

BAB III

METODE PENELITIAN

A. Jenis Penelitian

Jenis penelitian yang digunakan adalah penelitian lapangan. Penelitian lapangan merupakan suatu penelitian yang dilakukan secara sistematis dengan mengangkat data yang ada dilapangan (Arikunto, 2015, hlm. 58).

B. Pendekatan Penelitian

Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif. Pendekatan kuantitatif dilakukan untuk mengukur variabel bebas dan terikat dengan angka-angka yang diolah melalui analisis statistik. Pendekatan kuantitatif dipilih oleh peneliti untuk menganalisis pengaruh kepuasan, ikatan emosi dan *kepercayaan* terhadap Loyalitas pelanggan Toko Hnn Pasar Baru Banjarmasin.

C. Lokasi Penelitian

Penelitian ini dilaksanakan Toko Hnn yang berlokasi di Pasar Baru Banjarmasin. Toko Hnn dipilih karena toko ini hanya menjual produk pakaian anak-anak secara partai dan toko ini juga sudah memiliki banyak pelanggan yang secara rutin melakukan pembelian ulang pada Toko Hnn Pasar Baru Banjarmasin.

D. Data dan Sumber Data

1. Data Primer

Data Primer adalah data yang langsung memberikan data kepada pengumpul data (Sugiyono, 2015, hlm. 65). Penelitian ini menggunakan data Primer karena datanya diperoleh dari sumber pertama atau didapat langsung dari responden melalui pengisian kuesioner yang dibagikan oleh peneliti.

2. Data Sekunder

Data sekunder merupakan data yang diperoleh atau dikumpulkan oleh orang yang melakukan penelitian dari sumber-sumber yang telah ada (Sugiyono, 2015, hlm. 66). Data sekunder dalam penelitian ini diperoleh melalui dokumentasi.

E. Populasi dan Sampel

1. Populasi

Populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri dari atas objek atau subjek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan untuk dipelajari dan kemudian diambil kesimpulan. Populasi dalam penelitian ini adalah seluruh pelanggan Toko Hnn Pasar Baru Banjarmasin, baik pelanggan yang melakukan pembelian secara *online* ataupun secara *offline*.

2. Sampel

Menurut (Sugiyono, 2015, hlm. 123) sampel merupakan sebagian dari populasi atau dalam istilah matematika dapat disebut sebagai himpunan bagian atau subset dari populasi.

Arikunto (2014, hlm. 95) menyatakan bahwa “Sampel adalah sebagian atau wakil dari populasi yang akan diteliti”. Teknik penarikan sampel penelitian ini adalah *Accidental sampling*. Definisi metode *Accidental sampling* adalah memilih secara kebetulan (Sugiyono, 2015, hlm. 99) seperti pelanggan yang ditemui sedang melakukan transaksi pembelian pada toko Hnn Pasar Baru Banjarmasin. Roscoe memberikan saran-saran tentang ukuran sampel untuk penelitian sebagai berikut:

- a. Ukuran sampel yang layak dalam penelitian adalah 30 sampai dengan 500
- b. Bila sampel dibagi dalam kategori (misalnya: pria-wanita, pegawai negeri swasta dan lain-lain) maka jumlah anggota sampel setiap kategori minimal 30.
- c. Bila dalam penelitian akan melakukan analisis dengan multivariate (korelasi atau regresi ganda misalnya), maka jumlah anggota sampel minimal 10 kali dari jumlah variabel yang diteliti.
- d. Untuk penelitian eksperimen yang sederhana, yang menggunakan kelompok eksperimen dan kelompok kontrol, maka jumlah anggota sampel masing-masing antara 10 sampai dengan 20.

Dalam penelitian ini, peneliti mengambil sampel sebanyak 60. Sebagai aturan umum ukuran sampel antara 30 sampai dengan 500, dan juga menyesuaikan dengan jumlah variabel penelitian yaitu 4 variabel, maka jumlah anggota sampel $20 \times 4 = 80$.

F. Teknik Pengumpulan Data

1. Kuesioner

Menurut Sugiyono (2015, hlm. 199) kuesioner merupakan teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan cara memberi seperangkat pertanyaan atau pernyataan tertulis kepada responden untuk dijawab.

2. Dokumentasi

Teknik pengumpulan data yang diperoleh dengan cara mengumpulkan catatan dari instansi, bahan-bahan bacaan, jurnal serta bahan-bahan lainnya yang berkaitan dengan penelitian khususnya data-data menyangkut Toko Hnn Pasar Baru Banjarmasin, seperti :

- a. Sejarah singkat
- b. Visi dan Misi
- c. Struktur organisasi
- d. Sumber Daya Manusia / Karyawan

G. Instrumen Penelitian

Kuesioner yang disebarkan kepada responden berisi sejumlah daftar pertanyaan secara tertulis untuk memperoleh informasi dari responden dengan menggunakan skala Likert. Menurut (Sarjono & Julianita, 2016, hlm. 67) skala likert adalah skala yang digunakan untuk mengukur sikap, pendapat dan persepsi seseorang atau sekelompok orang terhadap suatu kejadian atau keadaan sosial, di mana variabel yang akan diukur dijabarkan menjadi indikator variabel, kemudian indikator tersebut dijadikan sebagai titik tolak untuk menjadikan item-item pertanyaan. Skala likert

mempunyai tingkatan dari sangat positif menjadi sangat negatif, biasanya menggunakan kata-kata berupa sangat setuju, setuju, tidak setuju dan sangat tidak setuju. Skala likert dengan empat alternatif jawaban dirasakan sebagai hal yang paling tepat. Jika menggunakan skala likert dengan lima alternatif jawaban atau lebih, maka akan membuat hasil menjadi rancu, karena dalam kenyataannya dilapangan, sebagian besar responden akan memilih jawaban netral, dan sangatlah sulit memberikan kriteria penilaian pada jawaban netral. Dalam penelitian ini para responden diminta memberikan jawaban dengan tanda silang (X) atau tanda centang (√) pada jawaban yang dipilih, di mana:

- a. Jawaban sangat setuju diberi skor 5
- b. Jawaban setuju diberi skor 4
- c. Jawaban cukup setuju diberi skor 3
- d. Jawaban tidak setuju diberi skor 2
- e. Jawaban sangat tidak setuju diberi skor 1

Kuesioner dalam penelitian ini digunakan untuk mengumpulkan informasi terkait dengan kepuasan pelanggan, kepercayaan dan loyalitas pelanggan Toko Hnn Pasar Baru Banjarmasin. Untuk lebih jelasnya mengenai instrumen penelitian ini dapat dilihat pada kisi-kisi instrumen berikut ini:

Tabel 3. 1 Kisi-Kisi Instrumen Penelitian

Variabel	Sub Variabel	Indikator	Skala Pengukuran
Kepuasan Pelanggan (X1)	<i>Attributes related to product</i> (Kepuasan berkaitan dengan atribut produk)	- Toko Hnn menawarkan produk pakaian dengan beragam harga - Toko Hnn menawarkan produk dengan harga	Diukur melalui kuesioner dengan

Variabel	Sub Variabel	Indikator	Skala Pengukuran
		<p>yang sesuai dengan kualitasnya</p> <ul style="list-style-type: none"> - Kualitas produk sesuai dengan harapan pelanggan - Toko Hnn menawarkan produk pakaian jadi yang selalu mengikuti perkembangan <i>fashion</i> 	menggunakan Skala Likert
	<p><i>Attributes related to service</i> (Kepuasan berkaitan dengan atribut pelayanan)</p>	<ul style="list-style-type: none"> - Toko Hnn bersedia menerima pelanggan yang ingin menukarkan pakaiannya karena kesalahan ukuran - Toko Hnn melayani pembelian secara <i>online</i> dan <i>offline</i> - Toko Hnn selalu mengemas produk pakaian dengan cepat dan rapi - Toko Hnn dengan cepat merespon keluhan pelanggan 	
	<p><i>Attributes related to purchase</i> (Kepuasan berkaitan dengan atribut dari keputusan pembelian)</p>	<ul style="list-style-type: none"> - Kemudahan mendapatkan informasi produk terbaru dari toko Hnn - Karyawan Hnn selalu bersikap sopan kepada setiap pelanggan - Toko Hnn terkenal sebagai Toko pakaian dengan model yang selalu <i>up to date</i> - Toko Hnn terkenal sebagai toko pakaian dengan harga grosir paling murah 	
Ikatan Emosi (X2)	Rasa suka	<ul style="list-style-type: none"> - Saya suka belanja di Toko Hnn baik <i>online</i> atau <i>offline</i> - Barang yang saya beli dari toko Hnn selalu laris 	Diukur melalui kuesioner dengan

Variabel	Sub Variabel	Indikator	Skala Pengukuran
	Kebanggaan	<ul style="list-style-type: none"> - Saya bangga berlangganan dengan Toko Hnn - Toko Hnn selalu memberikan barang dengan kualitas bagus dan model terbaru 	menggunakan Skala Likert
	Rasa percaya	<ul style="list-style-type: none"> - Saya percaya dengan toko Hnn Pasar Baru Banjarmasin - Toko Hnn Pasar Baru tidak pernah memberikan pelayanan yang mengecewakan 	
Kepercayaan (X3)	Kemampuan (<i>Ability</i>)	<ul style="list-style-type: none"> - Toko Hnn mampu menyediakan seluruh pesanan pelanggan - Toko Hnn memberikan jaminan keamanan transaksi pembayaran - Toko Hnn mampu menyediakan beragam pakaian jadi dengan model terbaru - Toko Hnn mampu memberikan rasa nyaman berbelanja bagi pelanggan 	Diukur melalui kuesioner dengan menggunakan Skala Likert
	Kebaikan hati (<i>Benevolence</i>)	<ul style="list-style-type: none"> - Toko Hnn selalu menjaga hubungan baik dengan pelanggan - Toko Hnn memiliki perhatian yang besar dalam mewujudkan keinginan pelanggan - Toko Hnn sering memberikan harha spesial kepada pelanggan 	
	Integritas (<i>Integrity</i>)	<ul style="list-style-type: none"> - Toko Hnn selalu jujur dalam menyampaikan informasi mengenai produk 	

Variabel	Sub Variabel	Indikator	Skala Pengukuran
		<ul style="list-style-type: none"> - Kualitas pakaian jadi yang dijual Toko Hnn dapat dipercaya - Informasi yang diberikan kepada pelanggan sesuai dengan fakta 	
Loyalitas Pelanggan (Y)	Kesetiaan terhadap pembelian produk	<ul style="list-style-type: none"> - Sesekali membeli pakaian jadi d Toko lain - Sudah lama berlangganan dengan Toko Hnn - Mengutamakan membeli pakaian jadi di toko Hnn 	Diukur melalui kuesioner dengan menggunakan Skala Likert
	Ketahanan terhadap pengaruh yang negatif mengenai toko	<ul style="list-style-type: none"> - Meskipun pernah mendapatkan tawaran dari toko lain, tetap selalu memilih berbelanja di Toko Hnn - Meskipun toko lain menawarkan diskon, tetap memilih berlangganan dengan toko Hnn - Tidak pernah berniat berlangganan dengan toko lain 	
	Mereferensikan secara total eksistensi toko	<ul style="list-style-type: none"> - Mereferensikan kepada kerabat untuk membeli pakaian jad di Toko Hnn - Mereferensikan kepada kerabat bahwa Toko Hnn memiliki produk pakaian jadi yang berkualitas - Mereferensikan kepada kerabat bahwa Toko Hnn memiliki produk pakaian jadi dengan harga grosir paling murah 	

H. Teknik Analisa Data

Teknik analisa dalam penelitian ini menggunakan teknik analisis diskriptif kuantitatif. Analisis deskriptif kuantitatif yaitu suatu metode penelitian yang bersifat menggambarkan kenyataan atau fakta sesuai dengan data yang diperoleh dengan tujuan untuk mengetahui kualitas layanan dan minat nasabah untuk menggunakan jasa (Sugiyono, 2015, hlm. 76).

Guna mendapatkan hasil yang maksimal dalam penelitian, maka diperlukan pengujian, yaitu:

1. Uji Validitas Data

Hasil penelitian yang valid bila terdapat kesamaan antara data yang terkumpul dengan data yang sesungguhnya terjadi pada obyek yang diteliti (Sugiyono, 2015, hlm. 172). Jenis angket yang digunakan dalam penelitian ini merupakan angket tertutup dengan jawaban sangat setuju, setuju, tidak setuju dan sangat tidak setuju. Setiap jawaban diberi skor terlebih dahulu. Untuk mengukur tingkat validitas, tiap butiran angket digunakan rumus korelasi *product moment* sebagai berikut (Arikunto, 2015, hlm, 213) :

$$r_{xy} = \frac{N\Sigma XY - (\Sigma X)(\Sigma Y)}{\sqrt{\{N\Sigma X^2 - (\Sigma X)^2\}\{N\Sigma Y^2 - (\Sigma Y)^2\}}}$$

Keterangan:

r_{xy} = Angka indeks korelasi “r” atau product moment
 N = Number of cases
 ΣXY = Jumlah hasil perkalian antara skor X dan skor Y
 ΣX = Jumlah seluruh skor X
 ΣY = Jumlah seluruh skor Y

Suatu instrumen dikatakan valid, jika $r_{hitung} > r_{tabel}$ dan sebaliknya jika $r_{hitung} < r_{tabel}$ maka dikatakan tidak valid sehingga tidak dapat dipergunakan dan dihilangkan

dalam analisis. Alasan digunakan rumus tersebut adalah untuk mengetahui tingkat kevalidan sebuah instrumen. Pengujian validitas item dengan korelasi pearson yaitu dengan mengkorelasikan skor item dengan skor total item, kemudian pengujian signifikansi dilakukan dengan kriteria menggunakan r tabel pada tingkat signifikansi 0,05 dengan uji 2 sisi (Priyatno, 2014, hlm, 51). Kriteria pengujian adalah sebagai berikut:

- a. Jika $r_{hitung} \geq r_{tabel}$ (uji 2 sisi dengan sig. 0,05) maka instrumen atau item-item pertanyaan berkorelasi signifikan terhadap skor total (dinyatakan valid).
- b. Jika $r_{hitung} < r_{tabel}$ (uji 2 sisi dengan sig.0,05) maka instrumen atau item-item pertanyaan tidak berkorelasi signifikan terhadap skor total (dinyatakan tidak valid) harus di buang karena harga r hitung untuk butir-butir soal tersebut lebih kecil dibandingkan r tabel.

2. Uji Reliabilitas

Reliabilitas itu berkaitan dengan konsistensi skor, artinya kemampuan instrument atau tes untuk menghasilkan skor yang mendekati sama dari setiap individu dan kapan saja apabila dilakukan pengujian ulang. Reliabilitas berarti ketepatan atau dapat dipercaya. Uji reliabilitas dilakukan dengan menggunakan program SPSS dengan teknik belah dua (*split half*) dengan rumus *Spearman Brown*, yaitu (Sugiyono, 2015, hlm, 185):

$$r_i = \frac{2r_b}{1 + r_b}$$

Keterangan:

r_i = Reliabilitas internal seluruh instrumen

r_b = Korelasi *product moment* antara belahan pertama dan kedua

Pengujian reliabilitas instrumen dilakukan dengan program SPSS menggunakan menu analisis *Scale*. Butir pertanyaan yang ada pada instrumen angket diuji reliabilitasnya agar mendapatkan skala pengukuran instrumen yang baik. Untuk pengujian biasanya menggunakan batasan tertentu seperti reliabilitas kurang dari 0,6 adalah kurang baik, sedangkan 0,7 dapat diterima dan di atas 0,8 adalah baik. Hasil uji reliabilitas dapat dilihat pada *output statistic*, apabila nilai *cronbach alpha* di atas 0,6 maka dapat disimpulkan bahwa alat ukur tersebut reliabel (Priyatno, 2014, hlm, 98).

3. Uji Asumsi Klasik

Penelitian ini juga menggunakan uji asumsi klasik terhadap model regresi yang digunakan, dilakukan agar dapat diketahui apakah model regresi tersebut merupakan model regresi yang baik atau tidak (Santoso, 2014, hlm, 358). Dalam penelitian ini uji asumsi klasik yang digunakan adalah uji Normalitas Data, uji heteroskedastisitas, uji multikolinieritas dan uji Autokorelasi.

a. Uji Normalitas Data

Uji normalitas berguna pada tahap awal dalam metode pemilihan analisis data. Adapun ketentuan dalam uji normalitas data adalah:

- Jika data normal, maka digunakan statistik parametrik,
- Jika data tidak normal, gunakan statistik nonparametrik.

Tujuan uji normalitas data ini adalah untuk mengetahui apakah dalam model regresi variabel pengganggu atau residual memiliki distribusi normal. Pengujian ini diperlukan karena untuk melakukan uji t dan uji F mengasumsikan bahwa nilai residual mengikuti distribusi normal (Erlina, 2015, hlm. 103). Cara yang digunakan untuk mendeteksi apakah residual mengikuti berdistribusi normal atau tidak adalah dengan

analisis grafik. Jika data menyebar di sekitar garis diagonal atau grafik histogramnya menunjukkan pola distribusi normal, maka model regresi memenuhi asumsi normalitas, demikian sebelumnya. Menurut (Ghozali, 2016, hlm. 114) cara yang digunakan untuk mendeteksi apakah residual berdistribusi normal atau tidak adalah dengan:

1) Analisis Grafik

Salah satu cara termudah untuk melihat normalitas residual adalah dengan melihat grafik histogram yang membandingkan antara data observasi dengan distribusi yang mendekati distribusi normal. Dasar pengambilan keputusannya adalah :

- a) Jika data menyebar di sekitar garis diagonal dan mengikuti arah garis diagonal atau grafik histogramnya menunjukkan pola berdistribusi normal, maka model regresi memenuhi asumsi normalitas,
- b) Jika data menyebar jauh dari diagonal dan tidak mengikuti arah garis diagonal atau grafik histogram tidak menunjukkan data berdistribusi normal, maka model regresi tidak memenuhi asumsi normalitas.

2) Analisis Statistik

Uji statistik yang dapat digunakan untuk menguji normalitas residual adalah uji statistik *Kolmogrov-Smirnov (K-S)*” (Ghozali, 2016, hlm.115). Uji K-S dibuat dengan membuat hipotesis :

Ho : Data residual berdistribusi normal

H_a : Data residual tidak berdistribusi normal

Bila $\text{sig} > 0,05$ dengan $\alpha = 5\%$, berarti distribusi data normal (H_0 diterima), sebaliknya bila $\text{sig} < 0,05$ dengan $\alpha = 5\%$, berarti distribusi data tidak normal (H_a diterima). Distribusi yang melanggar asumsi normalitas dapat dijadikan menjadi bentuk normal dengan berbagai cara sebagai berikut :

a) Transformasi data

Transformasi data dapat dilakukan dengan logaritma natural (\ln), log 10, maupun akar kuadrat. Jika ada data yang bernilai negatif, transformasi data dengan log akan menghilangkannya sehingga sampel (n) akan berkurang.

b) Trimming

Trimming adalah membuang (memangkas) observasi yang bersifat outlier, yaitu yang nilainya lebih kecil dari $\mu - 2\sigma$ atau lebih besar dari $\mu + 2\sigma$. Metode ini juga akan mengecilkan sampelnya.

c) Winzorising

Winzorising mengubah nilai - nilai outliers menjadi nilai - nilai minimum atau maksimum yang diizinkan supaya distribusi menjadi normal. Nilai - nilai observasi yang lebih kecil dari $\mu - 2\sigma$ akan diubah nilainya menjadi $\mu - 2\sigma$ dan nilai - nilai yang lebih besar dari $\mu + 2\sigma$ akan diubah menjadi $\mu + 2\sigma$

b. Uji Heteroskedastisitas

Pengujian ini bertujuan untuk melihat apakah dalam model regresi terjadi ketidaksamaan variabel dari residual satu pengamatan ke pengamatan lain. Jika variabel residual tersebut tetap, maka disebut homoskedastisitas dan jika berbeda disebut heteroskedastisitas. Model regresi yang baik adalah homoskedastisitas (Ghozali, 2016, hlm. 105). Salah satu cara untuk mendeteksi heteroskedastisitas adalah dengan melihat grafik scatter plot antara nilai prediksi variabel terikat (ZPRED) dan nilai residualnya (SRESID).

Ada tidaknya heteroskedastisitas dapat dilakukan dengan melihat grafik *Scatterplot* antara nilai prediksi variabel independen dengan nilai residualnya. Dasar yang digunakan untuk menentukan heteroskedastisitas antara lain :

- 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 yang menyebar di atas dan di bawah angka 0 pada sumbu Y, maka tidak terjadi heteroskedastisitas

c. Uji Multikolinieritas

Pengujian ini bertujuan untuk menguji apakah model regresi ditemukan adanya korelasi di antara variabel independen. Model regresi yang baik seharusnya tidak terjadi korelasi di antara variabel independen (Ghozali, 2016, hlm. 91). Pengujian ada tidaknya gejala multikolinieritas dilakukan dengan memperhatikan nilai matriks

korelasi yang dihasilkan pada saat pengolahan data serta nilai VIF (*Variance Inflation Faktor*) dan Toleransinya.

Untuk mendeteksi ada atau tidaknya multikolonieritas di dalam model regresi adalah sebagai berikut :

- 1) Menganalisis matrik korelasi variabel – variabel independen, jika di antara variabel independen ada korelasi yang cukup tinggi (umumnya di atas 0.90), maka hal ini merupakan indikasi adanya multikolonieritas.
- 2) Multikolonieritas dapat juga dilihat dari (1) nilai *tolerance* dan lawannya (2) *variance inflation faktor* (VIF), nilai *cutoff* yang umum dipakai untuk menunjukkan adanya multikolonieritas adalah nilai $tolerance < 0,10$ atau sama dengan nilai $VIF > 10$.

d. Uji Autokorelasi

Pengujian ini bertujuan untuk melihat apakah dalam suatu model regresi linear ada korelasi antara kesalahan pengganggu pada periode t dengan kesalahan pengganggu pada periode $t-1$ (sebelumnya). Jika terjadi korelasi, maka dinamakan ada problem autokorelasi. Autokorelasi muncul karena observasi yang berurutan sepanjang waktu berkaitan satu sama lainnya. Hal ini sering ditemukan pada *time series*. Salah satu cara yang dapat digunakan untuk mendeteksi masalah autokorelasi adalah dengan uji Durbin Watson. Pengambilan keputusan ada tidaknya autokorelasi adalah :

Tabel 3.2 Pengambilan Keputusan Autokorelasi

Hipotesis Nol	Keputusan	Jika
Tidak ada autokorelasi positif	Tolak	$0 < d < dl$
Tidak ada autokorelasi positif	<i>No Decision</i>	$dl \leq d \leq du$
Tidak ada autokorelasi negatif	Tolak	$4 - dl < d < 4$
Tidak ada autokorelasi negatif	<i>No Decision</i>	$4 - du \leq d \leq 4 - dl$
Tidak ada autokorelasi, positif dan negatif	Tidak ditolak	$du < d < 4 - du$

4. Uji Hipotesis

a. Analisis Regresi Linier Berganda

Menurut Sugiyono analisis regresi ganda digunakan untuk meramalkan bagaimana keadaan (naik turunnya) variabel dependen, jika dua atau lebih variabel independen sebagai faktor prediktor dimanipulasi (dinaik turunkan nilainya). Model analisis ini dipilih karena penelitian ini dirancang untuk meneliti variabel bebas yang berpengaruh terhadap variabel tidak bebas. Persamaan regresi linear berganda dapat dirumuskan sebagai berikut (Sugiyono, 2015, hlm. 275):

$$Y = a + b_1X_1 + b_2X_2 + b_3X_3 + e$$

Keterangan:

Y	=	Loyalitas Pelanggan
X1	=	Kepuasan
X2	=	Ikatan Emosi
X3	=	Kepercayaan
e	=	Penambahan variabel bebas

b. Uji t

Uji signifikansi parameter individual (uji statistik t) bertujuan untuk mengukur seberapa jauh pengaruh satu variabel independen secara individual dalam menerangkan variasi variabel dependen (Ghozali, 2016, hlm. 95). Pengujian secara

parsial ini dilakukan dengan cara membandingkan antara tingkat signifikansi t dari hasil pengujian dengan nilai signifikansi yang digunakan dalam penelitian ini. Cara pengujian parsial terhadap variabel independen yang digunakan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

- 1) Jika nilai signifikansi t dari masing-masing variabel yang diperoleh dari pengujian lebih kecil dari nilai signifikansi yang dipergunakan yaitu sebesar 5 persen maka secara parsial variabel independen berpengaruh terhadap variabel dependen.
- 2) Jika nilai signifikansi t dari masing-masing variabel yang diperoleh dari pengujian lebih besar dari nilai signifikansi yang dipergunakan yaitu sebesar 5 persen maka secara parsial variabel independen tidak berpengaruh terhadap variabel dependen.

c. Uji F

Uji F digunakan menguji signifikansi pengaruh variabel X secara terhadap Y secara bersama-sama dengan formulasi sebagai berikut :

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

Keterangan :

R : Koefisien korelasi ganda
 k : Jumlah variabel independen
 n : Jumlah anggota sampel

Kriteria penerimaan dan penolakan hipotesis adalah :

- 1) Jika F hitung < F-tabel, maka Ho ditolak.
- 2) Jika F hitung > F-tabel, maka Ho diterima.

Berdasarkan dasar signifikan, kriterianya adalah :

Jika nilai signifikansi $> 0,05$ maka signifikan.

Jika nilai signifikansi $< 0,05$ maka tidak signifikan.