

BAB III

METODE PENELITIAN

A. PENDEKATAN DAN JENIS PENELITIAN

1. Pendekatan Penelitian

Penelitian ini menggunakan pendekatan penelitian kuantitatif. Metode pendekatan penelitian kuantitatif merupakan salah satu jenis kegiatan penelitian yang spesifikasinya adalah sistematis, terencana dan terstruktur dengan jelas sejak awal hingga pembuatan desain penelitian, baik tentang tujuan penelitian, subjek penelitian, objek penelitian, sampel data, sumber data, maupun metodologinya (mulai pengumpulan data sampai analisis data).⁵⁴

Menurut Sukandarrumidi dalam bukunya, penelitian kuantitatif jika dilihat berdasarkan atas data yang dikumpulkan, data dalam penelitian ini dinyatakan dalam bentuk nilai absolute dan pada umumnya dilakukan pada penelitian rekayasa. Hasil dari penelitian kuantitatif bersifat lebih obyektif.⁵⁵

⁵⁴ Pugh Suharso, *Metode Penelitian Kuantitatif Untuk Bisnis: Pendekatan Filosofi dan Praktis*, (Jakarta: PT Indeks, 2009), Hal. 3.

⁵⁵ Sukandarrumidi, *Metodologi Penelitian: Petunjuk Praktis Untuk Peneliti Pemula*, (Yogyakarta: Gadjah Mada University Press, 2012), Hal. 112.

2. Jenis Penelitian

Jenis penelitian yang digunakan dalam penelitian ini, menggunakan tipe *asosiatif*/hubungan. Penelitian *asosiatif* merupakan penelitian yang bertujuan untuk mengetahui hubungan antara dua variabel atau lebih. Penelitian ini mempunyai tingkatan yang tertinggi bila dibandingkan dengan penelitian lainnya. Dengan penelitian ini maka akan dapat dibangun suatu teori yang dapat berfungsi untuk menjelaskan, meramalkan dan mengontrol suatu gejala.⁵⁶

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh kualitas produk, pelayanan dan kinerja karyawan terhadap loyalitas nasabah tabungan Baitul Maal Wat Tamwil Muamalah Tulungagung.

B. POPULASI, TEKNIK SAMPLING DAN SAMPEL PENELITIAN

1. Populasi Penelitian

Populasi adalah keseluruhan unit elementer yang parameternya akan diduga melalui stastika hasil analisis yang dilakukan terhadap sampel penelitian. Populasi dibedakan ke dalam dua macam, populasi sampling dan populasi sasaran. Populasi sampling adalah keseluruhan unit elementer yang terdapat didaerah lokasi penelitian, sedangkan

⁵⁶ Sugiyono, *Metode Penelitian Bisnis*, (Bandung: CV Alfabeta, 2007), Hal. 11.

populasi sasaran adalah sebagian dari populasi sampling yang parameternya akan diduga melalui penelitian terhadap sampel.⁵⁷

Menurut Sugiyono dalam bukunya, populasi adalah generalisasi yang terdiri atas: obyek/subyek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya.⁵⁸Populasi yang menjadi obyek penelitian ini adalah nasabah tabungan Baitul Maal Wat Tamwil Muamalah Tulungagung yaitu sebanyak 125 nasabah.Hal ini dimaksudkan agar sampel yang dijadikan responden lebih spesifik dan sesuai dengan tujuan dalam penelitian ini.

2. Teknik Sampling Penelitian

Teknik sampling adalah merupakan teknik pengambilan sampel. Untuk menentukan sampel yang akan digunakan dalam penelitian, terdapat berbagai teknik sampling yang digunakan yaitu *Probability* sampling dan *Nonprobability* sampling. *Probability* sampling (teknik pengambilan sampel) yang memberikan peluang yang sama bagi setiap unsur (anggota) populasi untuk dipilih menjadi anggota sampel. *Non-Probability sampling* adalah teknik pengambilan sampel yang tidak memberi peluang/kesempatan sama bagi setiap unsur atau anggota populasi untuk dipilih menjadi sampel.

⁵⁷ Abdurahmat Fathoni, *Metodologi Penelitian & Teknik Penyusunan Skripsi*, (Jakarta: Rineka Cipta, 2011), hal. 103.

⁵⁸ Sugiyono, *Metode Penelitian Bisnis*, (Bandung: CV Alfabeta, 2007), Hal. 72.

Di dalam penelitian ini, peneliti menggunakan *Non-Probability Sampling* dengan kategori *Purposive Sampling*. *Purposive Sampling* yaitu pengambilan sampel didasarkan pada subyektif peneliti, dimana persyaratan yang dibuat sebagai criteria harus dipenuhi sampel.

Penetapan jumlah sampel menggunakan rumus Slovin dengan batas toleransi kesalahan yang ditetapkan adalah 5%.⁵⁹

$$n = \frac{N}{1+ne^2}$$

Keterangan:

n = Jumlah sampel

N = Jumlah populasi

e = Batas toleransi kesalahan (*error tolerance*)

3. Sampel Penelitian

Sampel adalah bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi tersebut. Bila populasi besar, dan peneliti tidak mungkin mempelajari semua yang ada pada populasi, misalnya karena keterbatasan dana, tenaga dan waktu, maka peneliti dapat menggunakan sampel yang diambil dari populasi itu.⁶⁰

⁵⁹Sevilla, Consuelo G. et. al (2007). *Research Methods*. Rex Printing Company. Quezon City

⁶⁰ Sugiyono, *Metode Penelitian Bisnis*, (Bandung: Alfabet, CV, 2004), hal. 73.

Menurut Puguh Suharso, dalam bukunya sampel adalah suatu himpunan bagian dari populasi yang anggotanya disebut sebagai subjek, sedangkan anggota populasi adalah elemen.⁶¹

Sampel adalah bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi.⁶² Pendapat lain menjelaskan bahwa sampel adalah sebagian atau wakil dari populasi yang diteliti.⁶³ Dari pendapat tersebut dapat disimpulkan bahwa sampel adalah sebagian atau wakil dari keseluruhan subyek atau obyek penelitian yang mempunyai ciri-ciri atau keadaan tertentu yang akan diteliti. Pemilihan dan pengambilan sampel merupakan hal yang sangat penting dalam penelitian. Ketepatan jenis dan jumlah anggota sampel yang diambil akan sangat mempengaruhi keterwakilan sampel terhadap populasi. Keterwakilan populasi akan sangat menentukan kebenaran kesimpulan dari hasil penelitian.

Dalam penelitian ini populasi yang menjadi obyek penelitian adalah nasabah tabungan Baitul Maal Wat Tamwil Muamalah Tulungagung dengan jumlah responden 95 nasabah tabungan dengan pemilihan responden menggunakan rumus Slovin.

⁶¹ Puguh Suharso, *Metode Penelitian Kuantitatif Untuk Bisnis: Pendekatan Filosofi dan Praktis*, (Jakarta: PT Indeks, 2009), Hal 56.

⁶² Burhan Bungin, *Metodologi Penelitian Kuantitatif*, (Jakarta: Kencana, 2011), Hal. 81.

⁶³ Suharsimi Arikunto, *Prosedur Penelitian: Suatu Pendekatan Praktik*, (Jakarta: Rineka Cipta, 2006), Hal. 131.

C. SUMBER DATA, VARIABEL DAN SKALA PENGUKURAN

1. Sumber Data Penelitian

Sumber data adalah semua informasi baik yang merupakan benda nyata, sesuatu yang abstrak, peristiwa/gejala.⁶⁴ Dalam penelitian ini, peneliti menggunakan data primer. Data primer adalah data yang dikumpulkan sendiri secara langsung. Sumber data primer diperoleh langsung dengan cara penyebaran angket yang ditujukan kepada responden atau nasabah yang dilakukan di tempat penelitian yaitu Baitul Maal Wat Tamwil Muamalah Tulungagung.

2. Variabel Penelitian

Variabel penelitian adalah sesuatu hal yang berbentuk apa saja yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari sehingga diperoleh informasi tentang hal tersebut, kemudian ditarik kesimpulan. Secara teoritis variabel dapat didefinisikan sebagai atribut seseorang atau obyek yang mempunyai “variasi” antara satu orang dengan yang lain atau satu obyek yang lain. Variabel juga merupakan atribut dari bidang keilmuan atau kegiatan tertentu.⁶⁵

Variabel dalam penelitian ini dibedakan menjadi dua macam, yaitu:

a) Variabel terikat (*dependent variable*)

Variabel terikat (*dependent variable*) menjadi perhatian utama (sebagai faktor yang berlaku dalam pengamatan) dan

⁶⁴ Sukandarrumidi, *Metodologi Penelitian: Petunjuk Praktis Untuk Peneliti Pemula*, (Yogyakarta: Gadjah Mada University Press, 2012), Hal. 44.

⁶⁵ Sugiyono, *Metode Penelitian Bisnis*, (Bandung: CV Alfabeta, 2007), Hal. 31.

sekaligus menjadi sasaran dalam penelitian. Melalui analisis (menjelaskan variabilitasnya, memprediksinya, atau lainnya) terhadap variabel terikat (mencari variabel yang mempengaruhinya) akan menemukan solusi atas pemecahan masalah yang diangkat. Dalam penelitian ini variabel terikat adalah loyalitas nasabah tabungan.

b) Variabel bebas (*independent variable*)

Variabel bebas (*independent variable*) merupakan variabel yang dapat mempengaruhi perubahan dalam variabel terikat dan mempunyai hubungan yang positif atau negative. Jika ada variabel bebas, maka ada pula variabel terikat, dan dengan kenaikan setiap unit variabel bebas, terdapat pula kenaikan dalam variabel terikat, ataupun sebaliknya. Dengan kata lain bahwa *varians* variabel terikat ditentukan oleh variabel bebas.⁶⁶ Dalam penelitian ini variabel bebas adalah kualitas produk (X1), pelayanan (X2), kinerja karyawan (X3).

3. Skala Pengukuran Penelitian

Skala pengukuran merupakan kesepakatan yang digunakan sebagai acuan untuk menentukan panjang pendeknya interval yang ada dalam alat ukur, sehingga alat ukur tersebut bila digunakan dalam pengukuran akan menghasilkan data kuantitatif. Dengan skala

⁶⁶ Puguh Suharso, *Metode Penelitian Kuantitatif Untuk Bisnis: Pendekatan Filosofi dan Praktis*, (Jakarta: PT Indeks, 2009), Hal. 37.

pengukuran ini, maka nilai variabel yang diukur dengan instrumen tertentu dapat dinyatakan dalam bentuk angka, sehingga akan lebih akurat, efisien dan komunikatif.⁶⁷

Skala pengukuran yang digunakan dalam penelitian ini adalah Skala *Likert*. Skala *Likert* digunakan untuk mengukur sikap, pendapat dan persepsi seseorang atau sekelompok orang tentang fenomena sosial. Dalam penelitian fenomena sosial ini telah ditetapkan secara spesifik oleh peneliti, yang selanjutnya disebut sebagai variabel penelitian.

Dengan skala *Likert*, maka variabel yang akan diukur dijabarkan menjadi indikator variabel. Kemudian indikator tersebut dijadikan sebagai titik tolak untuk menyusun item-item instrumen yang dapat berupa pernyataan atau pertanyaan.⁶⁸ Penelitian ini menggunakan sejumlah (statement) skala 1-5 yang menunjukkan setuju atau tidak setuju terhadap (statement) tersebut. Berikut adalah tabel skala *likert* yang digunakan dalam penelitian ini.

⁶⁷ Sugiyono, *Metode Penelitian Bisnis*, (Bandung: CV Alfabeta, 2007), hal. 84.

⁶⁸ Sugiyono, *Metode Penelitian Bisnis*, (Bandung: CV Alfabeta, 2007), hal. 86.

Tabel 3.1
Skala *Likert*

Pilihan Jawaban	Skor
Sangat tidak setuju	1
Tidak setuju	2
Netral	3
Setuju	4
Sangat setuju	5

Sumber : Sugiyono, 2009

D. TEKNIK PENGUMPULAN DATA DAN INSTRUMEN PENELITIAN

1. Teknik Pengumpulan Data

Pengumpulan data pada dasarnya merupakan suatu kegiatan operasional agar tindakannya masuk pada pengertian penelitian yang sebenarnya. Pencarian data di lapangan dengan mempergunakan alat pengumpul data yang sudah disediakan secara tertulis ataupun tanpa alat yang hanya merupakan angan-angan tentang sesuatu hal yang akan dicari di lapangan, sudah merupakan proses pengadaan data primer.⁶⁹

Tahapan pengumpulan data yang dilakukan peneliti dalam penelitian ini menggunakan tahapan pengumpulan data di lapangan atau field research. Field research atau penelitian lapangan yaitu mengumpulkan sejumlah data dan keterangan yang dibutuhkan dengan mengadakan penelitian di lapangan.

⁶⁹ P. Joko Subagyo, *Metode Penelitian dalam Teori dan Praktik*, (Jakarta: Rineka Cipta, 2011), hal. 37.

2. Instrumen Penelitian

Instrument penelitian adalah suatu alat yang digunakan mengukur fenomena alam maupun sosial yang diamati. Secara spesifik semua fenomena ini disebut variabel penelitian.⁷⁰ Dalam penelitian ini peneliti menggunakan instrument penelitian, yaitu berupa angket (*Questionnaire*). Angket/kuesioner adalah daftar pertanyaan tertulis yang telah dirumuskan sebelumnya untuk dijawab oleh responden terpilih, dan merupakan suatu mekanisme pengumpulan data yang efisien jika peneliti mengetahui dengan tepat apa yang diperlukan dan bagaimana mengukur variabel penelitian.⁷¹ Berikut adalah tabel kisi-kisi instrument dalam penelitian ini.

Tabel 3.2
Kisi-Kisi Instrument Penelitian

Variabel	Indikator	Item	No Item
Kualitas Produk (X1)	a. Kinerja (<i>Performance</i>)	1. Produk yang ditawarkan sangat mudah dipahami	1
		2. Memiliki produk yang beraneka ragam	2
	b. Keistimewaan (<i>Types of Features</i>)	1. Memiliki <i>produk</i> unggulan yang banyak diminati	3
		2. Mempunyai produk unggulan yang menarik	4
	c. Kesesuaian (<i>Comformity</i>)	1. Produk yang ditawarkan dapat memenuhi keinginan dan kebutuhan	5
		2. Mampu memberikan penjelasan terhadap produk yang dimiliki	6

⁷⁰ Sugiyono, *Metode Penelitian Bisnis*, (Bandung: CV Alfabeta, 2007), hal. 97.

⁷¹ Puguh Suharso, *Metode Penelitian Kuantitatif untuk Bisnis: Pendekatan Filosofi dan Praktis*, (Jakarta: PT Indeks, 2009), hal. 83.

	d. Sifat Khas (<i>Sensory Characteristic</i>)	1. Produk yang dimiliki sangat khas dengan nilai syariahnya	7
		2. Produk yang ditawarkan menjadikan nasabah setia	8
	e. Penampilan dan Citra Etis	1. Produk tersebut mempunyai reputasi yang baik dan dapat dipercaya	9
		2. Produk yang dimiliki memiliki citra yang baik	10
Pelayanan (X2)	a. <i>Tangible</i> , atau bukti fisik	1. Tempat penelitian lebih mudah dijangkau dengan letak yang strategis	11
		2. Pegawai berpakaian sesuai dengan syariah dan rapi	12
	b. <i>Reliability</i> , atau kehandalan	1. Kerapihan dan ketelitian pegawai dalam menangani anda	13
		2. Pegawai mempunyai semangat kerja yang tinggi	14
	c. <i>Responsiveness</i> , atau ketaggapan	1. Pegawai cepat dan tanggap dalam melayani	15
		2. Pegawai membantu setiap keutuhan	16
	d. <i>Assurance</i> , atau jaminan dan kepastian	1. Pegawai menjunjung kejujuran yang tinggi dalam setiap transaksi	17
		2. Pegawai sopan dan ramah dalam melayani	18
	e. <i>Empathy</i>	1. Pegawai bertanggung jawab atas keamanan	19
		2. Pegawai memberikan perhatian terhadap setiap keluhan	20
Kinerja karyawan (X3)	a. Kualitas.	1. Pihak dapat diandalkan dan dapat dipercaya dalam melayani	21
		2. Kemampuan pegawai untuk menerangkan produk-produk yang ada sudah cepat	22
	b. Kuantitas.	1. Pegawai dapat memahami dengan baik semua kebutuhan	23
		2. Pegawai memberikan perhatian individu	24
	c. Ketepatan waktu.	1. Pegawai masuk kantor pukul 07.30 tepat	25

		2. Pegawai pulang dari kantor pukul 15.00 tepat	26
	d. Efektivitas.	1. Pegawai sangat cepat dan tepat dalam melayani	27
		2. Kemampuan memasukkan data pegawai sudah cepat	28
	e. Kemandirian.	1. Pegawai teller mengerjakan tugasnya sendiri	29
		2. Pegawai administrasi mengerjakan tugasnya sendiri	30
Loyalitas nasabah (Y)	a. <i>Repeat Purchase</i> (kesetiaan terhadap pembelian produk);	1. Tetap akan melakukan transaksi	31
		2. Meningkatkan jumlah dana	32
	b. <i>Retention</i> (Ketahanan terhadap pengaruh yang negatif mengenai perusahaan);	1. Tidak memiliki keinginan untuk berpindah ke produk lain yang sejenis	33
		c. <i>Referalls</i> (merefereasikan secara total esistensi perusahaan).	1. Memberikan saran kepada orang lain
	2. Mengajak orang lain		35

E. TEKNIK ANALISIS DATA

Analisis data merupakan kegiatan setelah data dari seluruh responden terkumpul. Kegiatan dalam analisis data adalah mengelompokkan data berdasarkan variabel dan jenis responden, mentabulasi data berdasarkan variabel dari seluruh responden, menyajikan data tiap variabel yang diteliti, melakukan perhitungan untuk menjawab rumusan masalah, dan melakukan perhitungan untuk menguji hipotesis yang telah diajukan.⁷²

⁷² Sugiyono, *Metode Penelitian Bisnis*, (Bandung: CV Alfabeta, 2007), hal. 142.

Analisis data dilakukan dengan cara analisis kuantitatif. Analisis yang dilakukan terhadap penelitian ini antara lain: uji validitas, uji reliabilitas, uji normalitas, uji asumsi klasik dan analisis regresi linier berganda, uji hipotesis.

1. Uji Validitas dan Uji Reliabilitas

a) Uji Validitas

Validitas adalah ketepatan atau kecermatan suatu instrumen dalam mengukur apa yang ingin diukur Priyatno, (2008:16). Data dikatakan valid, jika pertanyaan pada angket mampu mengungkapkan sesuatu yang diukur oleh angket tersebut. Butir-butir pertanyaan yang ada dalam angket diuji terhadap faktor terkait. Uji validitas dimaksud untuk mengetahui seberapa cermat suatu test atau pengujian melakukan fungsi ukurannya. Suatu instrumen pengukur dikatakan valid apabila instrumen tersebut mengukur apa yang seharusnya diukur atau dapat memberikan hasil sesuai dengan yang diharapkan.

Untuk menguji kevaliditas dan suatu data maka dilakukan uji validitas terhadap butir-butir angket. Tinggi rendah validitas suatu angket atau angket dihitung dengan menggunakan metode *Pearson's Product Moment Correlation*, yaitu dengan menghitung korelasi antara skor item pertanyaan dengan skor total. Dalam penelitian ini perhitungan validitas item dianalisis dengan menggunakan komputer program SPSS *Statistics 21*.

Hasil perhitungan ini akan dibandingkan dengan *critical value* pada tabel ini nilai r dengan taraf signifikansi 5% dan jumlah sampel yang ada. Apabila hasil perhitungan korelasi *product moment* lebih besar dari *critical value*, maka instrumen ini dinyatakan valid. Sebaliknya apabila skor item kurang dari *critical value*, maka instrumen ini dinyatakan tidak valid.

b) Uji Reliabilitas

Reliabilitas adalah suatu angka indeks yang menunjukkan konsistensi suatu alat pengukur di dalam mengukur gejala yang sama. Untuk menghitung reliabilitas dilakukan dengan menggunakan koefisien *Croanbach Alpha* Umar, (2000:135).

Instrumen untuk mengukur masing-masing variabel dikatakan reliabel jika memiliki *Croanbach Alpha* $> 0,60$ Ghozali, (2005:41).

2. Uji Asumsi Klasik

Agar mendapatkan regresi yang baik harus memenuhi asumsi-asumsi yang disyaratkan untuk memenuhi uji asumsi normalitas, bebas dari multikolinieritas dan uji heterokedastisitas.

a) Uji Normalitas

Uji normalitas digunakan untuk mengetahui apakah populasi data berdistribusi normal atau tidak. Uji Normalitas bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi variabel

terikat dan variabel bebas keduanya mempunyai distribusi normal atau tidak.

b) Uji Multikolinearitas

Uji Multikolinearitas bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi ditemukan adanya korelasi antar variabel bebas (*independent*). Dalam model regresi yang baik seharusnya tidak terjadi korelasi di antara variabel bebas. Untuk mendeteksi ada tidaknya multikolinearitas dalam model regresi dapat dilihat dari *tolerance value* atau *Inflation Factor* (VIF). Kedua ukuran ini menunjukkan setiap variabel bebas manakah yang dijelaskan oleh variabel bebas lainnya. Dalam pengertian sederhana setiap variabel bebas menjadi variabel terikat dan diregresi terhadap variabel lainnya. *Tolerance* mengukur variabilitas variabel bebas yang terpilih yang tidak dapat dijelaskan oleh variabel bebas lainnya. Jadi nilai *tolerance* rendah sama dengan nilai VIF tinggi (karena $VIF = 1/tolerance$) dan menunjukkan adanya kolinearitas yang tinggi. Nilai *Cut Off* yang umum dipakai adalah nilai *tolerance* $< 0,01$ atau sama dengan nilai $VIF > 10$. Setiap peneliti harus menentukan tingkat kolinearitas yang masih dapat ditolerir.

c) Uji Heteroskedastisitas

Uji heteroskedastisitas digunakan untuk mengetahui ada atau tidaknya penyimpangan asumsi klasik heteroskedastisitas,

yaitu adanya ketidaksamaan varian dari residual untuk semua pengamatan pada model regresi.

3. Uji Analisis Regresi Linier Berganda

Menurut S.Uyanto (2006:248). Analisis regresi linier berganda yaitu hubungan secara linier antara dua atau lebih variabel independen ($X_1, X_2, X_3, \dots, X_n$) dengan variabel dependen (Y). Analisis ini digunakan untuk mengetahui apakah masing-masing variabel independen berhubungan positif atau negatif dan untuk memprediksi nilai dari variabel dependen mengalami kenaikan atau penurunan. Persamaan regresi yang digunakan adalah sebagai berikut:

Rumus:

$$Y = a + b_1x_1 + b_2x_2 + b_3x_3 + e$$

Dimana :

Y = Loyalitas Nasabah

a = Konstanta Interception

b = Koefisien Regresi

X_1 = Kualitas Produk

X_2 = Pelayanan

X_3 = Kinerja Karyawan

e = Error

Untuk menguji apakah variabel independen mempunyai pengaruh yang signifikan atau tidak terhadap variabel dependen, maka diperlukan uji koefisien.

4. Uji Koefisien Regresi Parsial (Uji t)

Uji ini digunakan untuk mengetahui apakah dalam model regresi variabel independen secara parsial berpengaruh signifikan terhadap variabel dependen. Rumus t hitung pada analisis regresi adalah:

$$t_{hitung} = \frac{b_i}{Sb_i}$$

Keterangan:

b_i = Koefisien regresi variabel i

Sb_i = Standar error variabel i

Atau dapat dihitung dengan menggunakan rumus sebagai berikut:

$$t_{hitung} = \frac{r\sqrt{n-k-1}}{\sqrt{1-r^2}}$$

Keterangan:

r = koefisien korelasi parsial

k = Jumlah variabel independen

n = Jumlah data atau kasus

5. Uji Koefisien Regresi Secara Bersama-Sama (Uji F)

Uji ini digunakan untuk mengetahui apakah variabel independen (X_1, X_2, \dots, X_n) secara bersama-sama berpengaruh signifikan terhadap variabel dependen (Y). Atau untuk mengetahui apakah model regresi dapat digunakan untuk memprediksi variabel dependen atau tidak. F hitung dapat dicari dengan rumus sebagai berikut:

$$F_{hitung} = \frac{R^2 / k}{(1-R^2) / (n-k-1)}$$

Keterangan:

R^2 = Koefisien Determinasi

n = Jumlah data atau kasus

k = Jumlah variabel independen