

BAB III METODE PENELITIAN

A. Jenis dan Pendekatan Penelitian

1. Jenis Penelitian

Jenis penelitian yang digunakan dalam penelitian ini ialah penelitian kasus dan penelitian lapangan (*case research and field research*). Dimana peneliti terlibat langsung di lapangan dan pengumpulan datanya melalui kuisioner *online* (*google form*) dan kuisioner *offline* (penyebaran kuisioner langsung guna mendapatkan data dan informasi langsung dari responden). Penelitian kasus dan penelitian lapangan merupakan suatu jenis penelitian yang bertujuan untuk mempelajari tentang latar belakang keadaan saat ini secara intensif, dan mempelajari dan memahami tentang interaksi di lingkungan sosial, meliputi: individu, kelompok, dan lembaga atau masyarakat yang mempunyai kekhasan atau keunikan tertentu baik yang bersifat positif ataupun negatif.¹

Penelitian ini akan difokuskan pada “Pengaruh *Brand Reputation, Mobile Banking Service Quality, dan Customer Satisfaction Terhadap Customer Loyalty* Pada PT Bank Syariah Indonesia Cabang Kudus”.

2. Pendekatan Penelitian

Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif. Penelitian kuantitatif dapat didefinisikan sebagai suatu metode penelitian yang berlandaskan pada filsafat positivisme untuk meneliti pada populasi dan sampel, pengumpulan datanya menggunakan instrumen penelitian, analisis datanya bersifat statistik (dapat diukur) dengan maksud untuk menguji hipotesis-hipotesis yang telah ditentukan sebelumnya.² Dan dari jenis judul pada penelitian ini dapat dikategorikan sebagai penelitian kausal komparatif. Hal ini dikarenakan, penelitian ini bertujuan untuk mencari, dan menemukan pengaruh dari variabel independen terhadap variabel dependen.

¹ Nurlina T. Muhyiddin dkk, *Metode Penelitian Ekonomi dan Sosial: Teori, Konsep, dan Rencana Proposal*, (Jakarta: Salemba Empat, 2018), 13.

² Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D*, (Bandung: CV. Alfabeta, 2009), 8.

B. *Setting* Penelitian

Penelitian ini dilakukan di Kota Kudus, tepatnya pada semua nasabah Bank Syariah Indonesia (BSI) Cabang Kudus yang pernah menggunakan *BSI Mobile (m-banking BSI)*. Penelitian ini dilakukan dengan cara menyebarkan kuisioner dalam bentuk selebaran secara langsung dan dalam bentuk *google form*. Kuisioner tersebut dibagikan kepada nasabah BSI Kantor Cabang Kudus, yang selanjutnya digunakan untuk dilakukan analisis data yang kemudian nantinya digunakan untuk penyusunan penelitian.

C. Populasi dan Sampel

1. Populasi

Populasi merupakan *generalisasi* dari suatu wilayah yang terdiri dari objek atau subjek yang memiliki karakteristik tertentu yang digunakan atau ditetapkan peneliti untuk dipelajari, dan selanjutnya dapat ditarik kesimpulan.³ Populasi pada penelitian ini ialah seluruh nasabah Bank Syariah Indonesia Cabang Kudus (Ex Bank Syariah Mandiri, BNI Syariah, dan BRI Syariah) dan yang pernah menggunakan *BSI Mobile* sebanyak 715 nasabah.

2. Sampel

Sampel ialah bagian dari populasi penelitian yang menjadi objek yang sebenarnya. Sedangkan *sampling* sendiri merupakan suatu proses pemilihan sampel dari keseluruhan objek (populasi) yang akan diteliti karakteristik-karakteristiknya. Pengambilan sampel juga harus representatif. Hal ini dikarenakan sampel yang dapat mewakili populasi maka akan dengan mudah juga ditarik kesimpulannya.⁴

Penelitian ini menggunakan metode *non probability sampling*, dimana *sampling* tersebut tidak memberikan peluang yang sama terhadap setiap anggota populasi untuk menjadi sampel.⁵ Sedangkan teknik pengambilan sampel yang digunakan ialah *purposive sampling* (bersyarat) yang dapat didefinisikan sebagai pengambilan sampel yang dilakukan dengan sengaja sesuai dengan persyaratan sampel yang dapat mewakili populasinya, dengan kriteria *judgement sampling*, yaitu kriteria

³ Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D*, 80.

⁴ Basilius Redan Werang, *Pendekatan Kuantitatif dalam Penelitian Sosial*, (Yogyakarta: Calpulis, 2015), 101.

⁵ Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D*, (Bandung: CV. Alfabeta, 2009), 84.

atau pertimbangan tertentu yang digunakan dalam teknik pengambilan sampel *purposive sampling*.

Adapun kriteria (syarat) dari sampel penelitian ini ialah:

- a. Nasabah Bank Syariah Indonesia Cabang Kudus (Ex Bank Syariah Mandiri, BNI Syariah, dan BRI Syariah).
- b. Nasabah Bank Syariah Indonesia (BSI) yang pernah menggunakan aplikasi *BSI Mobile*.

Untuk menentukan jumlah sampel yang akan digunakan, maka peneliti menggunakan rumus pendapat Slovin sebagai berikut:⁶

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

Keterangan:

n = jumlah sampel minimal

N = jumlah populasi keseluruhan

e = *margin of error* (persentase kelonggaran ketelitian karena suatu kesalahan, dalam pengambilan sampel yang dipilih sebesar 10% atau 0,1). Alasan dipakainya 10% atau 0,1 karena mengacu pada tingkat kesalahan maksimal yang dapat ditolerir dalam penelitian pada ilmu sosial.⁷

Besarnya sampel yang digunakan dalam penelitian ini ialah:

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

$$n = \frac{715}{1 + (715 \times (0,1)^2)}$$

$$n = \frac{715}{1 + (715 \times 0,01)}$$

$$n = \frac{715}{1 + 7,15}$$

$$n = \frac{715}{8,15}$$

$$n = 87,7300613497$$

Berdasarkan hasil perhitungan diatas, maka jumlah yang digunakan pada penelitian ini dibulatkan menjadi 88 responden.

⁶ Albert Kurniawan, *Metode Riset untuk Ekonomi dan Bisnis Teori, Konsep, dan Praktik Penelitian Bisnis (Dilengkapi Perhitungan Pengolahan Data dengan IBM SPSS 22.0)*, (Bandung: Alfabeta, 2014), 84.

⁷ V. Wiratma Sujarweni, *SPSS Untuk Penelitian*, (Yogyakarta: Pustaka Baru Press, 2019), 16.

D. Desain dan Definisi Operasional Variabel

Variabel penelitian merupakan variabel yang bervariasi yang faktor-faktornya dapat berubah ataupun dapat dirubah guna tujuan penelitian. Variabel dalam penelitian perlu ditentukan terlebih dahulu, dan dijelaskan guna alur hubungan dua atau lebih dari variabel dapat dicari, dianalisis, dan ditarik kesimpulan.⁸ Variabel penelitian yang telah ditetapkan oleh peneliti sebagai berikut:

1. Variabel independen (bebas) merupakan variabel yang sering dianggap sebagai stimulus, *predictor*, *antecedent* atau biasa dikenal dengan istilah variabel bebas yang dapat mempengaruhi atau dapat menjadi penyebab dari timbulnya variabel dependen (terikat).⁹ Variabel bebas dalam penelitian ini ialah *brand reputation* yang dilambangkan (X1), *mobile banking service quality* (X2), dan *customer satisfaction* (X3).
2. Variabel dependen (terikat) merupakan variabel yang dapat dipengaruhi, atau variabel yang menjadi akibat karena adanya variabel bebas. Variabel dependen juga sering disebut sebagai variabel *output* (hasil), kriteria dan konsekuen.¹⁰ Variabel dependen dalam penelitian ini ialah *customer loyalty* yang dilambangkan dengan (Y).

Variabel harus didefinisikan secara operasional. Hal ini guna mempermudah untuk mencari hubungan antara satu variabel dengan variabel lainnya dan bagaimana cara pengukurannya. Tanpa adanya definisi operasional variabel, peneliti akan kesulitan dalam mengukur dan menentukan hubungan antara variabel-variabel yang masih bersifat konseptual saja.¹¹ Definisi operasional ialah variabel dalam penelitian yang bertujuan untuk memahami arti dari setiap variabel penelitian sebelum melakukan analisis, instrumen, dan darimana sumber pengukurannya.¹²

⁸ Burhan Bungis, *Metodologi Penelitian Kuantitatif Komunikasi, Ekonomi, dan Kebijakan Publik Serta Ilmu-Ilmu Sosial Lainnya*, (Jakarta: Kencana, 2017), 103.

⁹ Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D*, (Bandung: CV. Alfabeta, 2009), 38.

¹⁰ Imam Machali, *Metode Penelitian Kuantitatif Panduan Praktis Merencanakan, Melaksanakan, dan Analisis dalam Penelitian Kuantitatif*, (Yogyakarta: Program Studi MPI Fakultas Ilmu Tarbiyah dan Keguruan UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta, 2017), 49.

¹¹ Jonathan Sarwano, *Metode Penelitian Kuantitatif dan Kualitatif Edisi 2*, (Yogyakarta: Suluh Media, 2017), 74.

¹² V. Wiratma Sujarweni, *Metodologi Penelitian Bisnis dan Ekonomi*, 77.

Tabel 6 Definisi Operasional

Variabel	Definisi	Dimensi	Indikator	Skala
<i>Brand Reputation</i> (X1)	<i>Brand Reputation</i> ialah sesuatu penghargaan yang didapatkan perusahaan sebab adanya kelebihan yang ada pada perusahaan tersebut. ¹³	<p><i>Brand Identity</i> (identitas merek)</p> <p><i>Brand Association</i> (asosiasi merek)</p> <p><i>Brand Attitude dan Behavior</i> (sikap dan perilaku merek)</p> <p><i>Brand Benefit dan Competence</i> (manfaat dan kompetensi merek)</p> <p><i>Brand Personality</i> (kepribadian merek)</p>	<p>Nama baik</p> <p>Reputasi dibanding pesaing</p> <p>Dikenal luas</p> <p>Kemudahan untuk diingat</p>	<i>Likert</i>
<i>Mobile Banking Service Quality</i> (X2)	<i>Mobile Banking Service Quality</i> adalah sebuah fasilitas perbankan melalui komunikasi	<p>Keberwujudan (<i>Tangibles</i>)</p> <p>Empati (<i>Emphaty</i>)</p> <p>Daya tanggap (<i>Responsiveness</i>)</p>	<p><i>Speed</i> (kecepatan atau kemudahan)</p> <p><i>Security</i> (keamanan atau jaminan kerahasiaan)</p> <p><i>Accuracy</i></p>	<i>Likert</i>

¹³ Paul Herbig and John Milewicz and Jim Golden, “A Model of Reputation Building and Destrustion” *Journal of Business Research*, Vol. 31, June (1994): 241.

<p>n perilaku nasabah dengan cara memberikan pelayanan dan memberitahu mengenai program apa saja yang ditawarkan sehingga nantinya terjadi hubungan jangka panjang yang terikat antara bank dengan nasabahnya. 16</p>	<p><i>Referrals</i></p>	<p>Menyukai merek tersebut</p> <p>Tetap memilih merek tersebut</p> <p>Yakin merek tersebut yang terbaik</p> <p>Merekomendasikan merek tersebut kepada orang lain.</p>
---	-------------------------	---

E. Uji Validitas dan Reliabilitas Instrumen

1. Uji Validitas

Uji validitas ialah suatu upaya untuk memastikan tingkat kevalidan (keabsahan) instrumen yang digunakan dalam kuisisioner penelitian. Uji validitas juga dapat didefinisikan sebagai uji ketelitian terhadap penggunaan suatu alat ukur.¹⁷

Data dalam penelitian yang sudah terkumpul harus dilakukan uji validitas. Hal ini dikarenakan agar data yang sudah diperoleh tersebut benar-benar handal, dan hasil penelitiannya nanti dapat dipertanggung jawabkan.¹⁸ Sebaiknya uji validitas dilakukan pada setiap butir pertanyaannya, nantinya hasil r_{hitung} akan kita bandingkan dengan r_{tabel} dimana $df = n - 2$ dengan

¹⁶ Kusniati dan Asron Saputra, “Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Loyalitas Nasabah Pada BPR Arta Prima Perkasa Di Kota Batam”, Jurnal EMBA Vol. 08 No. 03 (2020): 95.

¹⁷ Muhammad Yusuf dan Lukman Daris, *Analisis Data Penelitian Teori dan Aplikasi dalam Bidang Perikanan*, (Bogor: IPB Press, 2019), 50.

¹⁸ V. Wiratna Sujarweni, *Metodologi Penelitian Bisnis & Ekonomi*, (Yogyakarta: Pustakabarupress, 2015), 106.

sig 5%, jika $r_{hitung} > r_{tabel}$ maka instrumen yang digunakan dalam penelitian tersebut dapat dinyatakan valid.¹⁹

2. Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas merupakan suatu instrumen yang digunakan guna mengetahui seberapa jauh kehandalan (ketahanan) instrumen penelitian dalam melakukan pengumpulan data. Dalam uji ini, pengukuran suatu kuisioner menunjukkan hasil yang tetap dan konsisten setelah dilakukan uji secara berulang-ulang terhadap subjek dan pada kondisi yang sama pula. Uji reliabilitas menguji data yang telah valid atau data yang telah dilakukan uji validitasnya.²⁰

Data dalam penelitian yang sudah terkumpul harus dilakukan uji reliabilitas. Hal ini dikarenakan agar data yang sudah diperoleh tersebut benar-benar handal, dan hasil penelitiannya nanti dapat dipertanggungjawabkan.²¹ Pengukuran reliabilitas bisa dilakukan menggunakan program SPSS yang dapat memberikan fasilitas pengukuran *Cronbach Alpha* (α). Ketika hasil koefisien *Alpha* lebih besar daripada taraf signifikansi 70% atau 0,7 maka kuisioner tersebut dapat dinyatakan reliabel. Jika hasil koefisien *Alpha* lebih kecil dari 0,7 maka kuisioner tersebut dinyatakan tidak reliabel.²²

F. Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data yang digunakan peneliti ialah dengan cara menyebarkan kuisioner (angket) kepada responden.

Kuisioner merupakan teknik pengumpulan data dengan cara menyajikan seperangkat pertanyaan atau pernyataan tertulis kepada responden untuk dijawabnya. Dengan menggunakan kuisioner teknik pengumpulan datanya bisa dikatakan efisien, jika peneliti tahu pasti dengan variabel apa saja yang akan diukur dan tahu apa saja yang dapat diharapkan dari responden. Selain itu, kuisioner juga cocok untuk digunakan jika jumlah respondennya cukup banyak dan tersebar pada wilayah yang cukup luas.²³

¹⁹ V. Wiratma Sujarweni, *SPSS untuk Penelitian*, 192.

²⁰ Muhammad Yusuf dan Lukman Daris, *Analisis Data Penelitian Teori dan Aplikasi dalam Bidang Perikanan*, 57.

²¹ V. Wiratna Sujarweni, *Metodologi Penelitian Bisnis & Ekonomi*, 106.

²² Albert Kurniawan, *Metode Riset untuk Ekonomi dan Bisnis Teori, Konsep, dan Praktik Penelitian Bisnis*, (Yogyakarta: Deepublish, 2018), 102-103.

²³ Sugiyono, *Metode Penelitian Manajemen*, (Bandung: Alfabeta, 2018), 230.

Metode penyebaran kuisisionernya bisa berupa pertanyaan atau pernyataan tertutup atau terbuka, dapat diberikan secara langsung kepada responden atau melalui internet (*google-form*), atau dikirim melalui pos.²⁴ Dengan memberikan kuisisioner secara langsung dapat menimbulkan kondisi hubungan yang cukup baik antara peneliti dan responden, sehingga nantinya responden akan dengan sukarela memberikan data secara obyektif dan cepat.²⁵

Variabel yang diukur dalam penelitian ini menggunakan *skala likert*. *Skala likert* dapat digunakan untuk mengukur sikap, pendapat, dan persepsi seseorang atau sekelompok orang yang terkait fenomena sosial. Dengan menggunakan *skala likert*, variabel yang akan diukur dijabarkan menjadi indikator variabel, yang selanjutnya indikator variabel tersebut dijadikan tolak ukur untuk menyusun seperangkat pertanyaan atau pernyataan dalam kuisisioner tersebut.²⁶

Dimana setiap pertanyaan atau pernyataan nantinya dibuat dengan pilihan yang diberikan skor guna mendapatkan data yang subyektif. Skor untuk pertanyaan atau pernyataannya sebagai berikut:²⁷

Tabel 7 Skala Likert

Jawaban	Skor
Sangat Setuju (SS)	4
Setuju (S)	3
Tidak Setuju (TS)	2
Sangat Tidak Setuju (STS)	1

G. Teknik Analisis Data

1. Uji Asumsi Klasik

a. Uji Normalitas

Uji normalitas yaitu suatu alat uji yang digunakan untuk menguji variabel-variabel yang digunakan dalam regresi dapat berdistribusi normal atau tidak.²⁸

Seperti yang kita ketahui, uji t dan uji f berasumsi bahwa nilai residual itu mengikuti distribusi normal.

²⁴ Sugiyono, *Metode Penelitian Manajemen*, 230.

²⁵ Sugiyono, *Metode Penelitian Manajemen*, 231.

²⁶ V. Wiratna Sujarweni, *Metodologi Penelitian Bisnis & Ekonomi*, (Yogyakarta: Pustakabarupress, 2015), 104.

²⁷ Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D*, (Bandung: CV. Alfabeta, 2009), 93.

²⁸ Deni Setiawan, "Pengaruh Harga, Kualitas Layanan, dan Word Of Mouth Terhadap Keputusan Pembelian Shopee Co.Id", *Jurnal Ilmu dan Riset Manajemen* Vol. 8 No. 03 (2019): 8.

Apabila asumsi ini ditolak maka uji statistik ini akan menjadi tidak valid pada sampel yang jumlahnya sedikit (kecil). Untuk mendeteksi apakah residual berdistribusi secara normal atau tidak terdapat dua cara yakni: dengan analisis grafik dan uji statistik.²⁹

b. Uji Multikolonieritas

Uji multikolonieritas bertujuan untuk menguji dan mengetahui apakah dalam model regresi ditemukan adanya hubungan (korelasi) antara setiap variabel independen (bebas). Model regresi dapat dikatakan baik jika, tidak terdapat korelasi antara variabel independennya. Akan tetapi, apabila variabel independennya saling berkorelasi, maka variabel ini tidak ortogonal. Definisi variabel ortogonal yaitu nilai korelasi variabel bebas yang sesama variabel bebasnya sama dengan nol. Ada tidaknya multikolinieritas dalam model regresi dapat dideteksi dengan cara melihat dari nilai R^2 , nilai *tolerance* dan lawannya, matrik korelasi variabel bebas, dan *variance inflation factor* (VIF).³⁰ Dengan demikian, untuk mendeteksi multikolinieritas pada suatu model ialah apabila nilai *tolerance* lebih besar dari 0,10 dan apabila nilai VIF nya lebih kecil dari 10, maka model dapat dikatakan tidak terjadi adanya penyimpangan asumsi klasik multikolinieritas.³¹

c. Uji Heterokedastisitas

Uji heterokedastisitas bertujuan untuk menguji apakah terjadi perbedaan *variance residual* suatu periode pengamatan terhadap periode pengamatan lainnya. Ada tidaknya heterokedastisitas dalam suatu model dapat dilihat dengan cara memprediksi pola gambar pada *scatterplot*.³² Regresi tidak terjadi heterokedastisitas apabila:³³

- 1) Titik-titik datanya menyebar diatas atau dibawah atau disekitar angka 0.

²⁹ Imam Ghazali, *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program IBM SPSS 19*, (Semarang: Penerbit-Undip, 2011), 160.

³⁰ Masrukhin, *Metodologi Penelitian Kuantitatif*, (Kudus, Media Ilmu Press, 2009), 180.

³¹ Imam Ghazali, *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program IBM SPSS 19*, 52.

³² V. Wiratma Sujarweni, *SPSS untuk Penelitian*, (Yogyakarta: Pustaka Baru Press, 2019), 185.

³³ V. Wiratma Sujarweni, *SPSS untuk Penelitian*, 186.

- 2) Titik-titik datanya tidak mengumpul atau hanya diatas atau dibawah.
- 3) Titik-titik datanya yang menyebar tidak boleh membentuk pola yang bergelombang melebar yang selanjutnya menyempit lalu melebar kembali.
- 4) Titik-titik data yang menyebar tidak memiliki pola.

d. Uji Autokorelasi

Autokorelasi ialah keadaan terjadinya korelasi (hubungan) dari suatu residual terhadap pengamatan satu dengan pengamatan lainnya serta disusun berdasarkan runtutan waktu. Syarat model regresi yang dapat dikatakan baik yakni tidak terdapat adanya masalah autokorelasi. Tujuan uji autokorelasi yaitu untuk menguji dalam suatu model regresi linear apakah terdapat korelasi antara kesalahan pengganggu pada periode t dengan kesalahan pengganggu pada periode $t-1$ (sebelumnya). Jika terdapat korelasi, maka bisa dikatakan terdapat masalah pada autokorelasi. Selanjutnya, cara yang digunakan untuk mendeteksi ada atau tidaknya autokorelasi yakni dengan Uji *Durbin-Watson (DW test)*.³⁴

2. Analisis Regresi Linear Berganda

Analisis regresi linear berganda merupakan teknik analisis data yang digunakan apabila jumlah variabel independennya (*predictor variable*) lebih dari satu.³⁵ Selain itu, analisis regresi linear berganda juga digunakan untuk memprediksi seberapa tinggi nilai variabel dependen apabila variabel independen dimanipulasi (dirubah).³⁶ Untuk mengetahui apakah nilai variabel independennya mengalami kenaikan atau penurunan, dan mengetahui antara variabel independen dan variabel dependen apakah masing-masing variabel independennya berhubungan positif atau negatif, dapat diketahui dengan rumus berikut ini:³⁷

³⁴ Albert Kurniawan, *Metode Riset untuk Ekonomi dan Bisnis Teori, Konsep, dan Praktik Penelitian Bisnis (Dilengkapi Perhitungan Pengolahan Data dengan IBM SPSS 22.0)*, (Bandung: Alfabeta, 2014), 158.

³⁵ Nurlina T. Muhyidin, M. Irfan Tarmizi, dan Anna Yulianita, *Metodologi Penelitian Ekonomi dan Sosial: Teori, Konsep, dan Rencana Proposal*, (Jakarta: Salemba Empat, 2018), 110.

³⁶ Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D*, (Bandung: CV. Alfabeta, 2009), 188.

³⁷ Dwi Priyatno, *Paham Analisis Statistik Data Dengan SPSS*, (Jakarta: Buku Seru, 2010), 61.

$$Y = a + b_1X_1 + b_2X_2 + b_3X_3 + e$$

Keterangan:

Y	: <i>Customer Loyalty</i>
a	: Konstanta
b ₁ , b ₂ , b ₃	: Koefisiensi Regresi
X ₁	: <i>Brand Reputation</i>
X ₂	: <i>Mobile Banking Service Quality</i>
X ₃	: <i>Customer Satisfaction</i>
e	: Error

3. Uji Hipotesis

a. Koefisien Determinasi (R^2)

Uji koefisiensi determinasi bertujuan untuk mengukur ketepatan model analisis yang telah dibuat. Nilai dalam koefisien determinasi digunakan dalam mengukur seberapa besar sumbangan variabel bebas yang diteliti terhadap variabel terikat. Jika nilai R^2 mendekati angka satu, maka dapat diartikan bahwa sumbangan variabel bebas terhadap variabel terikat semakin besar. Kesimpulannya, model yang digunakan semakin kuat untuk menjelaskan variabel terikat.³⁸

b. Uji Signifikan Parameter Simultan (Uji F)

Uji signifikan parameter simultan (uji f) digunakan untuk menguji dan mengetahui apakah variabel independen (X₁, X₂, X₃) secara bersama-sama (simultan) memiliki pengaruh yang signifikan terhadap variabel dependen (Y). Uji ini dapat dilakukan dengan cara membandingkan antara nilai f_{hitung} dengan f_{tabel} , dengan ketentuan apabila nilai f_{hitung} lebih besar dari f_{tabel} , maka dapat dinyatakan menerima hipotesis alternatif yang menyatakan bahwa semua variabel independen secara bersama-sama (simultan) berpengaruh terhadap variabel dependen.³⁹

c. Uji Signifikan Parameter Individual (Uji T)

Uji signifikan parameter individual (uji t) bertujuan untuk menguji dan mengetahui secara parsial pengaruh variabel bebas dalam menjelaskan variabel terikat. Caranya dengan menganalisis nilai signifikansi yang dihasilkan, apabila nilai signifikansi yang dihasilkan kurang dari 0.05,

³⁸ Imam Ghazali, *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program IBM SPSS 19*, (Semarang: Penerbit-Undip, 2011), 30.

³⁹ Imam Ghazali, *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS 25*, (Semarang: Universitas Diponegoro, 2018), 179.

maka terdapat pengaruh. Akan tetapi, apabila nilai signifikansi lebih dari 0,05, maka tidak terdapat pengaruh. Untuk melakukan uji t caranya ialah dengan menghitung dan membandingkan nilai t. Jika nilai t_{hitung} lebih besar dari t_{tabel} , maka terdapat pengaruh, dan jika nilai t_{hitung} lebih kecil dari t_{tabel} , maka tidak terdapat pengaruh.⁴⁰



⁴⁰ Mudrajat Kuncoro, *Metode Kuantitatif Teori dan Aplikasi untuk Bisnis dan Ekonomi*, (Yogyakarta: Unit Penerbit dan Percetakan AMP YKPN, 2001), 112.