

## **BAB III**

### **METODE PENELITIAN**

#### **A. Pendekatan dan Jenis Penelitian**

##### **1. Pendekatan Penelitian**

Pendekatan pada riset ini menggunakan metode kuantitatif. Disebut dengan kuantitatif karena pada penelitian ini menggunakan objek penelitian berupa angka serta menganalisa menggunakan statistik.<sup>67</sup> Metode kuantitatif bisa diartikan sebagai metode penelitian yang didasarkan pada filsafat protivisme, digunakan untuk meneliti pada populasi atau sampel tertentu, teknik pengambilan sampel secara random, analisis data bersifat kuantitatif atau statistik yang bertujuan untuk menguji hipotesis yang telah ditetapkan. Metode penelitian kuantitatif dapat dikatakan sebagai metode yang lebih menekankan pada aspek pengukuran obyektif terhadap suatu permasalahan yang bertujuan untuk mengembangkan dan menggunakan model-model matematis, teori-teori dan hipotesa yang berkaitan dengan fenomena alam.<sup>68</sup>

##### **2. Jenis Penelitian**

Jenis penelitian ini menggunakan penelitian kuantitatif asosiatif. Penelitian asosiatif adalah penelitian yang dilakukan untuk mengetahui dua hubungan dua variabel atau lebih. Dari hasil penelitian ini dapat digunakan untuk membangun suatu teori yang berfungsi untuk mendeskripsikan,

---

<sup>67</sup> Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R & D*, (Bandung: Alfabeta, 2016), hal. 7

<sup>68</sup> Sandu Siyoto dan M. Ali Sodik, *Dasar Metodologi...*, hal. 19

memperkirakan dan mengontrol suatu gejala.<sup>69</sup> Penelitian asosiatif hubungannya dapat berupa simetris, kausal ataupun interaktif. Hubungan simetris yaitu hubungan antar dua variabel yang memiliki sifat sama atau sejajar. Hubungan kausal merupakan hubungan yang bersifat sebab akibat atau variabel independen mempengaruhi variabel dependen dan hubungan interaktif adalah hubungan antar variabel yang saling mempengaruhi.<sup>70</sup> Bentuk hubungan pada penelitian adalah hubungan kausal, dimana hubungan sebab akibat yang ditimbulkan dari variabel cita rasa ( $X_1$ ), kemasan ( $X_2$ ), harga ( $X_3$ ) dan inovasi produk ( $X_4$ ) terhadap kepuasan konsumen ( $Y$ ).

## **B. Populasi, Sampling dan Sampel Penelitian**

### **1. Populasi**

Populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri atas obyek atau subyek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulan.<sup>71</sup> Populasi merupakan keseluruhan objek penelitian yang terdiri dari manusia, benda, hewan, tumbuhan, gejala, nilai tes atau peristiwa sebagai sumber data yang memiliki karekteristik tertentu didalam suatu penelitian.<sup>72</sup> Populasi pada penelitian ini berjumlah 100 Responden konsumen Kusuma Cookies Beji, Boyolangu, Tulungagung.

---

<sup>69</sup> Mushlich Anshori dan Sri Iswati, *Metode Penelitian Kuantitatif*, (Surabaya: Airlangga University Press, 2009), hal. 65

<sup>70</sup> Febri Endra, *Pengantar Metodologi Penelitian Statistik Praktis*, (Sidoarjo: Zifatwa Jawara, 2017), hal. 65

<sup>71</sup> Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif....*, hal. 80

<sup>72</sup> Hadawari Nawawi, *Metodologi Penelitian Sosial dan Pendidikan Teori Aplikasi*, (Jakarta: Bumi Aksara, 2009), hal. 116

## 2. Sampling Penelitian

Sampling adalah cara yang digunakan untuk menentukan sampel yang nantinya akan diperoleh informasi. Sampling pada penelitian ini menggunakan teknik sampling jenuh. Sampling jenuh adalah teknik penentuan sampel apabila seluruh dari populasi dijadikan sebagai sampel.<sup>73</sup> Istilah lain sampel jenuh ialah sensus, dimana semua anggota populasi dijadikan sampel. Sampel jenuh dikenal dengan total sampel.

Dalam penelitian ini, jumlah konsumen Kusuma Cookies Beji, Boyolangu, Tulungagung pada periode bulan Juli – Desember 2020 sebanyak 100 konsumen. Populasi penelitian ini adalah konsumen Kusuma Cookies yang berjumlah 100 Responden.

## 3. Sampel Penelitian

Sampel adalah unit populasi yang telah ditentukan dahulu. Pemilihan unit ini berdasarkan populasi sebelumnya sehingga bisa digunakan menjadi sampel. Sampel merupakan bagian dari suatu objek atau subjek yang mewakili populasi.<sup>74</sup> Sampel yaitu sebagian dari jumlah karakteristik yang dimiliki oleh populasi tertentu. Bila populasi besar dan peneliti tidak mungkin mempelajari semua yang ada pada populasi, misalnya karena keterbatasan waktu dan tenaga, maka peneliti dapat menggunakan sampel yang diambil dari populasi dan dipelajari dari sampel tersebut. Jadi kesimpulannya akan dapat diberlakukan untuk populasi.

---

<sup>73</sup> Dr. Febri Endra B.S, M.Kes, Pengantar Metodologi Penelitian, (Sidoarjo: Zifatama Jawara, 2017), hal. 117

<sup>74</sup> Mohammad Pobundu Tika, *Metodologi Riset Bisnis*, (Jakarta: Bumi Aksara, 2006), hal.

Untuk itu, sampel yang diambil dari populasi benar-benar representatif (mewakili). Sampel juga sering disebut contoh, yaitu himpunan bagian dari suatu populasi. Sebagian dari populasi, sampel memberikan gambaran yang benar tentang populasi.<sup>75</sup> Sampel dalam penelitian ini adalah konsumen dari Kusuma Cookies yang berjumlah sebanyak 100 Responden.

### C. Sumber data, Variabel dan Skala Pengukuran

#### 1. Sumber data

Data adalah fakta mentah yang merupakan hasil pengamatan yang diperoleh dari lapangan dalam bentuk angka, huruf, grafik, gambar dan lainnya yang dapat diolah kembali agar diperoleh hasil tertentu. Fakta empiric yang dikumpulkan oleh peneliti untuk kepentingan penelitian. Data dapat berupa suatu keadaan, angka ataupun simbol-simbol lain yang dapat digunakan untuk bahan penelitian.<sup>76</sup> Sedangkan yang dimaksud sumber data yaitu dari mana data tersebut dapat diperoleh.<sup>77</sup> Sumber data yang digunakan dalam penelitian ini antara lain:

##### a) Data Primer

Data primer merupakan data yang diperoleh dan dikumpulkan langsung di lapangan oleh seorang peneliti dari sumber datanya. Data primer adalah data asli atau data baru. Untuk memperoleh data primer, peneliti harus mengumpulkan secara langsung di lapangan.<sup>78</sup> Dalam

---

<sup>75</sup> Prof. Dr. H. M. Burhan Bungin, S.Sos., M.Si., *Metode Penelitian Kuantitatif*, (Jakarta: Kencana, 2005), hal. 125

<sup>76</sup> Sandu Siyoto dan M. Ali Sodiq, *Dasar Metodologi....*, hal. 67

<sup>77</sup> Johni Dimiyati, *Metodologi Penelitian Pendidikan dan Aplikasinya Pada Pendidikan Anak Usia Dini (PAUD)*, (Jakarta: Kencana, 2013), hal. 39

<sup>78</sup> Sandu Siyoto dan M. Ali Sodiq, *Dasar Metodologi....*, hal. 68

penelitian ini data primer diperoleh langsung dari para reponden dengan memberikan angket atau kuisisioner kepada konsumen dari Kusuma Cookies Beji, Boyolangu, Tulungagung yang berjumlah sebanyak 100 Responden.

b) Data Sekunder

Data sekunder merupakan bagian data historis tentang variabel-variabel yang telah dikumpulkan sebelumnya oleh pihak lain. Data sekunder dapat diperoleh dari internet, perpustakaan umum, majalah, arsip atau dokumen perusahaan dan pihak lain yang bersangkutan.<sup>79</sup>

Data sekunder adalah sumber data kedua setelah sumber data primer.

## 2. Variabel Penelitian

Variabel penelitian adalah suatu atribut yang digunakan untuk menilai orang, objek atau kegiatan yang mempunyai variasi tertentu, yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulan.<sup>80</sup>

Menurut hubungan antara satu variabel dengan variabel yang lain, maka macam-macam variabel dalam penelitian ini dibedakan menjadi:

a) Variabel Independen

Variabel ini sering disebut sebagai variabel stimulus, prediktor, antecedent. Dalam bahasa Indonesia sering disebut sebagai variabel bebas. Variabel bebas merupakan variabel yang mempengaruhi atau dapat menyebabkan perubahan terhadap variabel dependen (terikat).

---

<sup>79</sup> Asep Hermawan, *Penelitian Bisnis Paradigma Kuantitatif*, (Jakarta: PT Grasindo, 2005), hal. 168

<sup>80</sup> Sugiyono, *Metode Penelitian Kombinasi*, (Bandung: Alfabeta, 2005), hal. 64

Pada penelitian ini, objek yang diteliti terdiri dari 4 variabel independen. Yang dimana adalah ( $X_1$ ) cita rasa, ( $X_2$ ) kemasan, ( $X_3$ ) harga dan ( $X_4$ ) inovasi produk.

b) Variabel Dependen

Variabel dependen sering disebut variabel output, kriteria dan konsekuen. Dalam bahasa Indonesia sering disebut dengan variabel terikat. Variabel terikat merupakan variabel yang dipengaruhi atau yang menjadi akibat karena adanya variabel bebas. Pada penelitian ini yang dipengaruhi adalah “Kepuasan Konsumen” yang disebut dengan variabel Y.

### 3. Skala Pengukuran

Skala pengukuran dalam penelitian yang menggunakan Skala Likert yang digunakan untuk mengukur sikap, pendapat, persepsi seseorang atau sekelompok orang tentang fenomena sosial. Dengan skala likert, variabel yang akan diukur dijabarkan menjadi indikator variabel. Selanjutnya indikator tersebut dijadikan titik tolak untuk menyusun item-item instrumen yang dapat berupa pertanyaan atau pernyataan. Jawaban setiap item instrumen yang menggunakan skala likert mempunyai gradasi (tingkatan) dari “sangat positif” sampai “sangat negatif”. Untuk keperluan analisis kuantitatif, maka jawaban tersebut dapat diberikan skor.<sup>81</sup> Skor dapat diberikan untuk mengetahui tingkatan objek yang diberi nilai, misalnya:

---

<sup>81</sup> Mushlich Anshori dan Sri Iswati, *Metodelogi Penelitian...*, hal. 68

- a. Sangat Setuju (SS) = skor 5
- b. Setuju (S) = skor 4
- c. Netral (N) = skor 3
- d. Tidak Setuju (TS) = skor 2
- e. Sangat Tidak Setuju (STS) = skor 1

#### **D. Teknik Pengumpulan Data dan Instrumen Penelitian**

##### **1. Teknik Pengumpulan Data**

Teknik pengumpulan data adalah suatu cara khusus yang digunakan oleh peneliti untuk mencari data dan fakta yang diperlukan dalam sebuah penelitian. Adapun Teknik pengumpulan data dalam penelitian ini adalah:

##### **a. Angket atau kuisisioner**

Angket adalah serangkaian pertanyaan tertulis yang diberikan peneliti kepada responden untuk memperoleh jawaban secara tertulis. Angket atau kuisisioner merupakan teknik pengumpulan data dengan mengedarkan selebaran daftar pertanyaan dengan harapan mendapatkan jawaban atau tanggapan dari responden.<sup>82</sup> Kuisisioner bisa dibuat dalam bentuk online (*googleform*) atau bentuk offline (cetak langsung). Responden dari penelitian ini adalah konsumen dari Kusuma Cookies Beji, Boyolangu, Tulungagung.

---

<sup>82</sup> Asep Saepul Hamdi dan E. Baharuddin, *Metode Penelitian Kuantitatif Aplikasi dalam Pendidikan*, (Sleman: Deepublish, 2012), hal. 49

b. Dokumentasi

Dokumentasi adalah data yang terkumpul dari peristiwa masa lalu. Dokumentasi dapat berupa tulisan, gambar, karya, hasil observasi atau wawancara dan sebagainya. Data hasil dari dokumentasi kebanyakan berupa data sekunder dan data tersebut telah mempunyai arti yang siap dipresentasikan.<sup>83</sup>

## 2. Instrumen Penelitian

Instrumen penelitian adalah alat ukur yang digunakan oleh peneliti untuk mengumpulkan data, disini alat yang digunakan adalah angket atau kuisisioner. Agar instrumen penelitian ini dapat berfungsi dengan baik maka ralibilitas (uji kehandalan) dari alat tersebut dan validitas (keabsahan) data harus benar-benar diperhatikan. Jumlah instrumen yang digunakan untuk mengukur variabel dalam penelitian, tergantung pada berapa jumlah variabel penelitian yang akan diteliti.<sup>84</sup> Untuk mempermudah peneliti dalam proses pembentukan kuisisioner, di bawah ini adalah tabel instrumen penelitian:

**Tabel 3.1**  
**Instrumen Penelitian**

|                | Variabel  | Indikator                                | Definisi Operasional   | Referensi   |
|----------------|-----------|--|--|---|
| X <sub>1</sub> | Cita Rasa | 1. Bau<br>2. Rasa<br>3. Rangsangan Mulut | 1. Aroma pada produk yang dihasilkan sangat menggugah selera<br>2. Semua rasa pada produk yang | Wahida, Rasa dan Cita Rasa dalam Masakan, (Bandung: |

<sup>83</sup> Slamet Riyanto dan Aglis Andhita Hatmawan, *Metode Riset Penelitian Kuantitatif di Bidang Manajemen Teknik Pendidikan dan Eksperimen*, (Sleman: Deepublish, 2020), hal. 28

<sup>84</sup> Mushlich Anshori dan Sri Iswati, *Metodelogi Penelitian ....*, hal 82

|                |         |   |   |   |
|----------------|---------|---|---|---|
|                |         |   | <p>dihasilkan sangat nikmat untuk dirasakan</p> <p>3. Rasa pada produk yang dihasilkan memiliki ciri khas tersendiri sehingga dikenali oleh konsumen</p> <p>4. Rasa pada produk yang dihasilkan membuat ketagihan oleh konsumen</p>   | Angkasa Raya, (2010)  |
| X <sub>2</sub> | Kemasan | <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Bahan</li> <li>2. Logo</li> <li>3. Warna</li> </ol>   | <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Bentuk kemasan yang digunakan terlihat menarik</li> <li>2. Bahan kemasan dapat melindungi produk yang dihasilkan</li> <li>3. Bahan kemasan yang digunakan aman untuk dipegang</li> <li>4. Gambar atau logo pada kemasan terlihat menarik</li> <li>5. Warna pada kemasan yang digunakan selaras</li> </ol> | Ferdinand, Pengembangan Minat Beli Merek Ekstensi, (Semarang: Universitas Diponegoro, 2015) |
| X <sub>3</sub> | Harga   | <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Keterjangkauan Harga</li> <li>2. Daya Saing Harga</li> <li>3. Kesesuaian Harga dengan Kualitas Produk</li> <li>4. Kesesuaian Harga dengan Manfaat Produk</li> </ol> | <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Harga produk yang ditawarkan terjangkau bagi konsumen</li> <li>2. Harga yang ditawarkan sesuai dengan kualitas produk</li> <li>3. Harga yang ditawarkan sesuai dengan kualitas rasa</li> <li>4. Harga lebih ekonomis dibanding produk lain yang sejenis</li> </ol>  | William J. Stanton, Prinsip Pemasaran Jilid 1 Edisi 7, (Jakarta: Erlangga, 1998)            |

|                |                   |   |  |   |
|----------------|-------------------|---|--|---|
|                |                   |   | 5. Harga sesuai dengan hasil yang diinginkan   |   |
| X <sub>4</sub> | Inovasi Produk    | <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Kualitas Produk</li> <li>2. Varian Produk</li> <li>3. Gaya dan Desain Produk</li> </ol>                 | <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Kusuma Cookies selalu melakukan perbaikan guna untuk meningkatkan kualitas produk</li> <li>2. Kusuma Cookies mempunyai produk yang sangat bervariasi</li> <li>3. Variasi produk di Kusuma Cookies merupakan penemuan awal oleh Kusuma Cookies</li> <li>4. Produk yang dihasilkan dibuat dengan desain yang semenarik mungkin</li> </ol>                                  | Fandy Tjiptono, Strategi Pemasaran, (Yogyakarta: Andi Offset, 1997) |
| Y              | Kepuasan Konsumen | <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Kesesuaian Harapan</li> <li>2. Minat Berkunjung Kembali</li> <li>3. Kesiediaan Merekomendasi</li> </ol> | <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Produk yang dihasilkan sesuai dengan harapan konsumen</li> <li>2. Konsumen merasa puas akan terhadap produk yang dihasilkan</li> <li>3. Konsumen akan kembali lagi untuk berkunjung dan memilih produk tersebut</li> <li>4. Merekomendasikan hasil produk yang sesuai dengan harapan konsumen kepada saudara atau teman-teman dalam pemilihan produk tersebut</li> </ol> | Fandy Tjiptono, Strategi Pemasaran, (Jakarta: Indeks, 2001)         |

## **E. Analisis Data**

Dalam penelitian kuantitatif, analisis data merupakan kegiatan setelah data dari seluruh responden atau sumber data lain terkumpul. Kegiatan dalam analisis data adalah mengelompokkan data berdasarkan variabel dan jenis responden, menyajikan data tiap variabel yang diteliti, melakukan perhitungan untuk menjawab rumusan masalah dan melakukan perhitungan untuk menguji hipotesis yang telah diajukan. Teknik analisis data ini, penulis menggunakan statistik parametris. Statistik parametris digunakan untuk menguji parameter populasi melalui data sampel. Data yang digunakan biasanya berkala interval atau rasio. Teknik analisis data yang digunakan adalah sebagai berikut:

### **1. Uji Validitas dan Reliabilitas**

#### **a. Uji Validitas**

Uji validitas merupakan suatu ukuran yang menunjukkan kevalidan atau kesahihan suatu instrumen penelitian. Uji validitas mengacu pada sejauh mana suatu instrumen dalam menjalankan fungsi. Instrumen dapat dikatakan valid apabila instrumen tersebut dapat digunakan untuk mengukur apa yang akan diukur.<sup>85</sup> Uji validitas perlu dilakukan pada instrumen penelitian, khususnya untuk kuisioner.

#### **b. Uji Reliabilitas**

Uji reliabilitas adalah ketetapan atau keteraturan alat ukur tersebut dalam mengukur apa yang diukurnya. Maksudnya, kapan pun

---

<sup>85</sup> Slamet Riyanto dan Aglis Andhita Hatmawan, *Metode Riset Penelitian Kuantitatif Penelitian Di Bidang....*, hal 63

alat ukur itu digunakan akan memberikan hasil ukur yang sama. Uji reliabilitas dapat mengacu pada nilai Cronbach Alpha, dimana suatu variabel dinyatakan reliabel jika memiliki Cronbach Alpha  $> 0,60$ .<sup>86</sup>

## 2. Uji Asumsi Klasik

Uji asumsi klasik merupakan uji data yang digunakan untuk mengetahui apakah data penelitian memenuhi syarat untuk dianalisis lebih lanjut guna menjawab hipotesis penelitian.<sup>87</sup> Dalam penelitian ini, penulis menggunakan uji normalitas, uji multikolinearitas, uji heteroskedastisitas.

### a. Uji Normalitas

Uji normalitas merupakan uji yang digunakan untuk mengukur apakah data yang diperoleh memiliki distribusi yang normal atau tidak normal. Sehingga pemilihan statistik dilakukan dengan akurat. Syarat uji statistik parametrik yakni data harus terdistribusi secara normal. Uji Kolmogorov-smirnov merupakan uji yang digunakan untuk menguji normalitas data.<sup>88</sup>

### b. Uji Multikolinearitas

Uji multikolinearitas digunakan untuk mengetahui ada tidaknya korelasi antara variabel independen (variabel bebas), jika terjadi korelasi maka terdapat masalah multikolinearitas dalam penelitian tersebut. Sebuah model regresi yang baik seharusnya tidak terjadi

---

<sup>86</sup> *Ibid.*, hal 75

<sup>87</sup> Gunawan Adisaputro, *Manajemen Pemasaran: Analisis Untuk Perancangan Strategi...*, hal. 92

<sup>88</sup> Slamet Riyanto dan Aglis Andhita Hatmawan, *Metode Riset Penelitian Kuantitatif Penelitian Di Bidang...*, hal 82

korelasi antara variabel independen (variabel bebas). Untuk mengetahui ada tidaknya gejala multikolinearitas antar variabel, dapat dilihat dari *Tolerance* dan *Varians Inflation Factor* (VIF) atau variabel *Inflation* dari masing-masing variabel bebas terhadap variabel terikat. Jika VIF kurang dari sepuluh, maka dapat dinyatakan tidak terjadi multikolinearitas.<sup>89</sup>

c. Uji Heteroskedastisitas

Uji Heteroskedastisitas bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi terjadi ketidaksamaan variansi dari suatu pengamatan ke pengamatan lainnya. Model regresi yang baik yaitu homokedastisitas atau tidak terjadi heteroskedastisitas. Cara untuk memprediksi ada tidaknya heteroskedastisitas dapat diketahui dari pola gambar *scatter plot*.<sup>90</sup> Tidak heteroskedastisitas apabila:

- 1) Apabila tidak ada pola yang jelas dan teratur
- 2) Titik-titik menyebar di atas dan bawah angka 0 pada sumbu Y.

### 3. Uji Analisis Regresi Linier Berganda

Dalam penelitian ini menggunakan analisis regresi linier berganda. Karena fokus utama regresi linier berganda adalah untuk mengukur pengaruh antara dua atau lebih variabel independen (X) terhadap satu

---

<sup>89</sup> Mirna Musloman dkk, *Kualitas Pelayanan dan Servicescape Pengaruhnya terhadap Kepuasan Konsumen Pada Kentucky Fried Chicken Multimart Ranotana Manado*, Jurnal EMBA Vol. 4, Desember 2014, hal. 593

<sup>90</sup> Dito Aditia Darma Nasution dan Mika Debora, *MONOGRAF: Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Kualitas Laporan Keuangan Pada Pemerintah Kota Tanjung Balai Dengan Komitmen Organisasi Sebagai Variabel Moderating*, (Ponorogo: Uwais Inspirasi Indonesia, 2019), hal 57

variabel dependen (Y). Persamaan regresi linier berganda dapat ditulis sebagai berikut:

$$Y = a + b_1 X_1 + b_2 X_2 + b_3 X_3 + b_4 X_4$$

Keterangan :

Y = Kepuasan Konsumen

a = Konstanta

X<sub>1</sub> = Cita Rasa

X<sub>2</sub> = Kemasan

X<sub>3</sub> = Harga

X<sub>4</sub> = Inovasi Produk

b<sub>1</sub> = Koefisien Regresi variabel antara X<sub>1</sub> dan Y

b<sub>2</sub> = Koefisien Regresi variabel antara X<sub>2</sub> dan Y

b<sub>3</sub> = Koefisien Regresi variabel antara X<sub>3</sub> dan Y

b<sub>4</sub> = Koefisien Regresi variabel antara X<sub>4</sub> dan Y

#### 4. Uji Hipotesis

Uji hipotesis merupakan tahapan-tahapan yang harus dilakukan untuk mendapatkan kesimpulan pengujian dan menghasilkan suatu keputusan, keputusan untuk menerima atau menolak hipotesis. Untuk membuktikan hipotesis pada penelitian ini, sehingga digunakan pengujian sebagai berikut:

##### a. Uji-t (parsial)

Uji t-parsial digunakan untuk menguji apakah sebuah variabel bebas (independen) memberikan pengaruh secara parsial terhadap

variabel terikat (dependen). Pada pengujian ini ingin diketahui apakah masing-masing variabel X memiliki pengaruh signifikan atau tidak terhadap variabel Y.

Kriteria pengujian yang digunakan yaitu:

- 1) Jika  $t_{hitung} < t_{tabel}$ , maka  $H_0$  diterima yaitu variabel independen tidak berpengaruh signifikan terhadap variabel dependen.
- 2) Jika  $t_{hitung} > t_{tabel}$ , maka  $H_0$  ditolak yaitu variabel independen berpengaruh signifikan terhadap variabel dependen.

b. Uji-F (simultan)

Uji F-Simultan digunakan untuk menguji pengaruh secara bersamaan atau simultan antara variabel bebas (independen) terhadap variabel terikatnya (dependen).

Kriteria pengujian yang digunakan yaitu:

- 1) Jika  $F_{hitung} < F_{tabel}$ , atau probabilitasnya  $> 0,05$  maka  $H_0$  diterima.  
Artinya, tidak terdapat pengaruh yang positif dan signifikan secara simultan antara variabel bebas dengan variabel terikat.
- 2) Jika  $F_{hitung} > F_{tabel}$ , atau probabilitasnya  $< 0,05$  maka  $H_0$  ditolak.  
Artinya, terdapat pengaruh positif dan signifikan secara simultan antara variabel bebas dengan variabel terikat.<sup>91</sup>

---

<sup>91</sup> Arif Pratisto, *Cara Mudah Mengatasi Masalah Statistik dan Rancangan Percobaan dengan SPSS 12*, (Jakarta: PT. Elex Media Komputindo, 2004), hal 11

## 5. Uji Koefisien Determinasi ( $R^2$ )

Menurut Priyanto, Analisa  $R^2$  (R Square) atau koefisien determinasi digunakan untuk mengetahui seberapa besar presentase sumbangan pengaruh variabel independen secara bersama-sama terhadap variabel dependen. Sisanya dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak dimasukkan ke dalam model penelitian karena analisa yang digunakan adalah analisis linier berganda, maka yang digunakan adalah *Adjusted R Square*.<sup>92</sup>

---

<sup>92</sup> Duwi Priyanto, *Teknik Mudah dan Cepat Melakukan Analisis Data Penelitian dengan SPSS dan Tanya Jawab Ujian Pendadaran*, (Yogyakarta: Gava Media, 2010), hal. 83