

## **BAB III**

### **METODA PENELITIAN**

#### **3.1. Strategi Penelitian**

Strategi yang digunakan dalam penelitian adalah strategi asosiatif yang bertujuan untuk mengetahui pengaruh antaradua variable atau lebih. Dalam penelitian ini maka akan dapat dibangun suatu teori yang dapat berfungsi untuk menjelaskan, meramalkan dan mengontrol suatu gejala, Sugiyono (2016:21). Dalam hal ini penelitian mengidentifikasi sejauh mana pengaruh kualitas produk ( $X_1$ ), kualitas pelayanan ( $X_2$ ), harga ( $X_3$ ) terhadap kepuasan konsumen ( $Y_1$ ), dan loyalitas konsumen ( $Y_2$ ).

Metoda penelitian yang digunakan oleh peneliti adalah metoda survey yaitu suatu teknik pengumpulan dan analisis data berupa opini dari subjek yang diteliti baik secara langsung (wawancara) maupun tidak langsung (kuesioner). Dan juga tehnik observasi yaitu dengan cara memperoleh data dari buku, internet dan artikel tahun sebelumnya.

#### **3.2. Populasi dan Sampel**

##### **3.2.1. Populasi Penelitian**

Menurut Sugiyono (2016:80) populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri atas objek / subjek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya. Populasi dalam suatu penelitian dibedakan antara populasi umum dan populasi sasaran. Populasi dalam penelitian ini adalah semua konsumen Geprek Benu yang berusia dari 17- 40 tahun dan sudah lebih dari 2 kali berkunjung di Geprek Benu Rawamangun, yang jumlah populasinya tidak diketahui atau dan dapat dikatakan dalam kategori tidak terhingga.

### 3.2.2. Sampel Penelitian

Menurut Sugiyono (2016:81), sample adalah bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi. Dalam penelitian ini teknik pengambilan sampel menggunakan metoda *nonprobability* yakni teknik *sampling insidental* yaitu dengan cara pengambilan sampel dengan sengaja (*purposive*) dan bersifat subjektif. Pada penelitian ini konsumen yang menjadi sampel responden adalah konsumen yang melakukan pembelian langsung di Geprek Benu Rawamangun dan cocok sebagai sumber data.

Ukuran populasi dalam penelitian ini sangat banyak dan tidak dapat diketahui secara pasti, sehingga jumlah sampel yang digunakan ditunh dengan rumus sebagai berikut Widiyanto (2008) dalam Taridayanti (2014) :

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

Keterangan :

n = Ukuran Sampel

Z = Skor pada tingkat signifikansi tertentu (derajat keyakinan ditentukan 95%) maka Z = 1,96

Moe= Margin of error, tingkat kesalahan maksimum adalah 9,5%

Dilihat dari rumus di atas, maka diperoleh perhitungan sebagai berikut :

$$n = \frac{(1,96)^2}{4.(9,5\%)^2}$$

$$n = 86,67 = 87 \text{ dibulatkan menjadi } 90$$

Dari hasil perhitungan rumus di atas maka dapat diperoleh jumlah sampel dan diteliti adalah sebesar 87, atau dilakukan pembulatan menjadi 90 responden yang dapat mewakili konsumen di Geprek Benu Rawamangun.

### 3.3. Data dan Metoda Pengumpulan Data

Data dibedakan menjadi dua yaitu data primer dan sekunder. Menurut Sugiyono (2016:137), data primer adalah sumber data yang langsung memberikan data kepada pengumpulan data sedangkan data sekunder

merupakan sampel sumber yang tidak langsung memberikan data kepada pengumpulan data.

### **3.3.1. Jenis Data**

Jenis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah:

#### **1. Data Primer**

Menurut Chandrarid (2017:123) data primer yaitu data yang berasal langsung dari objek penelitian atau responden. Data primer diperoleh dari penyebaran kuesioner yang dilakukan oleh peneliti dan memperoleh jawaban dari responden mengenai pengaruh kualitas produk, kualitas pelayanan dan harga terhadap kepuasan dan loyalitas konsumen Geprek Benu Rawamangun.

#### **2. Data sekunder**

Menurut Chandrarid (2017:124) data sekunder yaitu data yang berasal dari pihak atau lembaga yang telah menggunakan atau mempublikasikannya. Data sekunder diperoleh dari sumber lain yang sudah tersedia, yang dilakukan dengan membaca, memahami, dan mempelajari buku literature dan hal-hal yang terkait lainnya yang membahas informasi yang terkait dengan penelitian ini.

### **3.3.2. Metoda Pengumpulan Data**

Metoda pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini adalah:

#### **1. Wawancara**

Menurut Sugiyono (2017:137), wawancara merupakan teknik pengumpulan data apabila peneliti ingin melakukan studi pendahuluan untuk menemukan permasalahan yang harus diteliti, dan juga apabila peneliti ingin mengetahui hal-hal yang berkaitan dengan responden yang lebih mendalam dan jumlah responden yang kecil/sedikit.

## 2. Kuesioner

Menurut Sugiyono (2016: 199), kuesioner merupakan teknik pengumpulan data dengan cara memberi seperangkat pertanyaan atau pernyataan tertulis kepada responden untuk dijawabnya.

Dalam penelitian ini, peneliti menyajikan kuesioner dengan skala likert (1s/d 4) pilihan jawaban dengan keterangan sebagai berikut:

**Tabel 3.1.** Pemberian skala skor untuk jawaban kuesioner

No	Pernyataan	Kode	Nilai skor
1	Sangat tidak setuju	STS	1
2	Tidak setuju	TS	2
3	Setuju	S	3
4	Sangat Setuju	SS	4

Sumber :Sugiyono (2017: 94)

## 3. Teknik Observasi

Teknik observasi ini dilakukan untuk mendapatkan data atau informasi yang berhubungan dengan penelitian ini, yang diperoleh dari beberapa buku, internet, dan artikel tahun sebelumnya.

### 3.4. Operasionalisasi Variabel

Dalam penelitian ini digunakan tiga variabel bebas dan variabel terikat yaitu kualitas pelayanan ( $X_1$ ), harga ( $X_2$ ), dan promosi ( $X_3$ ) sebagai variabel bebas, serta kepuasan ( $Y_1$ ) dan loyalitas konsumen ( $Y_2$ ) sebagai variabel terikat. Variabel-variabel yang diukur dijelaskan dalam beberapa indikator dan masing-masing indikator mempunyai sub indikator. Sub indikator ini akan dijadikan dasar untuk menyusun item-item instrumen yang berupa pernyataan dalam sebuah kuesioner.

Variabel yang diukur menjadi indikator dan sub indikator, kemudian sub indikator tersebut dijadikan sebagai titik tolak ukur untuk menyusun item-item instrumen yang berupa pernyataan ataupun pertanyaan seperti berikut ini:

**Tabel 3.2.** Indikator Variabel Penelitian

Variabel	Indikator	Sub indikator	No. Item
Kualitas Produk (X <sub>1</sub> ) Gaman dan Sherrington dalam Sugiarto (2014)	Penampilan (Appearance)	Variasi menu	1
		Tampilan atau penyajian makanan dan minuman sangat menarik	2
		Kebersihan makanan	3
	Porsi/ukuran (Size)	Ukuran/ porsi sesuai dengan yang disajikan	4
		Keutuhan	5
	Aroma (The Scent)	Aroma makanan dari Geprek Benu sangat menggugah selera	6
	Rasa( Taste)	Tingkat kematangan	7
		Semua makanan di Geprek Benu sangat nikmat di lidah	8
		Variasi rasa	9
Kualitas Pelayanan (X <sub>2</sub> ) Subagyo (2013:76),	Kepastian (Assurance)	Pengetahuan tentang produk yang ditawarkan	10
		Karyawan di Geprek Benu berpenampilan rapi	11
		Keamanan bahan makanan terjamin	12
	Daya tanggap (Responsiveness)	Tanggap untuk membatu konsumen	13
		Kemampuan dalam mengatasi keluhan	14
	Empati (Empaty)	Geprek Benu memberikan perhatian kepada setiap kebutuhan konsumen	15
		Komunikasi yang baik	16
	Kehandalan (Reability)	Ketelitian dalam menyajikan	17
		Ketepatan pelayanan	18
Harga (X <sub>3</sub> ) Kotler dan Amstrong dalam Riyono dan	Keterjangkauan harga	Memberikan variasi harga paket produk yang sesuai dengan daya beli konsumen	19
		Terjangkau semua kalangan	20

Budiharjo (2016)	Daya saing harga	Harga lebih murah dibanding yang lain	21
	Daya saing harga	Harga menu makanan dan minuman di Geprek Benu dapat bersaing dengan rumah makan besar lainnya	22
	Kesesuaian harga dengan kualitas produk	Harapan	23
		Harga disetiap menu makanan dan minuman sesuai dengan porsi makanan yang disajikan	24
	Kesesuaian harga dengan manfaat	Harga produk makanan sangat sesuai dengan manfaat yang dirasakan	25
Kepuasan konsumen (Y <sub>1</sub> ) Lupyoadi(2013:80)	Kualitas produk( <i>product quality</i> )	Ekspektasi konsumen terpenuhi	26
		Penampilan karyawan	27
	Kualitas pelayanan( <i>service quality</i> )	Informasi yang diberikan oleh karyawan Geprek Benu sangat jelas	28
		Karyawan sangat ramah dan peduli dalam memberikan pelayanan	29
		Anda merasa puas terhadap kecepatan karyawan dalam merespon keluhan dari konsumen	30
	Emosional ( <i>Emotional</i> )	Perasaan bangga mengkonsumsisi produk dari Geprek Benu	31
		Kemudahan lokasi RM Geprek Benu ditemukan	32
		Kenyamanan suasana RM Geprek Benu	33
	Loyalitas konsumen (Y <sub>2</sub> ) Kotler dan Keller (2012:57)	Repeat	Pilihan utama
Membeli kembali produk			35
Referral		Mengajak kerabat, keluarga dll untuk membeli produk	36
		Memberi tahu produk kepada orang lain	37

### 3.5 Metoda Analisis Data

#### 3.5.1. Metoda Pengolahan Data

Data telah diproses secara lengkap maka selanjutnya adalah data tersebut diolah dengan menggunakan aplikasi *SPSS* versi 23.

#### 3.5.2. Metoda Penyajian Data

Dalam penelitian ini data yang disajikan adalah seluruh informasi data yang sudah didapat kemudian diolah menggunakan aplikasi *SPSS*, dan data yang dihasilkan dapat berupa tulisan, tabel, dan grafik agar memudahkan dalam menganalisis data untuk mendapatkan hasil yang sistematis.

#### 3.5.3. Alat Analisis Statistik Data

##### 3.5.3.1. Uji Instrumen Penelitian

###### a. Uji Validitas

Uji validitas dilakukan bertujuan untuk menguji sejauh mana item kuesioner yang valid dan tidak valid. Valid berarti instrumen tersebut dapat digunakan untuk mengukur apa yang seharusnya diukur. Syarat minimum suatu item dianggap valid dan tidak valid adalah sebagai berikut, Sugiyono (2017:126):

1. Jika nilai  $r\text{-hitung} \geq r\text{-kritis}$ , maka item-item pertanyaan dari kuesioner adalah valid
2. Jika nilai  $r\text{-hitung} \leq r\text{-kritis}$ , maka item-item pertanyaan dari kuesioner adalah tidak valid.

Adapun rumus koefisien korelasi sebagai berikut:

$$r_{\text{hitung}} = \frac{(n \cdot \sum XY) - (\sum X \cdot \sum Y)}{\sqrt{[(n \cdot \sum X^2) - (\sum X)^2] \cdot [(n \cdot \sum Y^2) - (\sum Y)^2]}}$$

Keterangan:

- $r_{\text{hitung}}$  : koefisien validitas butir pertanyaan yang dicari  
 $n$  : banyaknya responden (populasi)  
 $X$  : skor yang diperoleh subyek dari seluruh item  
 $Y$  : skor total yang diperoleh dari seluruh item

## b. Uji Reliabilitas

Menurut Ghozali (2016:47) uji reliabilitas adalah alat untuk mengukur suatu kuesioner yang merupakan indikator dari variabel atau konstruk. Suatu kuesioner dikatakan reliabel atau handal adalah jika jawaban seseorang terhadap pertanyaan adalah konsisten atau stabil dari waktu ke waktu. Tentang uji reliabilitas ini dapat disampaikan hal-hal pokoknya, sebagai berikut:

1. Untuk menilai kestabilan ukuran dan konsistensi responden dalam menjawab kuesioner. Kuesioner tersebut mencerminkan konstruk sebagai dimensi suatu variabel yang disusun dalam bentuk pernyataan.
2. Uji reliabilitas dilakukan secara bersama-sama terhadap seluruh pernyataan.
3. Jika nilai  $\alpha > 0,60$ , disebut *reliable*

Adapun rumus *cronbach alpha* sebagai berikut:

$$r_{ii} = \left[ \frac{k}{k-1} \right] \left[ 1 - \frac{\sum \sigma_i^2}{\sigma^2} \right] \dots \dots \dots (3.2)$$

Dimana rumus  $\sigma^2 = \frac{\sum X^2 - \frac{(\sum X)^2}{N}}{N} \dots \dots \dots (3.3)$

Keterangan =

$r_{ii}$  = reliabilitas konsumen

$k$  = banyaknya butir pernyataan

$\sum \sigma^2$  = jumlah butir pernyataan

$\sigma_i^2$  = varians total

Pengukuran reliabilitas dilakukan dengan cara *One Shot* atau pengukuran sekali saja yang dilakukan dengan menggunakan program SPSS 23.0 pada analisis skala. Dimana reliabilitas diukur dengan uji statistik *Cronbach Alpha* ( $\alpha$ ), dengan batasan suatu variabel dikatakan reliabel jika nilai *Cronbach Alpha*  $> 0.60$ .

### 3.5.3.2 Analisis Jalur (*Path Analysis*)

Analisis jalur pertama kali diperkenalkan oleh Sewall Wright pada tahun 1930-an. Analisis jalur merupakan perluasan dari analisis regresi linier berganda. Analisis jalur merupakan suatu teknik untuk menganalisis hubungan sebab akibat yang terjadi pada regresi linier berganda, jika variabel eksogen mempengaruhi variabel endogen tidak hanya secara langsung tetapi juga secara tidak langsung (Ghozali (2013)). Pengujian hipotesis mediasi dapat dilakukan dengan prosedur yang dikembangkan oleh Sobel (1982) dan dikenal sebagai uji Sobel (*Sobel test*). Uji Sobel dilakukan dengan cara menguji kekuatan pengaruh tidak langsung variabel independen (X) ke variabel dependen (Y) melalui variabel intervening (M). Pengaruh tidak langsung X ke Y melalui M dihitung dengan cara mengalikan jalur  $X \rightarrow M$  (a) dengan jalur  $M \rightarrow Y$  (b) atau  $ab$ . Jadi koefisien  $ab = (c - c')$ , dimana  $c$  adalah pengaruh X terhadap Y tanpa mengontrol M, sedangkan  $c'$  adalah koefisien pengaruh X terhadap mengontrol M. Standar error koefisien a dan b ditulis dengan  $S_a$  dan  $S_b$ , besarnya standar error pengaruh tidak langsung (indirect effect)  $S_{ab}$  dihitung dengan rumus dibawah ini :

$$S_{ab} = \sqrt{b^2 S_a^2 + a^2 S_b^2 + S_a^2 S_b^2}$$

Untuk menguji signifikansi pengaruh tidak langsung, maka kita perlu menghitung nilai t koefisien  $ab$  dengan rumus sebagai berikut :

$$t = \frac{ab}{S_{ab}}$$

Nilai t hitung ini dibandingkan dengan nilai t tabel yaitu  $\geq 1,96$  untuk signifikansi 5% dan t tabel  $\geq 1,64$  menunjukkan nilai signifikansi 10%. Jika nilai t hitung lebih besar dari nilai t tabel maka dapat disimpulkan terjadi pengaruh mediasi (Ghozali, 2013).

#### a. Diagram Jalur

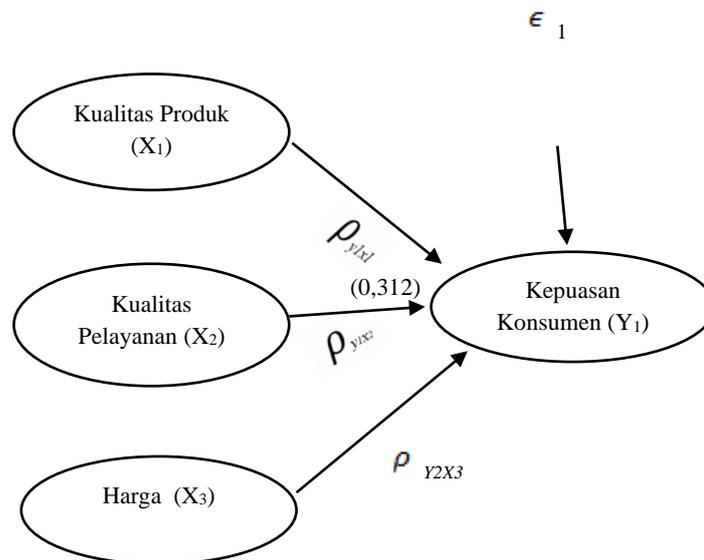
Dalam analisis jalur sebelum peneliti melakukan analisis suatu penelitian, terlebih dahulu peneliti membuat diagram jalur yang digunakan untuk

mempresentasikan permasalahan dalam bentuk gambar dan menentukan persamaan struktural yang menyertakan hubungan antar variabel pada diagram jalur tersebut.

Menurut Juliansyah Noor (2014:81) menyatakan bahwa “Diagram jalur dapat digunakan untuk menghitung pengaruh langsung atau tidak langsung dari variabel independen terhadap variabel dependen. Pengaruh tersebut ada dalam maksud dari adanya koefisien jalur, dimana secara matematik analisis jalur mengikuti mode struktural.

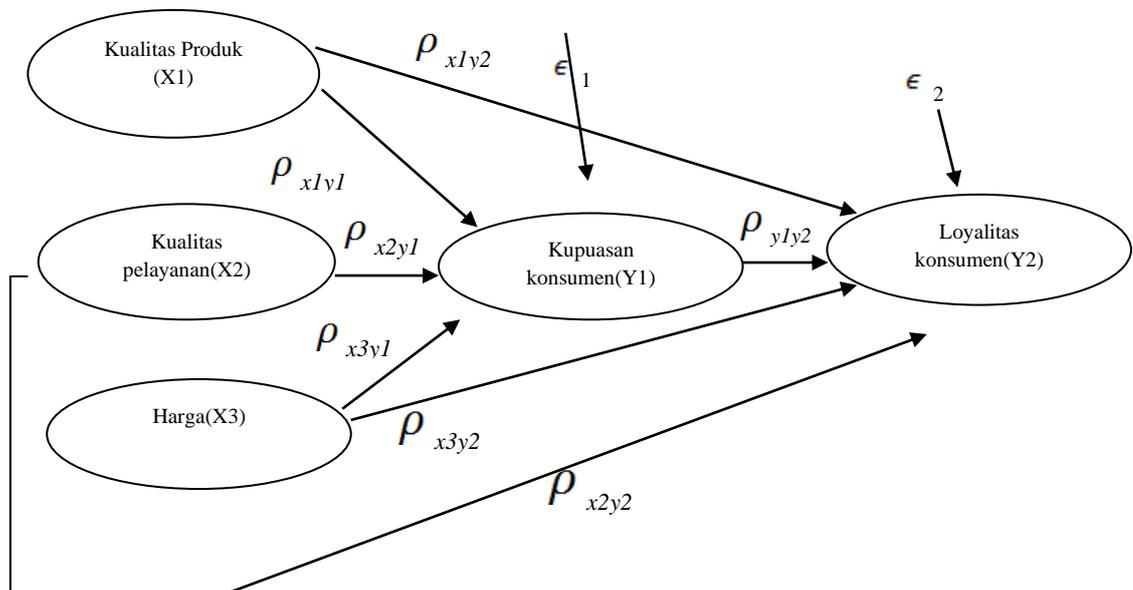
Bedasarkan judul penelitian maka model analisis jalur dalam penelitian ini dapat digambarkan sebagai berikut :

Tahap I :Membuat diagram jalur persamaan struktural 1 sebagai berikut:



Gambar 3.1. Diagram jalur persamaan struktural 1

Tahap II :Membuat diagram jalur persamaan struktural 2 sebagai berikut:



Gambar 3.1. Diagram jalur persamaan struktural 2

Keterangan :

Y1 = Kepuasan konsumen

Y2 = Loyalitas konsumen

X1 = Kualitas produk

X2 = Kualitas pelayanan

X3 = Harga

E = Error

### 3.5.4. Uji Hipotesis Koefisien Jalur

Menurut Sugiyono (2017:64) adalah jawaban sementara terhadap rumusan masalah penelitian, dimana rumusan masalah penelitian telah dinyatakan dalam bentuk kalimat pertanyaan. Dikatakan sementara, karena jawaban yang diberikan baru didasari dengan teori yang relevan, belum didasarkan pada fakta-fakta empiris yang diperoleh dari pengumpulan data.

Pengujian hipotesis digunakan untuk mengetahui signifikansi pengaruh variabel bebas terhadap variabel terikat secara parsial maupun simultan. Langkah-langkah pengujian hipotesis dalam penelitian adalah:

#### 1. Pengaruh langsung $X_1$ terhadap $Y_1$

$H_0: \beta_{x_1y_1} = 0$  (Tidak ada pengaruh yang kualitas produk terhadap kepuasan konsumen)

$H_a: \beta_{x_1y_1} \neq 0$  (Terdapat pengaruh yang signifikan kualitas produk terhadap kepuasan konsumen)

Kriteria:

- a)  $H_0$  ditolak atau  $H_a$  diterima jika *signifikansi*  $< 0,05$
- b)  $H_0$  diterima atau  $H_a$  ditolak jika *signifikansi*  $\geq 0,05$

#### 2. Pengaruh langsung $X_2$ terhadap $Y_1$

$H_0: \beta_{x_2y_1} = 0$  (Artinya tidak ada pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen)

$H_a: \beta_{x_2y_1} \neq 0$  (Terdapat pengaruh yang kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen)

Kriteria:

- a)  $H_0$  ditolak atau  $H_a$  diterima jika *signifikansi*  $< 0,05$
- b)  $H_0$  diterima atau  $H_a$  ditolak jika *signifikansi*  $\geq 0,05$

#### 3. Pengaruh langsung $X_3$ terhadap $Y_1$

$H_0: \beta_{x_3y_1} = 0$  (Tidak ada pengaruh harga terhadap kepuasan konsumen)

$H_a: \beta_{x_3y_1} \neq 0$  (Terdapat pengaruh harga terhadap kepuasan konsumen)

Kriteria:

- a)  $H_0$  ditolak atau  $H_a$  diterima jika *signifikansi*  $< 0,05$
- b)  $H_0$  diterima atau  $H_a$  ditolak jika *signifikansi*  $\geq 0,05$

#### 4. Pengaruh langsung $X_1$ Terhadap $Y_2$

$H_0: \beta_{x_1y_2} = 0$  (Tidak ada pengaruh kualitas produk terhadap loyalitas konsumen)

$H_a: \beta_{x_1y_2} \neq 0$  (Terdapat pengaruh yang kualitas produk terhadap loyalitas konsumen)

Kriteria:

a)  $H_0$  ditolak atau  $H_a$  diterima jika *signifikansi*  $< 0,05$

b)  $H_0$  diterima atau  $H_a$  ditolak jika *signifikansi*  $\geq 0,05$

#### 5. Pengaruh langsung $X_2$ terhadap $Y_2$

$H_0: \beta_{x_2y_2} = 0$  (Tidak ada pengaruh yang kualitas pelayanan terhadap loyalitas konsumen)

$H_a: \beta_{x_2y_2} \neq 0$  (Terdapat pengaruh kualitas pelayanan terhadap loyalitas konsumen)

Kriteria:

a)  $H_0$  ditolak atau  $H_a$  diterima jika *signifikansi*  $< 0,05$

b)  $H_0$  diterima atau  $H_a$  ditolak jika *signifikansi*  $\geq 0,05$

#### 6. Pengaruh langsung $X_3$ terhadap $Y_2$

$H_0: \beta_{x_3y_2} = 0$  (Tidak ada pengaruh yang harga terhadap loyalitas konsumen)

$H_a: \beta_{x_3y_2} \neq 0$  (Terdapat pengaruh harga terhadap loyalitas konsumen)

Kriteria:

a)  $H_0$  ditolak atau  $H_a$  diterima jika *signifikansi*  $< 0,05$

b)  $H_0$  diterima atau  $H_a$  ditolak jika *signifikansi*  $\geq 0,05$

#### 7. Pengaruh langsung $Y_1$ terhadap $Y_2$

$H_0: \beta_{y_1y_2} = 0$  (Tidak ada pengaruh kepuasankonsumenterhadap loyalitas konsumen)

$H_a : \beta_{y_1y_2} \neq 0$  (Terdapat pengaruh kepuasan konsumen terhadap loyalitas konsumen)

Kriteria:

a)  $H_0$  ditolak atau  $H_a$  diterima jika *signifikansi*  $< 0,05$

b)  $H_0$  diterima atau  $H_a$  ditolak jika *signifikansi*  $\geq 0,05$

#### 8. Pengaruh tidak langsung $X_1$ terhadap $Y_2$ melalui $Y_1$

$H_0: \beta_{y_1y_2} = 0$  (Tidak terdapat pengaruh tidak langsung kualitas produk konsumen terhadap loyalitas konsumen melalui kepuasan konsumen)

$H_a: \beta_{y_1y_2} \neq 0$  (Terdapat pengaruh tidak langsung kualitas produk terhadap loyalitas konsumen melalui kepuasan konsumen)

Kriteria:

a)  $H_0$  ditolak atau  $H_a$  diterima jika *signifikansi*  $< 0,05$

b)  $H_0$  diterima atau  $H_a$  ditolak jika *signifikansi*  $\geq 0,05$

#### 9. Pengaruh tidak langsung $X_2$ terhadap $Y_2$ melalui $Y_1$

$H_0: \beta_{y_1y_2} = 0$  (Tidak terdapat pengaruh tidak langsung kualitas pelayanan terhadap loyalitas konsumen melalui kepuasan konsumen)

$H_a: \beta_{y_1y_2} \neq 0$  (Terdapat pengaruh tidak langsung kualitas pelayanan terhadap loyalitas konsumen melalui kepuasan konsumen)

Kriteria:

a)  $H_0$  ditolak atau  $H_a$  diterima jika *signifikansi*  $< 0,05$

b)  $H_0$  diterima atau  $H_a$  ditolak jika *signifikansi*  $\geq 0,05$

#### 10. Pengaruh tidak langsung $X_3$ terhadap $Y_2$ melalui $Y_1$

$H_0: \beta_{Y_1Y_2} = 0$  (Tidak terdapat pengaruh tidak langsung harga terhadap loyalitas konsumen melalui kepuasan konsumen)

$H_a: \beta_{Y_1Y_2} \neq 0$  (Terdapat pengaruh tidak langsung harga loyalitas konsumen melalui kepuasan konsumen)

Kriteria:

- a)  $H_0$  ditolak atau  $H_a$  diterima jika *signifikansi*  $< 0,05$
- b)  $H_0$  diterima atau  $H_a$  ditolak jika *signifikansi*  $\geq 0,05$

Untuk menguji pengaruh perubahan variabel langsung dan tidak langsung dilihat dari *signifikansi* dibandingkan dengan taraf nyata  $\alpha$  ( $5\% = 0.05$ ).

#### 3.5.4.1. Uji F (Simultan)

Pengujian ini dilakukan untuk mengetahui apakah semua variabel independen mempunyai pengaruh bersama-sama terhadap variabel dependen. Dengan kriteria pengujian tingkat kepercayaan yang digunakan adalah 95% atau taraf signifikansi 5% ( $\alpha = 0,05$ ). Jika taraf signifikansinya  $> 0,05$  dan  $F$  hitung  $< F$  tabel maka  $H_a$  ditolak dan  $H_0$  diterima, berarti tidak ada pengaruh antara variabel bebas terhadap variabel terikat. Jika taraf signifikansinya  $< 0,05$  dan  $F$  hitung  $> F$  tabel maka  $H_a$  diterima dan  $H_0$  ditolak, berarti terdapat pengaruh yang signifikan antara variabel bebas terhadap variabel terikat (Ghozali, 2016:99).

#### 3.5.4.2. Uji T (Parsial)

Uji statistik  $t$  digunakan untuk memastikan apakah variabel independen yang terdapat dalam persamaan tersebut setiap individu berpengaruh terhadap nilai variabel dependen (uji parsial). Caranya dengan melakukan pengujian terhadap koefisien regresi setiap variabel independen. Dengan kriteria pengujian tingkat kepercayaan yang digunakan adalah 95% atau taraf signifikansi 5% ( $\alpha = 0,05$ ). Jika taraf signifikansinya  $> 0,05$  atau  $t$  hitung  $\leq t$  tabel, maka  $H_a$  ditolak dan  $H_0$  diterima, berarti tidak terdapat pengaruh variabel bebas terhadap variabel terikat. Jika taraf signifikansinya  $< 0,05$  atau  $t$  hitung  $> t$  tabel, maka  $H_a$  diterima dan  $H_0$  ditolak. Berarti terdapat pengaruh

dari variabel bebas terhadap variabel terikat (Ghozali, 2016:99). Rumusnya adalah sebagai berikut:

$$df(N1) = k; df(N2) = n-k$$

Keterangan:

df (N1) = derajat kebebasan untuk pembilang

df (N2) = derajat kebebasan untuk penyebut

n = jumlah sampel

k = jumlah variabel independen.