

BAB III

METODE PENELITIAN

A. Rancangan Penelitian

Pendekatan penelitian ini adalah penelitian kuantitatif. Metode kuantitatif yaitu suatu pendekatan yang hasil penelitiannya disajikan dalam bentuk data deskripsi dengan menggunakan angka statistik.¹

Jenis penelitian ini termasuk penelitian lapangan karena dalam penelitian ini meliatkan peneliti harus langsung memperoleh data dari lapangan atau langsung dari objek yang diteliti. Penelitian kuantitatif adalah metode penelitian dengan yang dalam pengumpulan data menggunakan instrumen penelitian, analisis data bersifat kuantitatif atau statistik dengan tujuan untuk menguji hipotesis yang telah ditetapkan.²

B. Lokasi Penelitian

Adapun lokasi penelitian ini adalah di Zoya Store Cabang Kediri beralamat di Jalan Joyoboyo No. 15 Kota Kediri.

¹ Ibnu Hajar, *Dasar-Dasar Penelitian Kuantitatif dalam Pendidikan Metodologi* (Jakarta: PT Raja Grafindo Persada, 1996), 30.

² Sugiyono, *Metode Penelitian Bisnis*, (Bandung: Alfabeta, 2010), 13.

C. Populasi dan Sampel

1. Populasi

Populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri atas objek atau subjek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya.³ Populasi dalam penelitian ini adalah member yang membeli hijab pada tahun 2019 yaitu sebanyak 1500 member.

2. Sampel

Sampel adalah sebagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi.⁴ Dalam penelitian ini menggunakan metode *non-probability sampling* adalah teknik yang tidak memberi peluang atau kesempatan yang sama bagi setiap unsur atau anggota populasi untuk dipilih menjadi sampel.⁵ Teknik *non-probability sampling* yang digunakan dalam pengambilan sampel pada penelitian ini lebih tepatnya menggunakan teknik *purposive sampling* yaitu teknik penentuan sampel dengan pertimbangan tertentu. Hal ini dipilih sebab populasi dan sampel yang diambil memiliki karakteristik tertentu, diantaranya:

- a. Konsumen yang pernah membeli hijab.
- b. Pengguna produk hijab.
- c. Berusia ≥ 17 tahun.

³ Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif dan R&D* (Bandung: Alfabeta, 2015), 80

⁴ Nasution, *Metode Research: Penelitian Ilmiah* (Jakarta: Bumi Aksara, 2003), 105

⁵ Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif dan R&D*, 84

Menurut Suharsimi Arikunto untuk sekedar ancer-ancer apabila objek kurang dari 100 maka lebih baik diambil semuanya. . Sehingga penelitiannya merupakan penelitian populasi, selanjutnya jika subjeknya besar, dapat diambil 10-15% atau 20-25% atau lebih.⁶ Mengingat banyaknya populasi serta keterbatasan waktu, biaya dan tenaga. Maka pengambilan sampel dalam penelitian ini tidak dilakukan secara keseluruhan, namun mengambil 10% dari jumlah populasi. Dari seluruh populasi konsumen yang berjumlah 1500, maka diperoleh sampel sebanyak 150 orang.

D. Variabel Penelitian

Variabel adalah sesuatu yang berbeda atau bervariasi, penekanan kata sesuatu diperjelas dalam definisi kedua yaitu simbol atau konsep yang diasumsikan sebagai seperangkat nilai-nilai.⁷ Variabel-variabel yang hendak dipakai dalam penelitian ini adalah:

- a. Variabel Independen: variabel ini sering disebut sebagai variabel stimulus, prediktor, antecedent. Dalam bahasa Indonesia sering disebut sebagai variabel bebas. Variabel bebas adalah merupakan variabel yang mempengaruhi atau yang menjadi sebab perubahannya atau timbulnya variabel dependen (terikat).

Variabel bebas yang diteliti yaitu:

⁶ Suharsimi Arikunto, *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktek*, (Jakarta: Rineka Cipta, 1998), 118.

⁷ Jonathan Sarwono, *Metode Penelitian Kuantitatif dan Kualitatif*, (Yogyakarta: Graha Ilmu, 2006), 53

(X) : Kualitas Produk

- b. Variabel Dependen: sering disebut sebagai variabel output, kriteria, konsekuen. Dalam Bahasa Indonesia sering disebut variabel terikat. Variabel terikat merupakan variabel yang dipengaruhi atau yang menjadi akibat, karena adanya variabel bebas.⁸

Variabel terikat yang di teliti yaitu:

(Y) : Kepuasan Konsumen

E. Definisi Operasional

Definisi operasional variabel-variabel dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

- a. Kualitas Produk (X)

Kualitas mencerminkan semua dimensi penawaran produk yang menghasilkan manfaat (*benefits*) bagi pelanggan.⁹ Kualitas produk merupakan kemampuan sebuah produk dalam memperagakan fungsinya. Dalam fungsi itu termasuk keseluruhan durabilitas, reliabilitas, ketepatan, kemudahan pengoperasian dan reparasi produk juga atribut produk lainnya. Kualitas produk mengemukakan delapan dimensi kualitas produk, sebagai berikut:¹⁰ kinerja (*performance*), ciri-ciri atau keistimewaan tambahan (*features*), keandalan (*reliability*), kesesuaian dengan spesifikasi (*conformance to specifications*), daya tahan (*durability*), kemudahan

⁸ Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R & D*, (Bandung: Alfabeta, 2008), 39

⁹ Fandy Tjiptono, Gregorius dan Dodi Andriana, *Strategi Pemasaran*, (Yogyakarta: Andi, 2008), 25

¹⁰ Ibid, 25

perbaikan (*serviceability*), estetika (*aesthetic*), ketepatan kualitas yang dipersepsikan (*perceived quality*).

b. Kepuasan Konsumen (Y)

Kepuasan konsumen adalah perasaan puas atau kecewa seseorang yang muncul setelah membandingkan kinerja (hasil) produk yang dipikirkan terhadap kinerja (atau hasil) yang diharapkan.¹¹ Jika kinerja memenuhi harapan, pelanggan puas. Jika melebihi harapan, maka, pelanggan amat puas.

Tabel 3.1

Indikator Kualitas Produk

No	Indikator Kualitas Produk
1	Bentuk (<i>Form</i>)
2	Keistimewaan tambahan (<i>Features</i>)
3	Kinerja (<i>Performance</i>)
4	kesesuaian dengan spesifikasi (conformance to specifications)
5	daya tahan (<i>durability</i>)
6	Keandalan (<i>Reability</i>)
7	Kemudahan Perbaikan (<i>Repairability</i>)
8	Gaya (<i>Style</i>)
9	Desain (<i>Design</i>)

Sumber: Indikator Kualitas produk menurut skripsi Fitriidea Rosmita (2019).

Tabel 3.2

¹¹ Fandy Tjiptono, Pemasaran Jasa, (Yogyakarta: Andi, 2014), 354

Indikator Kepuasan Konsumen

No	Indikator Kepuasan Konsumen
1	Kesesuaian harapan
2	Minat berkunjung kembali
3	Kesediaan untuk merekomendasikan

Sumber: Indikator Kepuasan konsumen menurut skripsi Nur Karima (2018)

G. Sumber Data Penelitian

Sumber data adalah subjek dimana data tersebut diperoleh. Berdasarkan sumber pengambilannya, data dibedakan menjadi data primer dan data sekunder. Data primer menurut Carl Mc Daniel dan Rogers Gates adalah data survei, pengamatan, atau eksperimen yang dikumpulkan untuk memecahkan masalah tertentu yang diselidiki.¹² Data primer berasal dari kuesioner yang telah disebar peneliti.

Sedangkan data sekunder yaitu data yang diperoleh dalam bentuk yang sudah jadi, sudah dikumpulkan dan diolah pihak lain dan biasanya sudah dalam bentuk publikasi.¹³ Data sekunder diperoleh dari berbagai sumber, seperti lembaga penelitian maupun dari laporan-laporan, buku-buku, literatur atau profil yang lainnya.

Dalam penelitian ini, peneliti menggunakan data primer berupa kuesioner yang telah disebar oleh peneliti. Sehingga dalam penelitian ini, peneliti secara langsung berhubungan dengan subjek dan objek penelitian.

G. Teknik Pengumpulan Data

¹² Carl McDaniel dan Rogers Gates, *Riset Pemasaran Kontemporer*, (Jakarta: Salemba Empat, 2001), 81.

¹³ Muhammad, *Metodologi Penelitian Ekonomi Islam: Pendekatan Kuantitatif*, (Jakarta: UPFE UMY, 2003), 61.

1. Sumber Data

Berdasarkan sumber pengambilannya, data dibedakan menjadi data primer dan sekunder. Data primer adalah data yang dikumpulkan dan diolah oleh peneliti langsung dari objeknya. Sedangkan data sekunder yaitu data yang diperoleh dalam bentuk yang sudah jadi, sudah dikumpulkan, diolah dari pihak lain dan biasanya sudah dalam bentuk publikasi.¹⁴ Dalam penelitian ini peneliti menggunakan data primer, yaitu data yang dikumpulkan oleh peneliti dari sumber pertamanya. Data primer dalam penelitian ini diperoleh dengan pengisian kuesioner (daftar pertanyaan) yang dijawab oleh responden. Adapun yang menjadi sumber data dalam penelitian ini adalah member Zoya Store Cabang Kediri yang membeli hijab.

2. Metode Pengumpulan Data

Metode pengumpulan data pada penelitian ini dilakukan dengan cara menyebarkan kuesioner (daftar pertanyaan) kepada responden (sumber data). Kuesioner adalah teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan cara memberi seperangkat pertanyaan atau pernyataan tertulis kepada responden untuk dijawab.¹⁵

G. Instrumen Penelitian

Instrumen penelitian adalah alat atau fasilitas penelitian yang digunakan oleh peneliti dalam pengumpulan data agar penelitian lebih mudah dan hasilnya lebih baik, dalam arti lebih cermat, lengkap dan sistematis sehingga

¹⁴ Muhammad, *Metodologi Penelitian Ekonomi Islam: Pendekatan Kuantitatif* (Jakarta: UPFEMY, 2003), 61

¹⁵ Sugiono, *Metodologi Penelitian Kuantitatif dan R%D*, 142

lebih mudah diolah.¹⁶ Instrument di dalam penelitian ini adalah angket, yaitu lembaran berupa pernyataan atau pertanyaan yang harus dijawab oleh responden. Dalam penelitian ini, data yang diperoleh dari angket berupa:

- a. Beberapa butir pernyataan mengenai variabel (X) kualitas produk
- b. Beberapa butir pernyataan mengenai variabel (Y) kepuasan konsumen

H. Analisis Data

Pendekatan penelitian dalam penelitian ini dengan menggunakan metode kuantitatif yaitu suatu pendekatan yang hasil penelitiannya disajikan dalam bentuk data diskripsi dengan menggunakan angka statistik.¹⁷ Adapun langkah-langkah analisis data yang akan dilakukan dalam penelitian ini antara lain:

1. Persiapan

Kegiatan dalam langkah persiapan, antara lain: mengecek nama dan kelengkapan identitas pengisi. Apabila instrumennya minim, perlu dicek sejauh mana atau identitas apa saja yang sangat diperlukan bagi pengolahan data lebih lanjut. Mengecek kelengkapan data, artinya memeriksa isi instrumen pengumpulan data (termasuk kelengkapan lembaran instrumen, barangkali ada yang terlepas atau sobek).¹⁸

2. Memberi tanda kode atau *coding*

Memberi tanda kode terhadap pertanyaan-pertanyaan yang telah diajukan, hal ini dimaksudkan untuk mempermudah waktu mengadakan

¹⁶ Ridwan, *Dasar-dasar Statistika*, (Bandung: Alfabeta, 2011), 151

¹⁷ Ibnu Hajar, *Dasar-dasar Penelitian Kuantitatif Dalam Pendidikan Metodologi* (Jakarta: PT RajaGrafindo Persada, 1996), 30

¹⁸ Beni Ahmad Saebani, *Metode Penelitian*, (Bandung: Pustaka Setia, 2008), 204-205

taulasi dan analisa. Tamahan lagi jika pertanyaan terdiri dari beberapa item dan jumlah kuesioner yang banyak serta variael yang satu dengan yang lainnya memerlukan kode dan tanda-tanda tertentu serperti analisa dengan menggunakan komputer, maka hal pengkodean ini sangat diperlukan.

Dalam penelitian ini, pengkodean dilakukan pada kedua variabel, yaitu variabel kualitas produk dan Kepuasan konsumen.

Dalam penelitian ini, pengkodean dilakukan pada kedua variabel, yaitu variabel Kepuasan Konsumen dan Kepuasan Konsumen

- Variabel bebas diberi kode : (X1) : Kualitas Produk
- terikat diberi kode : (Y) : Kepuasan Konsumen

3. Memberi Skor atau *Scoring*

Memberi skor digunakan untuk mengungkapkan jawaban dari angket atau kuesioner yang disebar. Dan dalam penelitian ini pemberian skor adalah

sebagai berikut:

- Sangat tidak setuju = 1
- Tidak setuju = 2
- Netral = 3
- Setuju = 4
- Sangat setuju = 5

4. Tabulasi Data atau *Tabulating*

Tabulasi adalah bagian terakhir dari pengolahan data. Maksud tabulasi adalah memasukkan data pada tabel-tabel tertentu dan mengatur

angka-angka serta menghitungnya.¹⁹ Dalam penelitian ini, tabulasi digunakan untuk memudahkan menghitung, dan memasukkan data atau hasil perhitungan ke dalam rumus.

5. *Processing*

Processing yaitu menghitung dan mengolah atau menganalisis data dengan statistik.²⁰ Pada tahap ini yang digunakan adalah analisis statistic sebagai berikut:

a. Uji Instrumen

1. Uji Validitas

Uji validitas dilakukan untuk mengetahui sejauh mana suatu alat pengukur mampu mengukur apa yang ingin diukur. Validitas menunjukkan sejauh mana hasil pengukuran relatif konsisten apabila pengukuran diulangi dua kali atau lebih.²¹ Uji validitas dilakukan dengan bantuan aplikasi SPSS.

2. Uji Reliabilitas

Realibilitas merupakan indeks yang menunjukkan sejauh mana suatu alat pengukur dapat dipercaya atau dapat diandalkan.²²

¹⁹ M. Burhan Bungin, *Metodologi Penelitian Kuantitatif*, (Jakarta: purnada Media, 2005), 168

²⁰ Bambang Prasetyo dan Lina Miftahul Jannah, *Metode Penelitian Kuantitatif*, (Jakarta: Raja Grafindo Persada, 2008), 184

²¹ Masri Singarimbun dan Sofian Effendi, *Metode Penelitian Survei* (Jakarta: LP3ES, 2008), 122-123.

²² Sugiyono, *Statistika Untuk.*, 365.

Pengujian reliabilitas menggunakan bantuan aplikasi SPSS. Ukuran kemantapan alpha dapat diinterpretasikan sebagai berikut.²³

- 1) Nilai alpha 0,00-0,2 berarti kurang reliabel
- 2) Nilai alpha 0,21-0,4 berarti agak reliabel
- 3) Nilai alpha 0,41-0,6 berarti cukup reliabel
- 4) Nilai alpha 0,61-0,8 berarti reliabel
- 5) Nilai alpha 0,81-1,00 berarti sangat reliabel

b. Uji Asumsi Klasik

Uji asumsi klasik adalah pengujian pada variabel penelitian dengan model regresi, apakah dalam variabel dan model regresinya terjadi kesalahan. Berikut ini macam-macam uji asumsi klasik:

1. Uji Normalitas

Uji ini bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi, variabel terikat dan variabel bebas keduanya mempunyai distribusi normal atau tidak. Salah satu cara termudah untuk melihat normalitas adalah dengan menggunakan uji statistik *Non-Parametrik Kolmogorov Smirnov*(K-S). Jika nilai K-S tidak signifikan pada ($p < 0,05$) dengan kata lain residual berdistribusi normal. Uji normalitas dapat diketahui dengan mengamati histogram masing-masing variabel dan dengan melihat tingkat kecondongan yang merupakan selisih antara rata-rata dari nilai tengah. Hal ini menunjukkan simetri tidaknya distribusi data.

²³ Agus Eko Sujianto, *Aplikasi Statistik dengan SPSS* (Jakarta: Prestasi Pustaka Karya, 2009), 97.

2. Uji Multikolinearitas

Uji multikolinearitas ini bertujuan untuk menguji apakah 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-variabel ini tidak orthogonal. Variabel orthogonal adalah variabel independen yang nilai korelasi antar sesama variabel independen sama dengan nol. Untuk mendeteksi ada atau tidaknya multikolinearitas di dalam model regresi adalah sebagai berikut:

- a) Nilai R^2 yang dihasilkan oleh suatu estimasi model regresi empiris sangat tinggi, tetapi secara individual variabel-variabel independen banyak yang tidak signifikan mempengaruhi variabel dependen.
- b) Menganalisis matrik korelasi variabel-variabel independen. Jika antar variabel independen ada korelasi yang cukup tinggi (umumnya diatas 0,90), maka hal ini merupakan indikasi adanya multikolinearitas. Tidak adanya korelasi yang tinggi antar variabel independen tidak berarti bebas dari multikolinearitas. Multikolinearitas dapat disebabkan karena adanya efek kombinasi dua atau lebih variabel independen.
- c) Multikolinearitas dapat juga dilihat dari (1) nilai tolerance dan lawannya (2) variance inflation factor (VIF). Kedua ukuran ini menunjukkan setiap variabel independen menjadi variabel dependen (terikat) dan diregres terhadap variabel independen

lainnya. Tolerance mengukur variabilitas variabel independen yang terpilih yang tidak dijelaskan oleh variabel independen lainnya. Jadi nilai tolerance yang rendah sama dengan nilai VIF tinggi (karena $VIF = 1/Tolerance$). Nilai cutoff yang umum dipakai untuk menunjukkan adanya multikolinearitas adalah nilai tolerance $\leq 0,10$ atau sama dengan nilai $VIF \geq 10$. Setiap penelitian harus menentukan tingkat kolonieritas yang masih dapat ditolerir. Sebagai missal nilai tolerance = 0,10 sama dengan tingkat kolonieritas 0,95. Walaupun multikolonieritas dapat dideteksi dengan nilai tolerance dan VIF, tetapi kita masih tetap tidak mengetahui variabel-variabel independen mana sajakah yang saling berkorelasi.²⁴

3. Uji Autokorelasi

Uji autokorelasi bertujuan untuk mengetahui ada tidaknya korelasi antara variabel pengganggu pada periode tertentu dengan variabel pengganggu periode sebelumnya (t-1). Secara sederhana adalah bahwa analisis regresi adalah untuk melihat pengaruh antara variabel bebas dengan variabel terikat, jadi tidak boleh ada korelasi dengan data observasi sebelumnya. Model regresi yang baik adalah regresi yang bebas dari autokorelasi. Uji autokorelasi dapat dilakukan dengan menggunakan uji Durbin-Watson, di mana hasil

²⁴ Imam Ghozali, *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program IBM SPSS 19 Edisi 5* (Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro, 2011), 105-106
24Ibid., 73.

pengujian ditentukan berdasarkan nilai Durbin-Watson. Kriteria nilai Durbin-Watson dijelaskan di bawah ini:²⁵

- a) Jika $0 < d < d_L$ maka terjadi autokorelasi positif
- b) Jika $d_L < d < d_U$ berarti tidak ada kepastian terjadi (ragu-ragu)
- c) Jika $4 - d_L < d < 4$ maka terjadi autokorelasi negatif
- d) Jika $4 - d_U < d < 4 - d_L$ maka tidak ada kepastian (ragu-ragu)
- e) Jika $d_U < d < 4 - d_U$ berarti tidak ada autokorelasi positif atau negatif

4. Uji Heteroskedastisitas

Uji heteroskedastisitas bertujuan untuk menguji apakah dalam sebuah model regresi terjadi ketidaksamaan variansi dari residual dari satu pengamatan ke pengamatan yang lain. Jika variansi dari residu atau dari satu pengamatan ke pengamatan yang lain tetap, maka disebut *homokedastisitas*. Dan jika variansi berbeda maka disebut *heteroskedastisitas*. Model regresi yang baik adalah yang Homoskedastisitas atau tidak terjadi heteroskedastisitas.

Cara untuk memprediksi ada tidaknya heteroskedastisitas pada suatu model dapat dilihat dengan pola gambar *Scatterplot*, regresi yang tidak terjadi heteroskedastisitas jika:

- 1) Titik-titik data menyebar di atas, di bawah atau di sekitar 0.
- 2) Titik-titik data mengumpul hanya di atas atau di bawah saja.

²⁵.Ibid, 73

- 3) Penyebaran titik-titik tidak boleh membentuk pola bergelombang melebar kemudian menyempit dan melebar kembali.
- 4) Penyebaran titik-titik data tidak terpola
5. Uji Korelasi Ganda (*Multile Correlate*)

Uji korelasi ganda adalah suatu nilai yang memberikan kuatnya pengaruh atau hubungan dua variabel atau lebih secara bersama-sama dengan variabel lain. Untuk dapat memberikan penafsiran terhadap koefisien korelasi yang ditemukan tersebut maka kriteria Kepuasan konsumen sebagai berikut:

Tabel 3.3

Interpretasi nilai r Product Moment

Besarnya "r" <i>Product moment</i>	Interpretasi
0,00	Antara variabel X dan Y tidak ada hubungan
0,010-0,299	Antara variabel X dan Y terdapat hubungan yang rendah
0,30-0,499	Antara variabel x dan Y terdapat hubungan yang sedang
0,50-0,699	Antara variabel X dan Y terdapat hubungan yang kuat
0,070-1,00	Antara variabel X dan Y terdapat hubungan yang sangat kuat

Rumus analisa korelasi sebagai berikut ini:

$$r = \frac{n \sum xy - (\sum x)(\sum y)}{\sqrt{[n \sum x^2 - (\sum x)^2][n \sum y^2 - (\sum y)^2]}}$$

Keterangan:

r = Koefesien korelasi antara x dan y (*product moment*)

n = Jumlah Sampel

x = skor dari tiap-tiap item

y = jumlah dari skor item

6. Analisis Regresi linier Berganda

Teknik analisis data yang digunakan dalam penelitian ini yaitu dengan regresi linear berganda. Teknik analisis ini digunakan untuk mengetahui pengaruh kualitas produk terhadap Kepuasan konsumen. Adapun persamaan regresi linier berganda adalah sebagai berikut:

$$Y = a + bX + e$$

Keterangan:

Y = Variabel terikat (Kepuasan konsumen)

a = Konstanta

X = Variabel bebas (kualitas produk)

b = Koefisien regresi

e = Error item

7. Uji Hipotesis

a. Pengujian secara parsial atau individu dengan t-test

Tujuan dari pengujian ini adalah untuk mengetahui apakah masing-masing variabel independen mempengaruhi variabel dependen secara signifikan. Pengujian dilakukan dengan uji t atau t-test, yaitu membandingkan antara t-hitung dengan t-tabel. Uji ini dilakukan dengan syarat:

1. Jika $t \text{ hitung} < t \text{ tabel}$, maka hipotesis tidak teruji yaitu variabel independen tidak berpengaruh signifikan terhadap variabel dependen.

2. Jika $t_{\text{hitung}} > t_{\text{tabel}}$, maka hipotesis teruji yang berarti variabel independen berpengaruh signifikan terhadap variabel dependen.

Pengujian juga dapat dilakukan melalui pengamatan nilai signifikansi t pada tingkat α yang digunakan (penelitian ini menggunakan tingkat α sebesar 5%). Analisis didasarkan pada perbandingan antara nilai signifikansi t dengan nilai signifikansi 0,05, dimana syarat-syaratnya adalah sebagai berikut:

- a. Jika signifikansi $t < 0,05$ maka hipotesis teruji yang berarti variabel independen berpengaruh signifikan terhadap variabel dependen.
- b. Jika signifikansi $t > 0,05$ maka hipotesis tidak teruji yaitu variabel independen tidak berpengaruh signifikan terhadap variabel dependen.
- c. Pengujian secara bersama-sama atau simultan dengan F-test

Pengujian ini bertujuan untuk mengetahui apakah variabel-variabel independen secara simultan atau bersama-sama mempengaruhi variabel dependen secara signifikan. Pengujian ini menggunakan uji F yaitu dengan membandingkan F hitung dengan F tabel. Uji ini dilakukan dengan syarat:

- a. Jika $F_{hitung} < F_{tabel}$, maka hipotesis tidak teruji yaitu variabel-variabel independen secara simultan tidak berpengaruh signifikan terhadap variabel dependen.
- b. Jika $F_{hitung} > F_{tabel}$, maka hipotesis teruji yaitu variabel-variabel independen secara simultan berpengaruh signifikan terhadap variabel dependen.

Pengujian juga dapat dilakukan melalui pengamatan nilai signifikansi F pada tingkat α yang digunakan (penelitian ini menggunakan tingkat α sebesar 5%). Analisis didasarkan pada perbandingan antara nilai signifikansi F dengan nilai signifikansi 0,05, dimana syarat-syaratnya adalah sebagai berikut:

- a. Jika signifikansi $F < 0,05$, maka hipotesis teruji yang berarti variabel-variabel independen secara simultan berpengaruh signifikan terhadap variabel dependen.
- b. Jika signifikansi $F > 0,05$, maka hipotesis tidak teruji yaitu variabel-variabel independen secara simultan tidak berpengaruh signifikan terhadap variabel dependen.
- c. terhadap variabel dependen.

8. Uji Koefisien Determinasi

Koefisien determinasi (R^2) pada intinya mengukur seberapa jauh kemampuan model dalam menerangkan variasi variabel

dependen. Nilainya adalah antara nol sampai dengan satu. Nilai R^2 yang kecil berarti kemampuan variabel-variabel independen dalam menjelaskan variasi variabel dependen sangat terbatas. Nilai yang mendekati satu berarti variabel-variabel independen memberikan hampir semua informasi yang dibutuhkan untuk memprediksi variasi variabel dependen.²⁶

²⁶ Imam Ghozali, *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program IBM SPSS 19 Edisi 5*, (Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro, 2011), 30