuartha Tours Bandung dengan aspek penilaian *subject video quality assessment* yang dikemukakan oleh Technology tahun 2018 dimana penilaiannya meliputi *picture quality, sound quality, content quality dan user experience*.

Keputusan Pembelian adalah Kotler dan Armstrong mengklaim bahwa konsumen memilih merek favorit dari berbagai pilihan yang tersedia. Seseorang dengan demikian akan memilih merek untuk produk yang sama yang paling sesuai dengan keinginan mereka, yang juga dipengaruhi oleh harga. Aspek penilaian keputusan pembelian dibagi menjadi 3 dimensi, yaitu kemantapan produk, kebiasaan membeli produk dan juga rekomendasi kepada orang lain (Kotler & Armstrong, 2018).

F. Matriks Operasional Variabel

Pada penelitian ini skala data yang digunakan pada matriks operasional variabel adalah skala ordinal dengan penilaian setiap indikator pernyataannya adalah skala likert.

TABEL 3 MATRIKS OPERASIONAL VARIABEL USER GENERATED CONTENT (KUALITAS VIDEO)

Variabel	Dimensi	Indikator	Sub-Indikator
Dalam User Generated Content terdaat banyak konten yang dapat dijadikan acuan penilaian, penulis menggunakan video Instagram Story yang akan dinilai oleh responden	Picture Quality	Resolusi	Tingkat resolusi gambar, memberikan pengalaman menonton yang jelas
		Kecerahan	Kesesuain kecerahan sehingga gambar yang ditampilkan terlihat jelas
		Kontras	Dapat membedakan bagian yang terang dan bagian yang gelap
	Sound Quality	Kejernihan Suara	Kejelasan Suara yang terdengar tanpa gangguan seperti noise atau distorsi
		Kestabilan Volume	Memiliki volume yang stabil dan konsisten selama drasi video
	Content Quality	Penyampaian Informasi	Informasi yang jelas dan mudah dipahami
		Daya Tarik	Memiliki konten yang menarik minat penonton
		Kejelasan Konten	Kejelasan dalam konten meliputi penggunaan bahasa yang mudah dipahami
			Penggunaan Visualisasi yang jelas
			Narasi atau suara yang jelas dan mudah dipahami

Variabel	Dimensi	Indikator	Sub-Indikator
	User Experience	Kenyamanan	Kenyamanan yang dirasakan saat menonton(durasi, kesesuaian target audiens)
		Kemudahan dalam menonton	Kemudahan dalam menemukan dan memutar video
		Kejelasan Interface	Seberapa mudah dan jelas interface atau tampilan video dalam memberikan informasi dan pengalaman yang baik bagi penonton

Sumber : (Technology, 2018) dan Data Pengolahan Penulis (2023)

TABEL 4 MATRIKS OPERASIONAL VARIABEL KEPUTUSAN PEMBELIAN

Variabel	Dimensi	Indikator	Sub-Indikator
Perilaku Konsumen dalam memilih barang atau jasa menurut Kotler dan Amstrong (2018) memiliki 3 poin penting	Kemantapan Produk	Mutu	Paket wisata memberikan kesan baik untuk penonton
			Kualitas pelayanan paket wisata pada fasilitas yang diberikan sangat baik
			Harga sesuai dengan fasilitas yang diberikan pada wisatawan
		Harga	Harga paket wisata yang ditawarkan terjangkau
			Harga paket wisata dapat bersaing dengan pasar
		Informasi Produk	Informasi mengenai fasilitas pada paket wisata yang ditawarkan lengkap
Informasi mengenai jadwal perjalanan pada paket wisata yang ditawarkan lengkap			

Variabel	Dimensi	Indikator	Sub-Indikator
	Kebiasaan Membeli Produk	Wants and Needs	Fasilitas yang didapatkan oleh wisatawan memadai
			Pelayanan yang didapatkan wisatawan sangat baik
			Wisatan mendapat pengalaman yang berbeda dari sebelumnya
	Rekomendasi Kepada Orang Lain	Manfaat	Pengalaman liburan wisatawan mudah dan teratur
			Wisatawan mendapat informasi yang lengkap terkait tempat yang dikunjungi
			Wisatawan memperoleh jaminan keamanan selama perjalanan
		Keunggulan	Paket Wisata berbeda dari yang lain

Sumber: (Kotler & Armstrong, Prinsip-prinsip Marketing Edisi Ke Tujuh. , 2018) dan Data Pengolahan Penulis (2023)

G. Analisis Data

1. Uji Validitas

Alat pengujian validitas digunakan untuk mengetahui valid tidaknya suatu dokumen atau kuesioner. Jika pertanyaan yang ada di instrumen mampu menggali informasi yang akan dinilai oleh instrument kuesioner tersebut, maka dapat dikatakan valid (Ghozali, 2018)

Alat pengujian signifikansi dilakukan dengan melihat perbandingan nilai antara r hitung dengan r tabel. Saat menentukan kelayakan item

yang dipakai, biasanya akan dilakukan uji signifikansi koefisien korelasi dengan indikator jika nilai signifikansinya 0,05 maka data dianggap valid. Jika r hitung nilainya lebih besar dibanding nilai r tabel, dengan perolehan nilai positif, maka poin/pertanyaan/variabel dianggap valid. Hal ini juga berlaku sebaliknya, jika r hitung lebih kecil dibanding nilai r tabel, maka dianggap tidak valid.

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

Keterangan :

r xy = Koefisien Korelasi

N = Banyaknya Sampel

$\sum XY$ = Jumlah Perkalian variabel x dan y

$\sum X$ = Jumlah Nilai Variabel x

$\sum Y$ = Jumlah nilai variabel y

$\sum X^2$ = Jumlah Pangkat dari nilai variabel x

$\sum Y^2$ = Jumlah Pangkat dari nilai variabel y

Pengujian validitas ini dilakukan dengan menggunakan program

SPSS 25.0 for windows dengan kriteria berikut :

- a. Jika r hitung > r tabel maka pernyataan tersebut dinyatakan valid.
- b. Jika r hitung < r tabel maka pernyataan tersebut dinyatakan tidak valid.
- c. Nilai r hitung dapat dilihat pada kolom corrected item total correlation.

TABEL 5 REKAPITULASI HASIL UJI VALIDITAS USER GENERATED CONTENT (KUALITAS VIDEO) DAN KEPUTUSAN PEMBELIAN

No item	r hitung	r tabel	kesimpulan
X1	0.482	0.361	Valid
X2	0.858		Valid
X3	0.783		Valid
X4	0.838		Valid
X5	0.512		Valid
X6	0.416		Valid
X7	0.860		Valid
X8	0.707		Valid
X9	0.853		Valid
X10	0.633		Valid
X11	0.371		Valid
X12	0.562		Valid
X13	0.803		Valid
Y1	0.537		Valid
Y2	0.728		Valid
Y3	0.370	Valid	
Y4	0.494	Valid	
Y5	0.669	Valid	

No item	r hitung	r tabel	kesimpulan
Y6	0.650		Valid
Y7	0.585		Valid
Y8	0.417		Valid
Y9	0.554		Valid
Y10	0.725		Valid
Y11	0.491		Valid
Y12	0.451		Valid
Y13	0.729		Valid
Y14	0.630		Valid

Sumber: Data Pengolahan Penulis (2023)

Pengujian validitas instrumen penelitian di variabel UGC (Kualitas Video) serta variabel keputusan pembelian (lihat tabel di atas), kesimpulannya adalah bahwa seluruh instrumen pertanyaan adalah valid $r_{hitung} \geq r_{tabel}$.

2. Uji Reliabilitas

Ghozali (2020) mengemukakan Salah satu teknik untuk mengevaluasi kuesioner yang berisi indikasi variabel atau konsep adalah reliabilitasnya. Uji reliabilitas sering bermanfaat untuk menentukan apakah kuesioner dapat digunakan untuk menjelaskan penelitian yang sedang dilakukan, menguji ketergantungan kuesioner atau temuan wawancara (Marzuki, Armereo, & Rahayu, 2022)

Kuesioner dianggap kredibel, menurut Ghozali (2016), jika respons responden terhadap pernyataan tertentu konstan atau stabil sepanjang waktu. Selain itu, suatu penelitian dikatakan reliabel jika nilai Cronbach's Alpha > 0,70, dan dikatakan kurang reliabel jika nilai Cronbach Alpha 0,70, menurut Ghozali (2016).

$$\alpha = \left(\frac{k}{k-1} \right) \left(1 - \frac{cc}{2a_1^2} \right)$$

Keterangan :

α = Koefisien alpha Cronbach

k = Jumlah butir pertanyaan

a_1^2 = Jumlah varian butir

$\sum ab^2$ = Jumlah varian butir

TABEL 6 REKAPITULASI HASIL UJI RELIABILITAS USER GENERATED CONTENT (KUALITAS VIDEO)

Variabel	Indeks Reliabilitas	Nilai Kritis	Keterangan
UGC (Kualitas Video)	0,897	0,6	Reliabel

Sumber: Data Pengolahan Penulis (2023)

TABEL 7 REKAPITULASI HASIL UJI RELIABILITAS KEPUTUSAN PEMBELIAN

Variabel	Indeks Reliabilitas	Nilai Kritis	Keterangan
Keputusan Pembelian	0,841	0,6	Reliabel

Sumber: Data Pengolahan Penulis (2023)

Dari hasil uji reliabilitas pada tabel diatas menunjukkan bahwa kedua variabel yaitu UGC (Kualitas Video) dan Keputusan Pembelian dinyatakan

reliabel. Hal ini dikarenakan r_{hitung} Variabel Penelitian dan r_{hitung} lebih besar dari r_{tabel} .

3. Analisis Statistik Deskriptif

Menurut Ghozali (2018), analisis statistik deskriptif memberikan gambaran atau deskripsi yang luas tentang sekumpulan data berdasarkan mean, variance, maximum, minimum, total, average, range, kurtosis, dan skewness. Ujian deskriptif dilakukan untuk memberikan ringkasan atau penjelasan tentang fakta agar lebih mudah dipahami. Pada penelitian ini penulis menggunakan analisis statistik deskriptif untuk menganalisis identifikasi masalah nomor 1 & 2.

4. Regresi Linear Sederhana

Teknik analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah regresi linear sederhana dengan menggunakan program IBM SPSS (Statistical Package for Social Science) versi 25 dengan tujuan untuk mengetahui peran dari variabel independen (*user generated content*) dalam memengaruhi variabel dependen (keputusan pembelian). Model ini digunakan untuk melakukan pengujian statistik deskriptif, dilanjutkan dengan Regresi Linear Sederhana yang diawali dengan uji asumsi klasik (uji normalitas, uji multikolonieritas, uji autokorelasi, uji heteroskedastisitas). Namun, sebelum diolah skala data dari kuesioner penelitian terlebih dahulu dikonversikan dari skala data ordinal menjadi skala data interval menggunakan *method of successive interval* (MSI) sebagai syarat dilakukannya Uji Regresi.

a. Uji Asumsi Klasik

1) Uji Normalitas

Dilakukannya uji normalitas data adalah untuk mengetahui kenormalan distribusi data. Normalitas data menjadi asumsi penting di metode statistik

parametrik sehingga perlu dilakukan uji normalitas agar asumsi-asumsi tersebut dapat dipenuhi.

Perhitungan uji normalitas menggunakan SPSS 25.0 for Windows (Ghozali,2017).

2) Uji Multikolonieritas

Uji multikolonieritas bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi ditemukan adanya korelasi antar variabel bebas (independen). Model regresi yang baik seharusnya tidak terjadi korelasi di antara variabel independen. Jika variabel independen saling berkorelasi, maka variabel ini tidak ortogonal. Variabel ortogonal adalah variabel independen dengan nilai korelasi antar sesama variabel independen sama dengan nol (Ghozali, 2018).

Multikolonieritas bisa dideteksi dengan nilai tolerance dan nilai Variance Inflation Factor (VIF). Kedua ukuran ini menunjukkan setiap variabel independen manakah yang dijelaskan oleh variabel independen lainnya. Tolerance mengukur variabilitas variabel independen lainnya. Jadi nilai tolerance yang rendah sama dengan nilai VIF tinggi (karena $VIF = 1/Tolerance$). Nilai *cut off* untuk menunjukkan adanya multikolonieritas adalah nilai $tolerance \leq 0,10$ atau sama dengan $VIF \geq 10$ (Ghozali, 2018).

3) Uji Autokorelasi

Uji autokorelasi bertujuan menguji apakah dalam regresi linear ada korelasi antarkesalahan pengganggu (residual) pada periode t dengan kesalahan pada periode t-1 (sebelumnya). Jika terjadi korelasi, maka dinamakan ada masalah autokorelasi (Ghozali & Ratmono, 2017). Uji Autokorelasi berkaitan dengan pengaruh observer atau data dalam satu variable yang saling berhubungan satu sama lain (Gani & Amalia, 2015)Besarnya nilai sebuah data dapat saja dipengaruhi atau berhubungan dengan data lainnya. Regresi secara klasik mensyaratkan bahwa variable tidak boleh tergejala autokorelasi. Jika terjadi autokorelasi, maka model

regresi menjadi buruk karena akan menghasilkan parameter yang tidak logis dan diluar akal sehat. Autokorelasi umumnya terjadi pada data time series, karena data time series terikat dari waktu-waktu, beda halnya dengan data cross section yang tidak terikat oleh waktu.

Mendeteksi autokorelasi dengan menggunakan nilai Durbin Watson. Kriteria dalam pengujian Durbin Watson yaitu (Sujarweni V. W., 2016):

1. Jika $0 < d < dL$, berarti ada autokorelasi positif
2. Jika $4 - dL < d < 4$, berarti ada auto korelasi negative
3. Jika $2 < d < 4 - dU$ atau $dU < d < 2$, berarti tidak ada autokorelasi positif atau negatif
4. Jika $dL \leq d \leq dU$ atau $4 - dU \leq d \leq 4 - dL$, pengujian tidak meyakinkan. Untuk itu dapat digunakan uji lain atau menambah data
5. Jika nilai $du < d < 4-du$ maka tidak terjadi autokorelasi.

4) Uji Heterokedastisitas

Menurut Ghozali (2018) uji heteroskedastisitas bertujuan menguji apakah dalam model regresi terjadi ketidaksamaan variance dari residual satu pengamatan ke pengamatan yang lain. Jika variance dari residual satu pengamatan ke pengamatan lain tetap, maka disebut Homoskedastisitas dan jika berbeda disebut Heteroskedastisitas. Model regresi yang baik adalah yang Homoskedastisitas atau tidak terjadi Heteroskedastisitas. Kebanyakan data cross section mengandung situasi heteroskedastisitas karena data ini menghimpun data yang mewakili berbagai ukuran (kecil, sedang, dan besar) (Ghozali, 2018).

Cara untuk mendeteksi ada atau tidaknya heteroskedastisitas yaitu dengan melihat grafik plot antara nilai prediksi variabel terikat (dependen) yaitu ZPRED dengan residualnya SRESID. Deteksi ada tidaknya heteroskedastisitas dapat dilakukan dengan melihat ada tidaknya pola tertentu

pada grafik scatterplot antara SRESID dan ZPRED dimana sumbu Y adalah Y yang telah diprediksi, dan sumbu X adalah residual (Y prediksi – Y sesungguhnya) yang telah di-studentized. Dasar analisisnya adalah (Ghozali, 2018) :

1. Jika ada pola tertentu, seperti titik-titik yang ada membentuk pola tertentu yang teratur (bergelombang, melebar kemudian menyempit), maka mengindikasikan telah terjadi heteroskedastisitas.
2. Jika tidak ada pola yang jelas, serta titik-titik menyebar di atas dan di bawah angka 0 pada sumbu Y, maka tidak terjadi heteroskedastisitas.

b. Regresi

1. Uji Regresi

Setelah menguji normalitas data, perlu dilakukan pengujian regresi linier sederhana untuk mengetahui kemungkinan nilai yang akan muncul di masa yang akan datang. Regresi berarti ramalan atau perkiraan yang dilakukan secara sistematis untuk memperkirakan nilai yang mungkin dapat muncul di kemudian hari bersumber dari informasi yang didapat dari masa lalu dan masa kini. Pengujian ini dilakukan untuk mengetahui pengaruh variabel X terhadap variabel Y. Uji regresi dilakukan untuk menaksir nilai dari variabel bebas dan terikat menggunakan program SPSS versi 25.0 for windows (Ghozali, 2016).

2. Koefisien Determinasi

Koefisien determinasi (yang dinyatakan dalam presentase) adalah besaran pengaruh yang diberikan variabel bebas terhadap variabel terikat serta yang disebabkan oleh variabel lain. Uji koefisien determinasi dilakukan menggunakan SPSS versi 25.0 for windows (Ghozali, 2018).

3. Uji T (Parsial)

Menurut Ghozali (2018), uji parsial (t-test) dipakai untuk mencari apakah ada pengaruh pada tiap-tiap variabel independen terhadap variabel dependennya. Syarat bahwa suatu variabel independen berpengaruh pada variabel dependen adalah ketika nilai probabilitas signifikansinya kurang dari α (5%). Hal ini berarti variabel independen dari suatu penelitian berpengaruh signifikan terhadap variabel dependennya.

H. Jadwal Kegiatan

TABEL 8 JADWAL KEGIATAN PENELITIAN PROYEK AKHIR TAHUN
2023

No	Kegiatan	Bulan					
		Februari	Maret	April	Mei	Juni	Juli
1	Pengajuan Tor						
2	Pembagian Dosen Pembimbing						
3	Penyusunan Proposal Penelitian						
4	Seminar Usulan Proposal						
5	Revisi Proposal Penelitian						
6.	Pengumpulan Data						
7	Pengolahan dan Analisa Data						
8	Sidang Proyek Akhir						

Sumber : Pengolahan Penulis