

## **BAB III**

### **METODE PENELITIAN**

#### **A. Tempat Dan Waktu Penelitian**

##### **1. Waktu Penelitian**

Waktu penelitian ini dilaksanakan pada bulan Februari 2021 s/d selesai.

##### **2. Tempat Penelitian**

Penelitian ini dilakukan di Minimarket Indomaret Simpang Tiga Tarogong, Margasana, Pagelaran, Pandeglang-Banten. Peneliti memilih lokasi tersebut karena tempatnya yang strategis dekat dengan toko-toko, rumah makan, warung kelontong, yayasan, terminal Labuan dll. Dan minimarket Indomaret tersebut sering melakukan promosi penjualan seperti *price discount* (potongan harga).

#### **B. Populasi dan Sampel**

##### **1. Populasi**

Populasi merupakan keseluruhan objek atau individu yang akan diteliti, memiliki karakter tertentu, jelas dan

lengkap.<sup>1</sup> Populasi dalam penelitian ini adalah konsumen yang telah melakukan pembelian di minimarket Indomaret simpang tiga Tarogong Margasana pagelaran Pandeglang-Banten.

## 2. Sampel

Sampel adalah bagian dari populasi yang dipilih melalui cara tertentu yang mewakili karakteristik tertentu, jelas dan lengkap yang dianggap mewakili populasi.<sup>2</sup> Sampel dalam penelitian ini adalah sebagian pelanggan yang diambil dari bagian populasi yang pernah berbelanja di minimarket Indomaret simpang tiga Tarogong ini, sampel dalam penelitian ini menggunakan *purposive sampling*. *Purposive sampling* adalah teknik pengambilan sampel berdasarkan kriteria-kriteria tertentu yang telah ditentukan sebelumnya.<sup>3</sup> Kriteria dalam pengambilan sampel ini adalah:

- a. Pelanggan yang telah berbelanja di minimarket Indomaret simpang tiga Tarogong Margasana Pagelaran Pandeglang-Banten minimal 5 kali dalam satu tahun terakhir

---

<sup>1</sup> Johar Arifin, “*Statistik bisnis Terapan Dengan Microsoft Excel 2007*” (Jakarta: PT Elex Media Komputindo, 2008) hal. 69

<sup>2</sup> Johar Arifin,..., hal. 69

<sup>3</sup> Said Kelana Asnawi, Chandra Wijaya, *Riset Keuangan Pengujian-Pengujian Empiris*, (Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama, 2005) Hal. 254

- b. Pelanggan yang berprofesi sebagai mahasiswa, karyawan swasta, wiraswasta, dan ibu rumah tangga.
- c. Pelanggan yang berusia 17 -25 tahun, 26-35 tahun, 36-45 tahun, >46 tahun, yang dianggap mampu menjawab sejumlah pertanyaan berbentuk kuesioner yang diberikan oleh peneliti.
- d. Pelanggan yang tinggal di kabupaten Pandeglang.

Menurut pendapat lameshow untuk populasi yang tidak terhingga atau tidak dapat diketahui jumlahnya maka bisa menggunakan rumus lameshow, dengan rumus sebagai berikut:

$$n = \frac{(Z)^2 \times P(1-P)}{a^2}$$

Dimana:

n = jumlah sampel

Z = skor Z pada kepercayaan 95% = 1,96

P = maksimum estimasi = 0,5

a = derajat ketelitian (sampling error) = 10%

maka jumlah sampel yang bisa diambil adalah:

$$n = \frac{(Z)^2 \times P(1-P)}{a^2}$$

$$n = \frac{(1,96)^2 \times 0,5(1-0,5)}{(0,1)^2}$$

$$n = \frac{3,8416 \times 0,25}{0,01}$$

$$n = 96,04$$

$$n = 100 \text{ (pembulatan)}$$

Dari rumus di atas dapat disimpulkan untuk populasi yang tidak terhingga atau tidak terbatas bisa menggunakan sampel sebanyak 100 responden.<sup>4</sup>

### C. Jenis dan Metode Penelitian

Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode deskriptif kuantitatif, yaitu suatu metode yang menggunakan analisis data dan angka-angka yang bertujuan untuk menganalisis dan menjawab secara ringkas, jelas, dan membenahi suatu pengaruh dan besarnya suatu pengaruh sebuah peristiwa, dan masalah yang diambil yang dapat ditarik kesimpulannya. Metode ini dilaksanakan dengan cara

---

<sup>4</sup> Lailatus Sa'adah, *Metode Penelitian Ekonomi Dan Bisnis*, (Jombang: LPPM Universitas KH. A. Wahab Hasbullah, 2021) hal. 30-31

mengumpulkan, menyajikan, dan menganalisis data sehingga dapat memberikan gambaran yang jelas tentang objek yang sedang diteliti.<sup>5</sup>

Dalam penelitian yang penulis buat, penulis melakukan penelitian tentang Pengaruh Antara *price discount* Terhadap *Impulse Buying* pada pelanggan minimarket Indomaret simpang tiga Tarogong, Margasana, Pagelaran Pandeglang-Banten. Dalam penelitian ini penulis mengupayakan dan mencari informasi apakah terdapat pengaruh antara *price discount* terhadap *impulse buying* pada pelanggan minimarket Indomaret tersebut.

#### **D. Sumber Data**

Dalam menyusun suatu penelitian diperlukan data-data untuk menunjang penelitian tersebut, teknik pengumpulan data dalam penelitian ini yaitu menggunakan data primer.

##### **1. Data sekunder**

Data sekunder adalah data yang telah dikumpulkan pihak lain, bukan oleh peneliti sendiri, untuk tujuan lain.

---

<sup>5</sup> Edy Supriyadi, *SPSS+Amos*, (Jakarta: Penerbit in Media, 2014) hal. 7

Artinya peneliti adalah tangan kedua yang sekedar mencatat, mengakses, bahkan meminta data tersebut (yang kadang sudah berwujud informasi) ke pihak lain yang telah mengumpulkannya di lapangan.<sup>6</sup> Data sekunder disini penulis peroleh dari internet untuk mengetahui profil Indomaret.

## **2. Data primer**

Data primer adalah data asli yang dikumpulkan sendiri oleh peneliti untuk menjawab semua permasalahan dalam penelitiannya secara khusus. Data ini tidak tersedia sebab sebelumnya belum pernah ada jadi, peneliti harus mengumpulkan sejumlah data yang diperlukan untuk keperluan penelitian.<sup>7</sup> Data primer yang digunakan dalam penelitian ini yaitu mewawancarai responden dan membagikan sejumlah kuesioner kepada responden.

## **E. Skala Pengukuran Variabel**

Skala pengukuran adalah menentukan satuan yang diperoleh. Selain itu, skala pengukuran memudahkan peneliti

---

<sup>6</sup> Istijanto Oei, *Riset Sumber Daya Manusia*, (Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama, 2005) h. 32

<sup>7</sup> Istijanto Oei, *Riset Sumber Daya Manusia*, (Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama, 2005) h. 38

untuk menentukan jenis data atau tingkatan data, apakah data tersebut berjenis nominal, ordinal, interval atau rasio.

Variabel dalam penelitian ini diukur dengan menggunakan skala *likert*. Skala *likert* adalah suatu skala psikometrik yang umumnya digunakan dalam angket. Skala *likert* digunakan untuk mengukur sikap, pendapat, serta persepsi seseorang atau sekelompok orang tentang fenomena yang akan diteliti oleh peneliti.<sup>8</sup> Berikut ini adalah tabel bentuk skala likert:<sup>9</sup>

**Tabel 3.1**  
**Skala likert**

<b>Jawaban</b>	<b>Skor</b>
Sangat setuju (SS)	5
Setuju (S)	4
Ragu-Ragu (RR)	3
Tidak setuju (TS)	2
Sangat tidak setuju (STS)	1

---

<sup>8</sup> Nikolaus Duli, “*Metodologi Penelitian Kuantitatif: Beberapa Konsep Dasar Untuk Penulisan Skripsi Dan Analisis Data Dengan SPSS*,” (Yogyakarta: Deepublish CV Budi Utama, 2019) hal. 77-78

<sup>9</sup> Zulmiyetri, Nurhastuti, Safaruddin, *Penulisan Karya Ilmiah* (Jakarta: Kencana, 2020) h. 57

Responden dapat menjawab pertanyaan dengan memilih salah satu dari kelima jawaban yang telah tersedia. Kemudian nilai yang diperoleh akan dijumlahkan oleh peneliti dan jumlah tersebut menjadi nilai total. Dan nilai total inilah yang akan ditafsirkan sebagai posisi responden dalam skala *likert*.

## **F. Teknik Pengumpulan Data**

### **1. Wawancara Tak Berstruktur (Wawancara Terbuka)**

Adalah wawancara yang tidak ditulis pertanyaannya. Wawancara jenis ini lebih fleksibel karena peneliti dapat mengembangkan pertanyaan tetapi harus berpedoman pada pencapaian yang telah ditentukan.<sup>10</sup> Peneliti dapat mewawancarai pelanggan minimarket Indomaret untuk mendapatkan sejumlah informasi mengenai masalah yang terjadi akibat *impulse buying* yang ditimbulkan oleh *price discount*.

### **2. Kuesioner (Angket)**

Kuesioner adalah alat pengumpulan data yang digunakan oleh peneliti dilakukan dengan cara memberi

---

<sup>10</sup> Akas Pinarigan Sujalu, Imam Nazarudin Latif, Ismail Bakrie, Lisa Astria Milasari, *Statistika Ekonomi 1*, (Yogyakarta: Zahir Publishing, 2021) hal. 35



seperangkat pertanyaan ataupun pernyataan tertulis yang akan diberikan kepada responden.<sup>11</sup> Di sini peneliti akan membagikan sejumlah kuesioner kepada pelanggan minimarket Indomaret Simpang Tiga Tarogong Margasana Pagelaran Pandeglang-Banten kemudian kuesioner akan diolah oleh peneliti.

### **3. Studi Pustaka**

Hampir semua penelitian memerlukan studi pustaka. Dalam studi pustaka penelusuran pustaka digunakan untuk memperoleh informasi penelitian yang akan diteliti oleh peneliti, untuk memperdalam kajian teoritis.<sup>12</sup> Serta mengumpulkan informasi dari internet, artikel dan yang lainnya untuk mendapatkan sejumlah data yang akan menunjang penelitian ini seperti: mendapatkan informasi seputar profil Indomaret.

---

<sup>11</sup> Husein Umar, *Metode Riset Bisnis*, ( Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama, 2003) hal. 101

<sup>12</sup> Mestika Zed, *Metode Penelitian Kepustakaan*, (Jakarta: Yayasan Obor Indonesia, 2008) hal. 1

## G. Variabel Penelitian

Variabel penelitian adalah segala sesuatu apa pun yang telah ditetapkan oleh peneliti sampai mendapatkan informasi dari variabel yang diteliti tersebut, sehingga dapat ditarik kesimpulannya.<sup>13</sup>

Agar penelitian ini menjadi lebih jelas, maka peneliti akan mengidentifikasi variabel-variabel yang akan diteliti terlebih dahulu. Dalam penelitian ini peneliti menggunakan dua variabel yaitu: Pengaruh *Price Discount* Terhadap *Impulse Buying* (Studi Pelanggan Minimarket Indomaret Simpang Tiga Tarogong Margasana Pagelaran Pandeglang-Banten). Variabel dalam penelitian ini meliputi:

### 1. Variabel Independen

Variabel independen sering disebut sebagai variabel stimulus, prediktor, antecedent. Dalam bahasa Indonesia sering disebut juga dengan variabel bebas. Variabel independen atau yang biasa disebut dengan variabel bebas adalah variabel yang mempengaruhi atau yang menyebabkan

---

<sup>13</sup> Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*, (Bandung: Alfabeta, 2013) hal. 38

timbulnya variabel dependen (terikat).<sup>14</sup> Variabel independen dalam penelitian ini adalah *price discount* (X).

## 2. Variabel dependen

Variabel dependen atau yang bisa disebut juga dengan variabel output, kriteria, konsekuen. Dalam bahasa Indonesia sering disebut juga dengan variabel terikat, variabel terikat adalah variabel yang dipengaruhi atau variabel yang menjadi akibat yang disebabkan oleh variabel bebas.<sup>15</sup> Variabel dependen dalam penelitian ini adalah *impulse buying* (Y).

## H. Konsep Operasional Variabel Penelitian

**Tabel 3.2**

**Konsep operasional variabel**

<b>Nama Variabel</b>	<b>Konsep Variabel</b>	<b>Dimensi</b>	<b>Indikator</b>	<b>Skala</b>
<i>Price Discount</i> (X)	Menurut Craft Et Al <i>price discount</i> (potongan	1. Besar atau pun kecilnya <i>price discount</i> (potongan harga) yang	1. Pelanggan tertarik membeli karena besaran <i>price discount</i> yang diberikan	Likert

<sup>14</sup> Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*,..., hal.39

<sup>15</sup> Sugiyono, *Statistika Untuk Penelitian*, (Bandung: Alfabeta, 2007) hal. 4

	<p>harga) merupakan bentuk potongan pada harga jual produk.</p>	<p>ditawarkan.</p> <p>2. Merek produk</p> <p>3. Waktu (season yang diberikan).<sup>16</sup></p> <p>4. Dapat memicu konsumen untuk membeli dalam jumlah yang banyak.</p>	<p>2. Pelanggan tertarik membeli karena merek produk yang ditawarkan pada <i>price discount</i> (potongan harga)</p> <p>3. Jangka waktu <i>price discount</i> (potongan harga) yang diberikan Indomaret</p> <p>4. Dengan diadakannya <i>price discount</i> (potongan harga) dapat memicu konsumen untuk membeli dalam jumlah yang banyak</p> <p>5. Pelanggan</p>	
--	---	---	--	--

<sup>16</sup> Widayat, *Statistika Multivariat (Pada Bidang Manajemen dan Bisnis)*, (Malang: Universitas Muhammadiyah, 2018) hal.133

		5. Hemat. <sup>17</sup>	tertarik membeli karena dorongan <i>price discount</i> (potongan harga) karena hemat	
<i>Impulse Buying</i> (Y)	Menurut Rook dan Fisher <i>impulse buying</i> (pembelian impulsif) terjadi ketika konsumen mengalami desakan secara tiba-tiba, yang adanya dorongan kuat untuk membeli	1. Spontanisasi Pembelian  2. Pembelian tanpa berpikir akibat  3. Pembelian terburu-buru	1. keadaan di mana konsumen sering melakukan pembelian produk tanpa direncanakan sebelumnya.  2. keadaan di mana konsumen saat melakukan pembelian tidak berpikir akan akibat yang akan terjadi setelah melakukan pembelian.	Likert

<sup>17</sup> Ika Puspa Satriany, Pengurangan Harga Dan Display Barang Terhadap Keputusan Pembelian Pada Swalayan Senyum Stabat, *Jurnal Bisnis Dan Teknologi IT&B* Vol. 4 No.1, hal. 47

	<p>ataupun memiliki suatu produk dengan segera.</p>	<p>4. Pembelian dipengaruhi oleh keadaan emosional.<sup>18</sup></p> <p>5. Kegairahan dan stimulasi.<sup>19</sup></p>	<p>3. Keadaan di mana konsumen merasa sering melakukan pembelian secara terburu-buru.</p> <p>4. Penilaian pelanggan di mana pelanggan melakukan tindakan belanja secara emosional atau tidak terkendali.<sup>20</sup></p> <p>5. perasaan ingin membeli yang muncul dari diri</p>	
--	---	---	--	--

<sup>18</sup> Aprilia Eka Sari, Analisis Faktor Yang Mempengaruhi Pembelian Spontan, *Jurnal Sains Pemasaran Indonesia*, Vol XIII No. 1 (Mei 2014) Universitas Diponegoro, Semarang, hal. 58

<sup>19</sup> Nuri Firdayanti, dkk, *Pengaruh Visual Merchandising Dan Product Assortment Terhadap Impulse Buying (Survey Pada Konsumen Rabbani Kota Sukabumi)*, E-Jurnal Ekonomi dan Bisnis Universitas Udayana, 2020, Fakultas Ilmu Administrasi Dan Humaniora Universitas Muhammadiyah, h. 398

			sendiri dan keputusan membeli yang muncul karena stimulasi dari luar diri sendiri. <sup>21</sup>	
--	--	--	--	--

## I. Teknik analisis data

### 1. Pengujian Instrumen Penelitian

Sebelum dilakukannya pengolahan data dengan menggunakan alat SPSS, instrumen penelitian harus di uji terlebih dahulu dengan tujuan untuk mengetahui apakah instrumen tersebut valid dan reliabel, pengujian tersebut menggunakan:

#### a. Uji Validitas

Validitas merupakan sejauh mana alat suatu instrumen dapat menjalankan fungsi. Suatu pertanyaan dikatakan valid apabila instrumen tersebut dapat

---

<sup>20</sup> Aprilia Eka Sari “Analisis Faktor Yang Mempengaruhi Pembelian Spontan,...”, hal. 58

<sup>21</sup> Rasulika Septila, Eka Dian Aprillia, *Impulse Buying Pada Mahasiswa DiBanda Aceh*, Psikoislamedia Jurnal Psikologi, Vol 2 N0 2, 2017, Fakultas Kedokteran, Universitas Syiah Kuala, h. 173

digunakan untuk mengukur instrumen yang akan diukur. Uji validitas digunakan untuk mengukur seberapa berkualitas instrumen terhadap objek yang akan diteliti untuk diadakan penelitian lebih lanjut. Pengambilan keputusan pada uji validitas ini yaitu: Apabila  $r$  hitung  $>$  dari  $r$  tabel maka indikator/instrumen dinyatakan valid, dan sebaliknya apabila  $r$  hitung  $<$  dari  $r$  tabel maka indikator/instrumen tidak valid.<sup>22</sup>

#### **b. Uji Reliabilitas**

Uji Reliabilitas memiliki berbagai nama lain seperti keterpercayaan, kehandalan, kestabilan. Tujuan pengukuran reliabilitas adalah untuk melihat apakah instrumen penelitian merupakan instrumen yang handal dan dapat dipercaya. Jika Variabel penelitian menggunakan instrumen yang handal dan dapat dipercaya maka hasil penelitian juga dapat memiliki hasil kepercayaan yang tinggi. Pengujian reliabilitas bisa dengan menggunakan teknik *Cronbach Alpha* Instrumen

---

<sup>22</sup> Slamet Riyanto, Aglis Andhita Hatmawan, *Metode Riset Penelitian Kuantitatif Metode Di Bidang Manajemen, Teknik, Pendidikan dan Eksperimen*, (Yogyakarta: Deepublish CV Budi Utama, 2020), h. 63-64



dapat dikatakan reliabel bila memiliki reliabilitas sebesar 0,6.<sup>23</sup>

## 2. Uji Statistik Deskriptif

Uji statistika deskriptif diperlukan untuk mengetahui gambaran dari data yang akan digunakan.

Analisa statistik deskriptif yang digunakan adalah mean (rata-rata), maximum, minimum, dan standar deviasi (simpangan baku).<sup>24</sup>

## 3. Uji Asumsi Klasik

### a. Uji Normalitas

Uji normalitas data adalah uji untuk mengukur apakah data yang didapatkan berdistribusi normal ataukah tidak berdistribusi normal. Apabila analisis menggunakan metode parametrik, maka persyaratan normatif harus terpenuhi, yaitu data yang berasal dari distribusi yang normal.<sup>25</sup>

---

<sup>23</sup> Azuar Juliandi, Irfan, Saprinal Manurung. *Metodologi Penelitian Bisnis*, (Medan: UMSU PRESS, 2014), h. 80-83

<sup>24</sup> Azuar Juliandi, Irfan, Saprinal Manurung. *Metodologi Penelitian Bisnis*, ..., h.139

<sup>25</sup> Slamet Riyanto, Aglis Andhita Hatmawan, *Metode Riset Penelitian Kuantitatif Metode Di Bidang Manajemen, Teknik, Pendidikan dan Eksperimen*, ..., h. 81

Dasar pengambilan keputusan dalam uji normalitas yaitu: Kriteria pengujian dapat dikatakan normal apabila nilai signifikansi  $> 0,05$  dan dikatakan tidak berdistribusi normal jika nilai signifikansinya  $< 0,05$ .<sup>26</sup>

#### **b. Uji Heterokedastisitas**

Uji heterokedastisitas adalah untuk melihat apakah ada ketidaksamaan antara varians dari residual satu ke pengamatan ke pengamatan yang lain. Model regresi yang memenuhi persyaratan adalah di mana terdapat kesamaan varians dari residual satu pengamatan ke pengamatan yang lain tetap atau disebut homoskedastisitas.<sup>27</sup>

#### **4. Analisis Regresi Linier Sederhana**

Untuk mengetahui seberapa besar pengaruh variabel independen terhadap variabel dependen maka dibutuhkan teknik analisis data. Teknik analisis data dalam penelitian ini adalah dengan menggunakan analisis regresi linier sederhana.

---

<sup>26</sup> Nikolaus Duli, *Metodologi Penelitian Kuantitatif: Beberapa Konsep dasar Untuk Penulisan skripsi Dan Analisis Data Dengan SPSS,...*, h. 115

<sup>27</sup> Albert Kurniawan Purnomo, *Pengolahan Riset Ekonomi Jadi Mudah Dengan IBM SPSS*, (Surabaya: CV Jakad Publishing, 2019), h. 59.

Analisis regresi linier sederhana adalah hubungan yang hanya melibatkan dua variabel (X dan Y)

Regresi yang berarti peramalan, penaksiran, atau pendugaan. Analisis regresi juga digunakan untuk menentukan bentuk dari hubungan antar variabel. Tujuan dari analisis regresi yaitu untuk meramalkan atau memperkirakan nilai dari suatu variabel Independen (X) dengan variabel dependen (Y).<sup>28</sup>

Untuk dua variabel hubungan liniernya adalah sebagai berikut:<sup>29</sup>

$$Y = a + b X$$

Di mana:

Y: *Impulse Buying*

X: *Price Discount*

a: konstanta

b: koefisien regresi sederhana variabel Price Discount (X)

terhadap Variabel Impulse Buying (Y)

---

<sup>28</sup> M Iqbal Hasan, *Pokok-Pokok Materi Statistik 2 (Statistik Inferensif)* (Jakarta: PT Bumi Aksara, 2002) h. 220

<sup>29</sup> M Iqbal Hasan, *Pokok-Pokok Materi Statistik 2 (Statistik Inferensif,...)*, h. 219

Data primer yang telah penulis peroleh langsung dari tempat penelitian dengan membagikan sejumlah kuesioner kepada konsumen kemudian diolah dengan alat bantu SPSS. Selanjutnya yaitu melakukan serangkaian pengujian baik uji statistik maupun uji hipotesis.

## 5. Uji Hipotesis

### a. Koefisien Korelasi (R)

Adalah alat uji statistik yang tujuannya digunakan untuk memprediksi derajat korelasi antara variabel independen dengan variabel dependen.

Tabel tingkatan koefisien korelasi berikut:<sup>30</sup>

**Tabel 3.3**  
**Tingkatan koefisien korelasi**

0,00 - 0,199	Sangat rendah
0,20 – 0,399	Rendah
0,40 – 0,599	Sedang
0,60 – 0,799	Kuat
0,80 – 1,000	Sangat kuat

---

<sup>30</sup> Sobur Setiawan, *Analisis Korelasi dan Regresi Linier Sederhana*, (Qatar: PPNI, 2019) h. 54

**b. Koefisien Determinasi ( $R^2$ )**

Koefisien determinasi adalah alat statistik yang tujuannya digunakan untuk memprediksi besarnya korelasi antara variabel Independen dengan variabel dependen, kemudian hasilnya dikali 100%. Maka akan diketahui berapa persen pengaruh variabel independen (X) terhadap variabel dependen (Y).<sup>31</sup>

**c. Uji T**

Uji T digunakan untuk mengetahui apakah variabel independen secara individual berpengaruh terhadap variabel dependen.

Dasar pengambilan keputusan dalam uji t berdasarkan nilai t hitung dan t tabel:

1. Jika nilai thitung  $>$  ttabel maka variabel independen secara parsial berpengaruh terhadap variabel dependen

---

<sup>31</sup> Sobur Setiawan, *Analisis Korelasi dan Regresi Linier Sederhana...*, h. 54

2. Jika nilai  $t_{hitung} < t_{tabel}$  maka variabel independen secara parsial tidak berpengaruh terhadap variabel dependen.

Dasar pengambilan keputusan dalam uji t berdasarkan nilai signifikansi:

1. Jika nilai signifikansi  $< 0,05$  maka variabel independen secara parsial berpengaruh signifikan terhadap variabel dependen.
2. Jika nilai signifikansi  $> 0,05$  maka variabel independen secara parsial tidak berpengaruh signifikan terhadap variabel dependen.<sup>32</sup>

---

<sup>32</sup> Hantono, *Konsep Analisa Laporan Keuangan dengan Pendekatan Rasio & SPSS* (Yogyakarta: Deepublish CV Budi Utama, 2012) h. 74-75