

BAB III

METODE PENELITIAN

3.1. Strategi Penelitian

Metode penelitian adalah salah cara untuk mendapatkan suatu informasi yang dapat digunakan sebagai bahan penelitian. Penelitian ini menggunakan metode survey menggunakan kuesioner. menurut Darmadi (2019) menjelaskan bahwa metode penelitian adalah suatu cara ilmiah untuk mendapatkan data dengan tujuan kegunaan tertentu. Jenis penelitian asosiatif merupakan penelitian yang bersifat menanyakan hubungan antara dua variabel atau lebih. Ada tiga bentuk hubungan dalam penelitian asosiatif yaitu hubungan simetris, hubungan kausal, dan hubungan interaktif/resiprokal/timbal balik (Sugiyono 2018). Strategi yang digunakan dalam penelitian adalah strategi asosiatif dengan hubungan kausal. Dalam hal tersebut penelitian ini ditinjau dari pendekatan analisisnya dengan menggunakan metode kuantitatif dengan cara metode penelitian yang digunakan dengan menggunakan metode survey. Dari beberapa penjelasan diatas, dapat disimpulkan bahwa metode penelitian adalah untuk memperoleh suatu data maka harus dilakukan dengan cara ilmiah dengan tujuan dan kegunaan tertentu. Data yang akan diperoleh merupakan data dari sampel yang diambil dengan menggunakan kuesioner, yang akan diberikan kepada pengguna shopee yaitu Mahasiswa Manajemen STEI angkatan 2018.

3.2. Populasi dan Sampel

3.2.1. Populasi Penelitian

Menurut Nursalam (2018) Populasi Penelitian merupakan subjek yang memenuhi kriteria yang telah ditetapkan oleh peneliti. Populasi adalah suatu kumpulan menyeluruh dari suatu obyek yang merupakan perhatian peneliti. Menurut Sugiyono (2019), obyek penelitian dapat berupa makhluk hidup, benda-benda, system dan

prosedur, fenomena dan lainnya. Menurut Sukmadinata (2018) mengemukakan populasi adalah “kelompok besar dan wilayah yang menjadi lingkup penelitian kita”. Populasi pada penelitian ini adalah Mahasiswa Manajemen STEI Rawamangun angkatan 2018 yang menggunakan aplikasi shopee untuk melakukan pembelian barang, pemesanan makanan, bertransaksi, berbelanja online dan lain lain dalam kehidupan sehari hari.

Berdasarkan penjelasan beberapa ahli diatas, dapat disimpulkan bahwa populasi penelitian adalah semua objek yang telah memenuhi beberapa kriteria atau kelompok besar dan lingkungan wilayah penelitian.

3.2.2. Sampling dan Sampel Penelitian

Sampel Penelitian adalah sebagian atau wakil dari keseluruhan populasi yang akan diteliti. Margono (2018) mengemukakan bahwa sampel adalah “bagian dari populasi, sebagai contoh yang diambil dengan menggunakan cara-cara tertentu”. Menurut Sugiyono (2018) sampel merupakan bagian dari jumlah karakteristik yang dimiliki oleh populasi tersebut.

Metode penentuan sampel dalam penelitian ini menggunakan metode Random Sampling. Menurut Margono (2018), Random sampling adalah sebuah Teknik yang digunakan untuk memperoleh suatu sampel pada saat itu langsung dilakukan pada unit unit sampling. Responden yang digunakan pada penelitian ini adalah pengguna Shopee dari Mahasiswa Manajemen STEI Rawamangun angkatan 2018 dengan kriteria sebagai berikut :

1. Usia lebih dari 17 tahun. Dengan usia yang sudah memasuki kriteria dewasa diharapkan responden sudah dapat membuat penilaian secara obyektif mengenai pernyataan dalam kuesioner yang berkaitan dengan variabel penelitian.
2. Menggunakan aplikasi shopee, Responden yang dipilih adalah konsumen yang menggunakan aplikasi shopee untuk melakukan pembelian barang, pemesanan makanan, bertransaksi, berbelanja online dan lain lain dalam kehidupan sehari hari

karena penelitian ini juga berhubungan dengan kepuasan, loyalitas, dan kepercayaan pelanggan.

Peneliti telah mengajukan surat riset ke STEI Rawamangun, dan mendapatkan data populasi Mahasiswa Manajemen STEI angkatan 2018 sebanyak 332 mahasiswa. Jumlah mahasiswa manajemen STEI angkatan 2018 tersebut dijadikan peneliti sebagai populasi penelitian yang kemudian dilakukan survey menggunakan kuesioner dan didapatkan sampel sebanyak 140 sampel dari total populasi dengan 98% dari sampel yang telah didapatkan merupakan pelanggan aktif atau konsumen dari Shopee. Frekuensi penggunaan aplikasi Shopee oleh rata-rata mahasiswa manajemen STEI angkatan 2018 dalam satu bulan penuh mengakses 5-10 kali dalam sebulan. Selain itu, peneliti juga melakukan perhitungan minimal jumlah sampel menggunakan rumus slovin dan didapatkan hasil sebagai berikut :

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

$$n = \frac{332}{1+(332 \times 0,1^2)}$$

$$n = \frac{332}{4,32}$$

$$n = 77$$

Berdasarkan hasil perhitungan rumus slovin di atas dan untuk menunjang keakuratan penelitian, maka akan digunakan minimal sampel sebanyak 77 orang, dan berdasarkan hasil survey yang telah dilakukan sudah didapatkan 137 orang sampel dimana jumlah sampel yang didapatkan sudah melebihi batas minimal sampel yang diharapkan sehingga dianggap sudah representatif.

3.3. Data dan Metode Pengambilan Data

Jenis data yang digunakan untuk penelitian ini adalah data primer yang dapat dijelaskan sebagai berikut :

3.3.1. Data Primer :

Menurut Sugiyono (2018), data primer merupakan materi atau kumpulan fakta yang dikumpulkan sendiri oleh peneliti pada saat penelitian berlangsung. Data primer

adalah data yang diperoleh langsung dari narasumber (tanpa perantara) di lapangan dengan melakukan penelitian didalamnya. Data primer diperoleh melalui pengamatan, wawancara, dan penyebaran kuesioner kepada responden yang berisi pertanyaan dan pernyataan tertulis untuk dijawab. Data ini digunakan untuk mengetahui tanggapan konsumen terhadap harga, diskon, gratis ongkir, kualitas produk, kualitas pelayanan, keamanan pengguna, kemudahan penggunaan (*perceived usefulness*) yang mempengaruhi kepuasan, loyalitas, dan kepercayaan pelanggan pada pengguna aplikasi shopee yang selanjutnya dapat dijadikan sumber data dalam penelitian.

3.3.2. Metode Pengambilan Data

Untuk memperoleh data yang dapat diuji kebenarannya serta sesuai dengan masalah yang diteliti secara lengkap, maka peneliti menggunakan metode sebagai berikut :

1. Kuesioner

Kuesioner adalah teknik pengambilan data yang dilakukan dengan cara memberi seperangkat pertanyaan atau pernyataan tertulis kepada responden untuk dijawab (Sugiyono, 2018). Dalam hal ini pertanyaan dalam kuesioner disusun dengan urutan sesuai dengan variabel yang sesuai dengan indikator, yang bertujuan untuk memberikan kemudahan bagi responden dalam menjawab pertanyaan dan pertanyaan tidak menyimpang dari penelitian. Skala pengukuran dalam penelitian ini menggunakan skala Likert untuk mengukur pendapat, sikap, persepsi seseorang tentang fenomena social. Kuesioner yang digunakan adalah kuesioner tertutup yang disajikan dengan jawaban sangat memuaskan, memuaskan tidak memuaskan, dan sangat tidak memuaskan. Kuesioner akan dibagikan kepada konsumen melalui google form untuk diisi kemudian dijadikan sumber data dalam penelitian.

3.4. Operasional Variabel

3.4.1. Instrumen Penelitian

Dalam penelitian ini, instrument yang digunakan berupa kuesioner yang diukur menggunakan skala *Likert*, yaitu skala yang digunakan untuk mengukur sikap,

pendapat dan persepsi seseorang/ sekelompok orang dalam kejadian tertentu. Menggunakan skala *Likert* untuk mendapatkan jawaban yang tidak bias, karena mempunyai skor ganjil akan mendapatkan jawaban yang menjadikan objek penelitian memilih jawaban ragu-ragu. Dalam skala *Likert* terdapat skor atau bobot terhadap jawaban yang disediakan. Apabila menjawab sangat memuaskan/loyal/percaya memiliki skor 4, memuaskan/loyal/percaya memiliki skor 3, tidak memuaskan/loyal/percaya memiliki skor 2, dan jika menjawab sangat tidak memuaskan/loyal/percaya memiliki skor 1. Jawaban pada setiap item instrument memiliki bobot nilai yang tercantum pada **Tabel 3.1**

Tabel 3.1 Bobot Nilai Skala Likert

No.	Alternatif Jawaban	Bobot Nilai
1	Sangat Memuaskan/Loyal/Percaya (SM)	4
2	Memuaskan/Loyal/Percaya (M)	3
3	Tidak Memuaskan/Loyal/Percaya (TM)	2
4	Sangat Tidak Memuaskan/Loyal/Percaya (STM)	1

Variabel yang diukur kemudian dijabarkan ke dalam beberapa indikator, dan dari masing-masing indikator memiliki sub indikator yang akan dijadikan pedoman untuk menyusun item-item instrument yang berupa pernyataan dalam sebuah kuesioner. Indikator-indikator yang digunakan dapat dilihat pada **Tabel 3.2**

Tabel 3.1. Indikator Variabel Bebas Terhadap Variabel Terikat

Variabel	Indikator	No Butir
Harga (X1) Kotler (2018)	Keterjangkauan Harga	1
	Kesesuaian Harga dengan Kualitas Produk	2
	Kesesuaian Harga dengan Manfaat	3
	Harga Sesuai Kemampuan atau Daya Saing Harga	4
Diskon (X2) Sutisna (2019)	Besarnya potongan harga	5
	Masa potongan harga	6

	Jenis produk yang mendapatkan potongan harga	7
Gratis Ongkos Kirim (X3) Sari (2019)	Gratis ongkir memberikan perhatian	8
	Gratis ongkir memiliki daya Tarik	9
	Gratis ongkir membangkitkan keinginan membeli	10
	Gratis ongkir mendorong melakukan pembelian	11
Kualitas Produk (X4) Kotler (2019)	Variasi Produk	12
	Quality	13
	Design	14
Kualitas Pelayanan (X5) Parasuraman (2018)	Tangibles (Bukti Langsung)	15
	Reability (Kehandalan)	16
	Responsiveness (Daya tangkap)	17
	Assurance (Jaminan)	18
	Empaty	19
Keamanan Pengguna (X6) Prasetyani (2019)	Kerahasiaan Data	20
	Pengelolaan Data Pribadi	21
	Jaminan Keamanan Data	22
Kemudahan Pengguna (X7) Fatuh (2021)	Efisiensi	23
	Efektifitas	24
	Bermanfaat	25
Kepuasan Konsumen (Y1) Setyowati (2018)	Kualitas yang dijanjikan sesuai dengan yang dijanjikan	26
	Pelayanan yang cepat	27
	Pelayanan yang tanggap terhadap keluhan konsumen	28
	Pelayanan baik dan memberikan kepuasan bagi konsumen	29
	Minat beli ulang	30

Loyalitas Pelanggan (Y2) Kotler (2018)	Kesediaan untuk merekomendasikan	31
Kepercayaan Pelanggan (Y3) Mayer (2020)	Kesungguhan	32
	Kemampuan (ability)	33
	Integritas	34

Sumber: Kotler (2019), Sutisna (2019), Sari (2019), Parasuraman (2018), Prasetyani (2019), Fatuh (2021), Setyowati (2018), Mayer (2020).

3.4.2. Pengujian Instrumen Penelitian

3.4.2.1. Uji Validitas

Uji validitas digunakan untuk mengetahui sejauh mana alat pengukur (kuesioner) mengukur apa yang diinginkan. Valid tidaknya alat ukur tersebut dapat diuji dengan mempengaruhi antara skor total yang diperoleh dari penjumlahan semua skor pertanyaan. Menurut Sugiarto (2018) validitas adalah hubungan dengan suatu peubah mengukur apa yang seharusnya diukur. Menurut Sugiyono (2018) Validitas menunjukkan keakuratan alat ukur dalam penelitian relatif terhadap pengukuran yang sebenarnya. Data yang diperoleh ditabulasikan, kemudian dilakukan analisis faktor untuk mengajukan *construct validity* dengan menggunakan metoda pengaruh sederhana (r hitung), yaitu mempengaruhi skor faktor dengan skor total. Alat pengujian validitas ini menggunakan rumus pengaruh *product moment*, sebagai berikut:

$$r = \frac{n(\sum XY) - \sum X \sum Y}{\sqrt{[n\sum X^2 - (\sum X)^2][n\sum Y^2 - (\sum Y)^2]}} \dots\dots\dots (3.2)$$

- R hitung = Koefisien validitas butir pernyataan yang dicari
- N = Banyaknya responden (Populasi)
- X = Skor yang diperoleh subyek dari seluruh item
- Y = Skor total yang diperoleh dari seluruh item

Langkah selanjutnya adalah secara statistik, angka pengaruh yang diperoleh dengan melihat tanda bintang pada hasil skor total, atau membandingkan dengan angka

bebas pengaruh nilai r yang menunjukkan valid. Pada penelitian ini uji validitas akan dilakukan dengan bantuan program IBM SPSS STATISTICS 25. Untuk menentukan nomor-nomor item yang valid dan yang gugur, perlu dikonsultasikan dengan table r produk moment. Kriteria penilaian uji validitas adalah:

1. Apabila r hitung $>$ r table, maka item kuesioner tersebut valid.
2. Apabila r hitung $<$ r table, maka dapat dikatakan item kuesioner tidak valid.

Apabila nilai r hitung sebesar 0,3 (r kritis) ke atas, maka faktor tersebut merupakan konstruksi yang kuat atau memiliki validitas konstruksi.

3.4.2.2. Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas adalah indeks yang menunjukkan sejauh mana alat pengukur dapat diandalkan. Sugiarto dan Sitinjak (2018) menyatakan bahwa reliabilitas menunjukan pada suatu pengertian bahwa instrumen yang digunakan untuk memperoleh informasi yang benar dilapangan. Menurut Ghozali (2018) menyatakan bahwa reliabilitas adalah alat untuk mengukur suatu kuesioner yang merupakan indikator dari peubah atau konstruk. Setelah semua pertanyaan sudah valid, analisis selanjutnya dengan uji reliabilitas dengan *cronbach's alpha*. Dilakukan terhadap seluruh pertanyaan dari variabel. Caranya adalah membandingkan r hasil dengan nilai konstanta (0,6). Dalam uji reliabilitas sebagai nilai r hasil adalah nilai α . Ketentuannya bila r $\alpha >$ konstanta (0,6) maka pertanyaan tersebut *reliabel*.

3.5. Metoda Analisis Data

3.5.1. Pengolahan Data

Pengolahan data dalam penelitian ini menggunakan IBM SPSS STATISTICS 25 hal ini dilakukan agar dalam mengolah data statistik dapat lebih cepat dan tepat.

3.5.1.1. Penyajian Data

Dalam penelitian ini, data yang dikumpulkan di sajikan dalam bentuk tabel agar lebih sistematis dalam memahami dan menganalisa data yang disajikan.

3.5.2. Metode Analisis Statistik Data

3.5.2.1. Uji Koefisien Determinasi

Menurut Sugiyono (2018) Koefisien Determinasi (R^2) mengukur seberapa jauh model yang dibentuk dengan menerapkan variasi variabel independen. Nilai determinasi digunakan pada penelitian ini ialah nilai *adjusted r*². Nilai tersebut digunakan arena nilai *adjusted r*² pada saat di evaluasi model regresi dapat turun atau naik apabila variabel independen ditambahkan kedalam model untuk digunakan dalam mengetahui seberapa besar variabel bebas mempengaruhi variabel terikat. Apabila *r*² mendekati berarti variabel bebas sangat berpengaruh terhadap variabel tidak bebas.

3.5.2.2. Uji Koefisien Determinasi Parsial

Menurut Sugiyono (2018) koefisien determinasi (R^2) digunakan untuk mengukur besarnya pengaruh variabel-variabel independen terhadap dependen secara simultan ataupun parsial. Secara parsial koefisien determinasi dapat mengukur besarnya pengaruh masing-masing variabel independen terhadap variabel dependent. Untuk mempermudah pengolahan data pada penelitian kali ini peneliti menggunakan alat bantu program statistic IBM SPSS STATISTICS 25.

3.5.2.3. Analisis Regresi Berganda

Ghozali (2018) analisis regresi linier berganda digunakan untuk mengetahui arah dan seberapa besar pengaruh variabel independen terhadap variabel dependen. Pengertian menurut Danang Sunyoto (2016:47) menjelaskan bahwa dilakukannya analisis regresi linier berganda untuk mengetahui besarnya pengaruh variabel bebas (X) terhadap variabel terikat (Y). Analisis regresi linier berganda adalah hubungan secara linear antara dua atau lebih variable independen (X_1 - X_7) dengan variabel dependen (Y_1 - Y_3). Analisis ini untuk mengetahui arah hubungan antara variabel independen dengan variabel dependen apakah masing-masing variabel independen berhubungan positif atau negatif dan untuk memprediksi nilai dari variabel independen mengalami kenaikan atau penurunan. Data yang digunakan biasanya berskala interval atau rasio.

Regresi berguna didasarkan pada hubungan fungsional ataupun kausal satu variabel independen dengan satu variabel dependen. Pada penelitian ini menggunakan alat bantu program statistic IBM SPSS STATISTICS 25 untuk mempermudah proses pengolahan data-data penelitian dari program tersebut akan didapatkan output berupa hasil pengolahan dari data yang telah dikumpulkan, kemudian output hasil pengolahan data tersebut diinterpretasikan akan dilakukan analisis terhadapnya. Setelah dilakukan analisis barulah kemudian diambil sebuah kesimpulan sebagai sebuah hasil dari penelitian. Regresi linear berganda dilakukan untuk mengetahui sejauh mana variabel bebas mempengaruhi variabel terikat. Pada regresi linear berganda terdapat satu variabel terikat dan lebih dari satu variabel bebas.

Dalam Penelitian ini yang menjadi variable terikat kepuasan pelanggan, loyalitas pelanggan, dan kepercayaan pelanggan, sedangkan yang menjadi variable bebas adalah harga, diskon, gratis ongkir, kualitas produk, kualitas layanan, keamanan pengguna, dan kemudahan pengguna

3.5.2.4. Uji Hipotesis T Secara Parsial (Uji-T)

Uji t digunakan untuk mengetahui pengaruh masing-masing variabel independen terhadap variabel dependen (Widjarjono, 2017). Dari teori yang dikemukakan maka dapat disimpulkan bahwa uji t digunakan mengetahui dalam model regresi variabel independen ($X_1, X_2, X_3, \dots, X_n$) secara parsial berpengaruh signifikan terhadap dependen (Y). Uji Hipotesis ini menggunakan IBM STATISTICS 25 dengan hasil perhitungan dibandingkan dengan t_{tabel} dan t_{hitung}

1. Uji Koefisien regresi pengaruh harga terhadap kepuasan pelanggan, loyalitas pelanggan, dan kepercayaan pelanggan

Menentukan hipotesis

$$H_0: \beta_1 \leq 0$$

$$H_0: \beta_1 > 0$$

Nilai signifikansi $\alpha = 5\%$, dengan sampel (n) = 137, menentukan tabel distribusi t dicari pada $\alpha = 5\% : 2 = 2,5\%$ (uji 2 sisi) dengan derajat kebebasan (df) n-k-

1, (n adalah jumlah kasus dan k adalah jumlah variabel independen). Dengan pengujian 2 sisi (signifikansi = 0,025)

Kriteria pengujiannya:

Ho diterima jika $t_{hitung} \leq t_{tabel}$

Ho ditolak jika $t_{hitung} > t_{tabel}$

Dengan membandingkan t_{hitung} dan t_{tabel} serta menarik kesimpulan menjadi hipotesis uji t parsial antar variabel independen dan dependen.

2. Uji Koefisien regresi pengaruh Diskon terhadap kepuasan pelanggan, loyalitas pelanggan, dan kepercayaan pelanggan

Menentukan hipotesis

Ho: $\beta_2 \leq 0$

Ho: $\beta_2 > 0$

Nilai signifikansi $\alpha = 5\%$, dengan sampel (n) = 137, menentukan tabel distribusi t dicari pada $\alpha = 5\% : 2 = 2,5\%$ (uji 2 sisi) dengan derajat kebebasan (df) $n-k-1$ (n adalah jumlah kasus dan k adalah jumlah variabel independen). Dengan pengujian 2 sisi (signifikansi = 0,025)

Kriteria pengujiannya:

Ho diterima jika $t_{hitung} \leq t_{tabel}$

Ho ditolak jika $t_{hitung} > t_{tabel}$

Dengan membandingkan t_{hitung} dan t_{tabel} serta menarik kesimpulan menjadi hipotesis uji t parsial antar variabel independen dan dependen.

3. Uji Koefisien regresi pengaruh Gratis Ongkir terhadap kepuasan pelanggan, loyalitas pelanggan, dan kepercayaan pelanggan

Menentukan hipotesis

Ho: $\beta_3 \leq 0$

Ho: $\beta_3 > 0$

Nilai signifikansi $\alpha = 5\%$, dengan sampel (n) = 137, menentukan tabel distribusi t dicari pada $\alpha = 5\% : 2 = 2,5\%$ (uji 2 sisi) dengan derajat kebebasan (df) $n-k-1$ (n adalah jumlah kasus dan k adalah jumlah variabel independen). Dengan pengujian 2 sisi (signifikansi = 0,025)

Kriteria pengujiannya:

Ho diterima jika $t_{hitung} \leq t_{tabel}$

Ho ditolak jika $t_{hitung} > t_{tabel}$

Dengan membandingkan t_{hitung} dan t_{tabel} serta menarik kesimpulan menjadi hipotesis uji t parsial antar variabel independen dan dependen.

4. Uji Koefisien regresi pengaruh Kualitas Produk terhadap kepuasan pelanggan, loyalitas pelanggan, dan kepercayaan pelanggan

Menentukan hipotesis

Ho: $\beta_3 \leq 0$

Ho: $\beta_3 > 0$

Nilai signifikansi $\alpha = 5\%$, dengan sampel (n) = 137, menentukan tabel distribusi t dicari pada $\alpha = 5\% : 2 = 2,5\%$ (uji 2 sisi) dengan derajat kebebasan (df) $n-k-1$ (n adalah jumlah kasus dan k adalah jumlah variabel independen).

Dengan pengujian 2 sisi (signifikansi = 0,025)

Kriteria pengujiannya:

Ho diterima jika $t_{hitung} \leq t_{tabel}$

Ho ditolak jika $t_{hitung} > t_{tabel}$

Dengan membandingkan t_{hitung} dan t_{tabel} serta menarik kesimpulan menjadi hipotesis uji t parsial antar variabel independen dan dependen.

5. Uji Koefisien regresi pengaruh Kualitas Layanan terhadap kepuasan pelanggan, loyalitas pelanggan, dan kepercayaan pelanggan

Menentukan hipotesis

Ho: $\beta_3 \leq 0$

Ho: $\beta_3 > 0$

Nilai signifikansi $\alpha = 5\%$, dengan sampel (n) = 137, menentukan tabel distribusi t dicari pada $\alpha = 5\% : 2 = 2,5\%$ (uji 2 sisi) dengan derajat kebebasan (df) $n-k-1$ (n adalah jumlah kasus dan k adalah jumlah variabel independen).

Dengan pengujian 2 sisi (signifikansi = 0,025)

Kriteria pengujiannya:

Ho diterima jika $t_{hitung} \leq t_{tabel}$

Ho ditolak jika $t_{hitung} > t_{tabel}$

Dengan membandingkan t_{hitung} dan t_{tabel} serta menarik kesimpulan menjadi hipotesis uji t parsial antar variabel independen dan dependen.

6. Uji Koefisien regresi pengaruh Keamanan Pengguna terhadap kepuasan pelanggan, loyalitas pelanggan, dan kepercayaan pelanggan

Menentukan hipotesis

Ho: $\beta_3 \leq 0$

Ho: $\beta_3 > 0$

Nilai signifikansi $\alpha = 5\%$, dengan sampel $(n) = 137$, menentukan tabel distribusi t dicari pada $\alpha = 5\% : 2 = 2,5\%$ (uji 2 sisi) dengan derajat kebebasan (df) $n-k-1$ (n adalah jumlah kasus dan k adalah jumlah variabel independen).

Dengan pengujian 2 sisi (signifikansi = 0,025)

Kriteria pengujiannya:

Ho diterima jika $t_{hitung} \leq t_{tabel}$

Ho ditolak jika $t_{hitung} > t_{tabel}$

Dengan membandingkan t_{hitung} dan t_{tabel} serta menarik kesimpulan menjadi hipotesis uji t parsial antar variabel independen dan dependen.

7. Uji Koefisien regresi pengaruh kemudahan pengguna terhadap kepuasan pelanggan, loyalitas pelanggan, dan kepercayaan pelanggan

Menentukan hipotesis

Ho: $\beta_3 \leq 0$

Ho: $\beta_3 > 0$

Nilai signifikansi $\alpha = 5\%$, dengan sampel $(n) = 137$, menentukan tabel distribusi t dicari pada $\alpha = 5\% : 2 = 2,5\%$ (uji 2 sisi) dengan derajat kebebasan (df) $n-k-1$ (n adalah jumlah kasus dan k adalah jumlah variabel independen).

Dengan pengujian 2 sisi (signifikansi = 0,025)

Kriteria pengujiannya:

Ho diterima jika $t_{hitung} \leq t_{tabel}$

Ho ditolak jika $t_{hitung} > t_{tabel}$

Dengan membandingkan t_{hitung} dan t_{tabel} serta menarik kesimpulan menjadi

hipotesis uji t parsial antar variabel independen dan dependen.

3.5.2.5. Uji Hipotesis Simultan (Uji-F)

Menurut Kuncoro (2018) uji f digunakan untuk menguji signifikansi tidaknya pengaruh variabel bebas secara bersama-sama terhadap variabel terikat. Dari teori yang dikemukakan maka dapat disimpulkan bahwa uji f digunakan untuk mengetahui apakah secara langsung bersama-sama (simultan) koefisien variabel bebas mempunyai pengaruh nyata atau tidak terdapat variabel terikat. Pengujian ini dilakukan dengan cara membandingkan nilai F_{hitung} dengan F_{tabel} . Apabila dasarnya uji statistik F menunjukkan apakah semua variabel $F_{hitung} > F_{tabel}$ dengan signifikansi di bawah 0,05 (5%), maka secara bersama-sama (simultan) variabel bebas berpengaruh signifikan terhadap variabel terikat, begitu juga sebaliknya. Untuk mengetahui pengaruh secara simultan variabel independen terhadap variabel dependen, dengan rumus sebagai berikut :

Apabila pengujian telah dilakukan, maka hasil pengujian tersebut F_{hitung} dibanding dengan F_{tabel} dan kriteria uji untuk F_{hitung} sebagai berikut :

- a. Jika $F_{hitung} \leq F_{tabel}$, Maka H_0 diterima dan H_a ditolak
- b. Jika $F_{hitung} \geq F_{tabel}$, maka H_0 diterima dan H_a ditolak

H_0 diterima artinya tidak terdapat pengaruh signifikansi antara variabel independen terhadap variabel dependen secara simultan atau bersama-sama, sedangkan jika H_0 ditolak artinya terdapat pengaruh antara variabel independen terhadap variabel dependen secara simultan atau bersama-sama. Dengan tingkat signifikansi menggunakan $\alpha = 5\%$, (signifikansi 5% atau 0,05) ukuran standar yang sering digunakan penelitian.