BAB III

METODE PENELITIAN

A. Pendekatan Penelitian dan Jenis Penelitian

1. Pendekatan Penelitian

Pendekatan penelitian yang digunakan oleh penulis dalam penelitian ini adalah pendekatan kuantitatif. Pendekatan kuantitatif merupakan metode penelitian yang berlandaskan pada filsafat positivisme, digunakan untuk meneliti populasi atau sampel tertentu, pengumpulan data menggunkanan intrumen penelitian, analisis data bersifat kuantitatif atau statistik, dengan tujuan menguji hipotesis yang telah ditetapkan.[1]

Dalam penelitian ini mengarahkan kepada realita yang berkaitan dengan kepuasan pelanggan yang mungkin dipengaruhi oleh faktor strategi harga, kualitas produk dan kualitas pelayanan yang dikhususkan pada pelanggan yang berbelanja di Anugrah Mart Kediri.

2. Jenis Penelitian

Jenis penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah penelitian asosiatif. Penelitian asosiatif merupakan penelitian yang bersifat menanyakan hubungan antara dua variabel atau lebih, dimana dalam penelitian asosiatif terdapat tiga bentuk hubungan yaitu hubungan simetris, hubungan kausal dan interaktif atau timbal balik.[2] Bentuk hubungan dalam penelitian ini adalah

---

[1] Sugiyono, *Metode Penelitian Kombinasi (Mixed Methods)*, (Bandung: Alfabeta, 2015), hlm. 11

[2] Ibid., hlm. 61

kausal (sebab akibat), yaitu hubungan yang bersifat mempengaruhi dua variabel atau lebih. Dalam penelitian ini terdapat tiga variabel bebas yaitu, strategi harga, kualitas produk, kualitas pelayanan dan satu variabel terikat yaitu kepuasan pelanggan.

B. Populasi, Sampling dan Sampel Penelitian

1. Populasi

Populasi adalah wilayah generaliasasi yang terdiri atas obyek atau subyek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya.[3] Pada penelitian ini yang dijadikan populasi adalah seluruh pelanggan yang berbelanja di Anugrah Mart Kediri yang jumlahnya tidak diketahui secara pasti.

2. Sampling

Teknik sampling merupakan teknik pengambilan sampel. Dalam teknik sampling ada dua macam yaitu *probability sampling* dan *non probability sampling. Probability sampling* adalah teknik pengambilan sampel yang memberikan peluang yang sama bagi setiap unsur (anggota) populasi untuk dipilih menjadi anggota sampel. Sedangkan *non probability sampling* adalah teknik pengambilan sampel yang tidak memberi peluang yang sama bagi setiap unsur atau anggota populasi untuk dipilih menjadi sampel.[4]

---

[3] *Ibid.*, hlm. 119
[4] *Ibid*., hlm.21

Didalam penelitian ini peneliti menggunakan *non probability sampling* dengan teknik *purposive sampling. Purposive sampling* adalah teknik penentuan sampel dengan pertimbangan tertentu.[5] Pertimbangan untuk sampel dalam penelitian ini adalah responden dengan kriteria sebagai berikut:

1. Responden yang berumur 17 tahun ke atas
2. Responden yang telah berbelanja ke Anugrah Mart minimal 3 kali dalam waktu 1 bulan.

Kriteria ini dipilih karena responden yang telah melakukan pembelian minimal sebanyak 3 kali dalam waktu 1 bulan dianggap sebagai pelanggan yang puas karena telah sering melakukan pembelian di Anugrah Mart Kediri.

3. Sampel penelitian

Sampel merupakan bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi tersebut.[6] Roscoe dalam buku Research Method Business memberikan saran-saran tentang ukuran sampel untuk penelitian seperti berikut ini:[7]

1. Ukuran sampel yang layak dalam penelitian adalah antara 30 sampai dengan 500.
2. Bila sampel dibagi dalam kategori (misalnya: pria-wanita, pegawai negeri-swasta dan lain-lain) maka jumlah anggota sampel setiap kategori minimal 30.
3. Bila dalam penelitian akan melakukan analisis dengan multivariate (korelasi atau regresi ganda misalnya), maka jumlah anggota sampel

[5] *Ibid.* ,hlm. 126.
[6] *Ibid*., hlm. 120.
[7] Sugiyono, *Metode Penelitian*,....,hlm. 90

minimal 10 kali dari jumlah variabel yang teliti. Misalnya variabel penelitiannya ada 5 (independen + dependen), maka jumlah anggota sampel = 10 × 5 = 50.

4. Untuk penelitian eksperimen yang sederhana, yang menggunakan kelompok eksperimen dan kelompok control, maka jumlah anggota sampel masing-masing antara 10/20.

Sampel dalam penelitian ini adalah sebagian pelanggan Anugrah Mart Kediri. Dan dalam menentukan ukuran sampel yang populasinya tidak diketahui secara pasti, maka peneliti menggunakan analisis dengan multivariate yaitu jumlah anggota sampel minimal 10 kali dari jumlah variabel yang diteliti. Berdasarkan perhitungan dari Roscoe, maka sampel dalam penelitian ini yaitu:

Sampel = 10 × variabel (independen + dependen)

= 10 × 4

= 40

Jadi, jumlah sampel yang digunakan dalam penelitian ini adalah 40 responden. Namun atas dasar pertimbangan peneliti dan agar sampel yang digunakan lebih representatif maka peneliti menetapkan sampel yang digunakan dalam penelitian ini sebanyak 70 responden.

C. Definisi Konsep dan Operasional

Peneliti menetapkan secara teoritis dan operasional mengenai variabel dan indikator yang akan diteliti yaitu definisi konsep dan operasional variabel adalah sebagai berikut:

1. **Variabel Strategi Harga (X_1)**, secara konseptual adalah (a) tingkat kewajaran (b) keterjangkauan harga (c) kesesuaian harga dengan kualitas produk (d) daya saing harga. Dan operasionalnya sebagai berikut:

   $X_{1.1}$ Harga yang ditetapkan Anugrah Mart dapat diterima dengan wajar dan sesuai harga pasar

   $X_{1.2}$ Harga yang ditetapkan Anugrah Mart tidak melebihi harga produk di minimarket atau tempat belanja lainnya

   $X_{1.3}$ Harga yang ditetapkan Anugrah Mart sesuai dengan target pasarnya

   $X_{1.4}$ Harga produk di Anugrah Mart terjangkau

   $X_{1.5}$ Harga produk di Anugrah Mart relatif murah dan mampu bersaing dengan produk sejenis di tempat lain.

   $X_{1.6}$ Harga produk di Anugrah Mart sesuai dengan kualitas yang ditawarkan

   $X_{1.7}$ Harga produk bervariasi sesuai dengan kualitasnya

   $X_{1.8}$ Harga produk tertentu di Anugrah Mart lebih murah dibandingkan minimarket lainnya.

   $X_{1.9}$ Harga produk tertentu lebih murah dibanding minimarket atau tempat belanja lainnya

   $X_{1.10}$ Potongan harga pada produk tertentu menarik bagi pelanggan

2. **Variabel Kualitas Produk (X_2),** secara konseptual adalah (a)variasi (b)keleluasaan (c)kedalaman (d)konsistensi (e)fleksibilitas. Dan operasionalnya sebagai berikut:

   $X_{2.1}$ Anugrah Mart selalu berusaha melengkapi stocknya dengan produk – produk yang berkualitas

$X_{2.2}$ Anugrah Mart menyediakan barang kebutuhan yang berkualitas

$X_{2.3}$ Produk berkualitas yang dijual di Anugrah Mart beragam jenis

$X_{2.4}$ Menyediakan produk dengan mutu kemasan yang tetap bagus (tidak rusak)

$X_{2.5}$ Menyediakan produk berkualitas dengan beragam bentuk dan ukuran

$X_{2.6}$ Menyediakan berbagai macam merk yang berkualitas

$X_{2.7}$ Kualitas produk yang dijual selalu yang terbaik

$X_{2.8}$ Kualitas produk sesuai dengan harga yang ditawarkan

$X_{2.9}$ Selalu menyediakan produk – produk halal

$X_{2.10}$ Produk – produk yang dijual di Anugrah Mart merupakan barang baru dan selalu memperhatikan masa produksinya.

3. **Variabel Kualitas Pelayanan (X_3),** secara konseptual adalah (a)berwujud (b)kehandalan (c)ketanggapan (d)jaminan (e)empati. Dan operasionalnya sebagai berikut:

$X_{3.1}$ Keadaan lingkungan Anugrah Mart selalu bersih

$X_{3.2}$ Adanya fasilitas kartu kredit yang memudahkan transaksi dan fasilitas penunjang seperti wifi, tempat tunggu, yang membuat pelanggan nyaman berbelanja dan menunggu

$X_{3.3}$ Pelayanan pada kasir relatif cepat dan tepat

$X_{3.4}$ Profesionalisme karyawan dalam memberikan pelayanan

$X_{3.5}$ Karyawan Anugrah Mart selalu memberikan pelayanan yang sigap terhadap pelanggan

$X_{3.6}$ Karyawan tanggap saat merespon pelanggan yang tidak mengetahui keberadaan barang yang akan dibeli

$X_{3.7}$ Pelanggan merasa percaya dan nyaman bila berbelanja di Anugrah Mart karena karyawan selalu bersedia membantu saat dibutuhkan

$X_{3.8}$ Pelanggan merasa puas dengan pelayanan yang diberikan oleh karyawan Anugrah Mart

$X_{3.9}$ Karyawan Anugrah Mart ramah dan sopan terhadap pelanggan

$X_{3.10}$ Karyawan selalu menghargai keluhan pelanggan

4. **Variabel Kepuasan Pelanggan (Y),** secara konseptual adalah (a) kepuasan pelanggan keseluruhan (b) konfirmasi harapan (c) minat pembelian ulang (d) kesediaan untuk merekomendasi. Dan operasionalnya sebagai berikut:

   $Y_{.1}$ Secara keseluruhan, saya puas berbelanja di Anugrah Mart

   $Y_{.2}$ Saya lebih puas berbelanja di Anugrah Mart dibandingkan tempat belanja lainnya

   $Y_{.3}$ Saya puas dengan harga yang ditetapkan Anugrah Mart karena sesuai dengan harapan saya

   $Y_{.4}$ Saya puas dengan kualitas produk di Anugrah Mart karena sesuai dengan harapan saya.

   $Y_{.5}$ Saya puas dengan kualitas pelayanan yang diberikan para karyawan Anugrah Mart karena sesuai dengan harapan saya.

   $Y_{.6}$ Saya akan berbelanja kembali di Anugrah Mart karena harga yang pasti dan tergolong murah

   $Y_{.7}$ Saya akan berbelanja kembali di Anugrah Mart karena produk yang dijual berkualitas baik

   $Y_{.8}$ Saya akan berbelanja kembali di Anugrah Mart karena pelayanan yang diberikan memuaskan

$Y_{.9}$ Saya bersedia merekomendasikan kepada teman atau kerabat untuk berbelanja di Anugrah Mart.

$Y_{.10}$ Saya puas terhadap usaha Anugrah Mart dalam mengetahui dan menindaklanjuti ketidakpuasan yang saya alami.

D. Sumber Data, Variabel dan Skala Pengukurannya

1. Sumber Data

Sumber data adalah subjek dari mana data dapat diperoleh. Sumber data yang digunakan dalam penelitian ini adalah sumber data primer dan sekunder. Data primer adalah sumber data yang langsung memberikan data kepada pengumpul data atau peneliti.[8] Data primer dalam penelitian ini berupa kuesioner yang dibagikan kepada sebagian pelanggan Anugrah Mart Kediri.

Sedangkan data Sekunder adalah sumber data yang tidak langsung memberikan data kepada pengumpul data, misalnya lewat orang lain atau dokumen.[9] Data sekunder yang diperoleh oleh penliti yaitu bersumber dari buku – buku yang diperlukan dan data – data yang berkaitan dengan permasalahan penelitian.

2. Variabel penelitian

Variabel penelitian adalah suatu atribut atau sifat atau nilai dari orang, obyek, atau kegiatan yang mempunyai variasi tertentu yang ditetapkan

[8] Sugiyono,Metode Penelitian Kombinasi, (Bandung: ALFABETA: 2015), hlm. 187.
[9] *Ibid*., hlm. 187

oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya. Penelitian ini diidentifikasi menjadi dua variabel antara lain: [10]

a. Variabel independen atau bebas

Variabel bebas adalah variabel yang mempengaruhi atau yang menjadi sebab perubahannya atau timbunya variabel terikat. Dalam penelitian ini terdapat tiga variabel bebas yaitu tingkat harga, kualitas produk dan kualitas pelayanan yang diberi simbol X. Dimana dalam variabel bebas ini tingkat harga diberi simbol X_1, kualitas produk X_2 dan kualitas pelayanan diberi simbol X_3.

b. Variabel dependen atau terikat

Variabel terikat merupakan variabel yang dipengaruhi atau yang menjadi akibat karena adanya variabel bebas. Dalam penelitian ini hanya ada satu variabel terikat yaitu kepuasan konsumen pada Anugrah Mart yang diberi simbol Y.

3. Skala pengukuran[11]

Skala pengukuran merupakan kesepakatan yang digunakan sebagai acuan untuk menentukan panjang pendeknya interval yang ada dalam alat ukur, sehingga alat ukur tersebut apabila digunakan dalam pengukuran akan menghasilkan data kuantitatif. Dalam penelitian ini, peneliti menggunakan skala likert yang digunakan untuk mengukur sikap, pendapat dan persepsi seseorang atau sekelompok orang tentang fenomena sosial. Jawaban dari setiap instrumen yang menggunakan skala likert mempunyai gradiasi dari

[10] *Ibid*., hlm. 64.
[11] Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif*,....,hlm. 93.

sangat positif sampai sangat negatif. Berikut ini adalah contoh pengukuran indikator yang diberi skor:

Tabel 3.1

Skala *Likert*

No.	Jenis Jawaban		Bobot
1	Sangat Sejutu	= SS	5
2	Setuju	= S	4
3	Ragu – Ragu	= RG	3
4	Kurang Setuju	= KS	2
5	Sangat Tidak Setuju	= STS	1

E. Teknik Pengumpulan Data dan Instrumen Penelitian

1. Teknik Pengumpulan Data

a. Kuesioner

Kuesioner adalah teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan cara memberi seperangkat pertanyaan atau pernyataan tertulis kepada responden untuk dijawabnya. Kuesioner merupakan teknik pengumpulan data yang efisien bila peneliti tahu dengan pasti variabel yang akan diukur dan tahu apa yang bisa diharapkan dari responden. Kuesioner dapat berupa pertanyaan atau pernyataan terbuka atau tertutup, dapat diberikan kepada responden secara langsung atau dikirim melalui pos atau internet.[12] Jenis kuesioner yang digunakan adalah kuesioner terstruktur yaitu kuesioner yang berisi pernyataan yang disertai sejumlah jawaban yang disediakan.

[12] Sugiyono, *Metode Penelitian Kombinasi*,.... ,hlm. 193.

b. Wawancara

Wawancara merupakan teknik pengumpulan data dimana pewawancara dalam mengumpulkan data mengajukan pertanyaan kepada yang diwawancara. Wawancara dapat dilakukan secara terstruktur maupun tidak terstruktur.[13] Wawancara akan dilakukan dengan cara mengajukan pertanyaan secara langsung terhadap pemilik ritel dan konsumen Anugrah Mart.

c. Observasi

Observasi merupakan proses untuk memperoleh data dari tangan pertama dengan mengamati orang dan tempat pada saat dilakukan penelitian. Observasi dapat dibedakan menjadi observasi terstruktur dan tidak terstruktur.[14] Observasi yang dilakukan peneliti ialah observasi terstruktur.

2. Instrumen Penelitian

Instrumen penelitian adalah suatu alat yang digunakan mengukur fenomena alam maupun sosial yang diamati. Secara spesifik fenomena ini disebut variabel penelitian. Jumlah instrumen penelitian tergantung pada jumlah penelitian yang telah ditetapkan untuk diteliti.[15] Dalam penelitian ini instrumen yang digunakan adalah angket atau kuesioner.

---

[13] *Ibid*., hlm. 188.
[14] *Ibid.*, hlm. 196.
[15] *Ibid.*, hlm. 148.

F. Teknik Analisis Data

Analisis data merupakan kegiatan setelah data dari seluruh responden atau sumber data lain terkumpul. Dalam penelitian ini, teknik analisis data yang digunakan adalah sebagai berikut:

1. Uji Keabsahan Data

a. Uji Validitas[16]

Validitas merupakan ketepatan suatu alat tes melakukan fungsi ukurannya atau suatu alat ukur yang dapat mengukur apa yang ingin diukur. Uji validitas bertujuan untuk menguji apakah setiap instrumen benar – benar mampu mengungkap faktor yang akan diukur atau konsistensi internal tiap item alat ukur dalam mengukur suatu faktor. Suatu kuesioner dikatakan valid apabila pertanyaan dalam kuesioner mampu mengungkapkan sesuatu yang akan diukur oleh kuesioner tersebut. Nilai validitas masing-masing butir pernyataan/pertanyaan dapat dilihat pada nilai corrected item-total correlation masing-masing butir pernyataan atau pertanyaan. Suatu item pernyataan dinyatakan valid jika mempunyai nilai r hitung lebih besar dari r standar yaitu 0,3.

b. Uji Reliabilitas

Reliabilitas adalah kemampuan kuesioner memberikan hasil pengukuran yang konsisten. Hasil pengukuran dapat dipercaya bila dalam beberapa kali pelaksanaan pengukuran terhadap kelompok subyek yang sama diperoleh hasil yang relatif sama, selama aspek yang diukur tidak

---

[16] Agus Eko Sujianto, *Aplikasi Statistik Dengan SPSS 16.0,* (Jakarta: Prestasi Pustaka, 2009), hlm. 96

berubah. Reliabilitas instrumen diperlukan untuk mendapatkan data sesuai dengan tujuan pengukuran. Uji reliabilitas dilakukan dengan menggunakan metode Alpha Cronbach's (diukur berdasar skala Alpha Cronbach's 0 sampai 1) dan dikatakan baik jika memiliki niali Alpha Cronbach's > 0.60. Dengan ketentuan sebagai berikut:[17]

a. Nilai Alpha Cronbach's 0,00 s.d . 0,20 berarti kurang reliabell
b. Nilai Alpha Cronbach's 0,21 s.d. 0,40 berarti sedikit reliabel
c. Nilai Alpha Cronbach's 0,41 s.d. 0,60 berarti cukup reliabel
d. Nilai Alpha Cronbach's 0,61 s.d. 0,80 berarti reliabel
e. Nilai Alpha Cronbach's 0,81 s.d. 1,00 berarti sangat reliabel

2. Uji normalitas

Uji normalitas adalah uji yang bertujuan untuk menguji apakah data yang digunakan dalam model regresi berdistribusi normal atau tidak. Uji ini diperlukan karena semua perhitungan statistik parametrik memiliki asumsi sebaran normal. Dalam penelitian ini untuk mendeteksi normalitas data digunakan dengan pendekatan kolmogrov-smirnov yang dipadukan dengan kurva normal Q-Q Plots. Data dikatakan berdistribusi normal jika probabilitas atau Asym. Sig (2-*tailed)* lebih besar dari taraf signifikansi (α).[18]

3. Uji Asumsi Klasik

a. Uji mulltikolinieritas

Mulltikolinieritas timbul sebagai akibat adanya hubungan kausal antara dua variabel bebas atau lebih atau adanya kenyataan bahwa dua

[17] *Ibid*.., hlm. 97
[18] *Ibid.*, hlm. 78.

variabel penjelas atau lebih bersama-sama dipengaruhi oleh variabel ketiga yang berada diluar model. Untuk mendeteksi adanya multikolinieritas menyatakan jika nilai VIF tidak lebih dari 10 maka model terbebas dari multikolinieritas.[19]

b. Uji heteroskedastisitas

Dalam persamaan regresi berganda perlu diuji mengenai sama atau tidak varian dari residual (nilai error) dari nilai observasi yang satu dengan observasi yang lain. Jika residualnya (nilai errornya) mempunyai varians yang sama disebut terjadi homoskedastisitas dan jika variabel tidak sama atau berbeda disebut tidak terjadi heteroskedastisitas.[20] Untuk mendeteksi ada atau tidaknya heteroskedastisitas pada suatu model dapat dilihat dari pola gambar Scatterplot model tersebut. Tidak ada heteroskedastisitas jika:[21]

1. Penyebaran titik – titik data sebaiknya tidak berpola.
2. Titik – titik data menyebar diatas dan dibawah atau sekitar angka 0.
3. Titik – titik data tidak mengumpul hanya di atas atau dibawah saja.

c. Uji autokorelasi

Autokorelasi berarti terdapatnya korelasi antara anggota sampel atau data pengamatan yang diurutkan berdasarkan waktu, sehingga munculnya suatu datum dipengaruhi oleh datum sebelumnya. Autokorelasi muncul pada regresi yang menggunakan data berkala (time

[19] *Ibid*., hlm.79.
[20] *Ibid*., hlm. 212.
[21] *Ibid*., hlm. 79-80

series).[22] Model regresi yang baik seharusnya tidak terjadi autokorelasi. Menurut Makridakis, dkk dalam Sulaiman untuk mendeteksi autokorealsi dapat dilakukan dengan uji Durbin-Watson (DW) dengan ketentuan sebagai berikut:[23]

1. 1,65 < Durbin-Watson < 2,35 maka tidak ada autokorelasi
2. 1,21 < Durbin-Watson < 1,65 atau 2,35 < Durbin-Watson < 2,79 maka tidak dapat disimpulkan
3. Durbin-Watson < 1,21 atau Durbin-Watson > 2,79 maka terjadi autokorelasi

4. Uji Regresi Linier Berganda

Analisis regresi linier berganda adalah regresi dimana variabel terikatnya (y) dihubungkan atau dijelaskan lebih dari satu variabel bebas x (x_1,x_2,x_3,...,x_n) dan tetap masih menunjukkan diagram hubungan lurus atau linear.[24]

Dalam penelitian ini, variabel independennya adalah tingkat harga (X_1), kualitas produk (X_2), Kualitas Pelayanan (X_3), sedangkan variabel dependennya adalah kepuasan pelanggan (Y), sehingga persamaan regresi bergandanya adalah:

$$Y = a + b_1X_1 + {}_{b2}X_2 + b_3X_3 + e$$

Keterangan:

Y = Kepuasan pelanggan

a = Konstanta

[22] Ali Mauludi, Teknik Belajar Statistika 2, (Jakarta: Alim's Publishing, 2016),hlm. 211.
[23] Agus Eko Sujianto, Aplikasi Statistik,....,hlm. 25
[24] Ali Mauludi, *Teknik Belajar Statistika 2*,....,hlm.134.

b1 = Koefisien regresi variabel X1

b2 = Koefisien regresi variabel X2

b3 = Koefisien regresi variabel X3

X_1 = Strategi harga

X_2 = Kualitas produk

X_3 = Kualitas Pelayanan

e = Standar error

5. Uji Koefisien Determinasi

Uji koefisien deteminasi (R_2) digunakan untuk mengukur besarnya pengaruh atau kontribusi variabel-variabel bebas terhadap variabel terikat. Nilai koefisien determinasi adalah 0 sampai 1. Bila nilai (R_2) mendekati 1, berarti variabel independen mampu memberikan hampir semua informasi yang dibutuhkan untuk memprediksi variasi variabel dependen. Pengujian koefisien determinasi dilakukan dengan melihat nilai R Square dan Adjusted R Square. "Untuk regresi linier berganda, lebih baik menggunakan R Square yang telah disesuaikan (Adjusted R Square), karena disesuaikan dengan jumlah variabel independen yang digunakan.[25]

6. Uji Hipotesis

Uji hipotesis dilakukan untuk mengetahui dengan sementara apakah terdapat pengaruh antara varabel X terhadap variabel Y. Pengujian ini menggunakan uji signifikasi variabel independen (X) terhadap variabel

[25] Agus Eko Sujianto, *Aplikasi Statistik,*....,hlm. 71.

dependen (Y), baik secara parsial dengan menggunakan uji t maupun simultan dengan uji F.

a. Uji T

Uji T digunakan untuk menunjukkan apakah suatu variabel independen secara parsial (terpisah) mempengaruhi variabel dependen. Kriteria pengujian ditentukan sebagai berikut:

1. Apabila t hitung > t tabel maka H_0 ditolak dan H_a diterima, artinya masing – masing variabel X_1, X_2, X_3 berpengaruh signifikan terhadap Y.
2. Apabila t hitung < t tabel maka H_0 diterima, artinya masing – masing variabel X_1, X_2, X_3 tidak berpengaruh signifikan terhadap Y.

b. Uji F

Untuk mengetahui apakah X_1, X_2 dan X_3 berpengaruh secara simultan terhadap Y. Kriteria pengujian adalah:

1. Jika F hitung > F tabel maka keputusannya menolak hipotesis nol (H_0) dan menerima hipotesis alternatif (H_a), artinya variabel X_1, X_2 dan X_3 berpengaruh signifikan terhadap Y.
2. Jika F hitung < F tabel maka keputusannya menerima hipotesis nol (H_0), artinya variabel X_1, X_2 dan X_3 berpengaruh signifikan terhadap Y.