

BAB III METODE PENELITIAN

A. Jenis dan Metode Penelitian

Salah satu jenis penelitian yang dilakukan peneliti adalah penelitian *field research*, atau penelitian lapangan, dimana sumber data primer dikumpulkan untuk menjawab rumusan masalah. Peneliti melakukan studi lapangan langsung untuk mendapatkan data dan informasi yang nyata mengenai pengaruh persepsi harga, kualitas produk, dan citra merek terhadap kepuasan guna meningkatkan loyalitas pelanggan pada produk Scarlett di Kabupaten Pati. Penelitian ini menggunakan metode kuantitatif. Metodologi pemeriksaan objektif, yang menggunakan metode pengujian statistik berupa mengumpulkan dan menganalisis data kuantitatif.¹

B. Sumber Data

Sumber informasi penting untuk interaksi selama inspeksi. informasi sebagai pembuatan data; pengumpulan data dari peristiwa yang direkam atau sumber lain, serta informasi yang digunakan untuk menjawab pertanyaan penelitian. Data dapat diartikan sebagai bukti subyektif atau kuantitatif yang menunjukkan realitas, atau dapat diartikan sebagai substansi yang tidak dimurnikan.² Penelitian ini menggunakan sumber data primer.

Data primer adalah data yang dikumpulkan oleh peneliti secara spontan dari sumber awal atau lokasi tempat objek penelitian dilakukan. Data primer ialah data yang dihimpun oleh peneliti spontan dari sumber awal atau lokasi objek kajian tersebut dijalankan.³ Data primer diperoleh dari responden dengan menggunakan kuesioner, dimana peneliti mengajukan beberapa pertanyaan tertulis tentang persepsi harga, kualitas produk, citra merek dan kepuasan untuk meningkatkan loyalitas. Responden

¹ Asep Hermawan, *Penelitian Bisnis Paradigma Kuantitatif* (Jakarta: Grasindo, 2005), hlm. 13.

² Nanang Martono, *Metode Penelitian Kuantitatif Analisis Isi Dan Analisis Data Sekunder*, Ed.Rev 2 (Jakarta: Raja Grafindo Persada, 2014), hlm. 84.

³ Syofian Siregar, *Metode Penelitian Kuantitatif: Dilengkapi Dengan Perbandingan Perhitungan Manual Dan SPSS* (Jakarta: Prenadamedia Group, 2013), hlm.16.

dalam penelitian ini adalah masyarakat Kota Pati yang pernah menggunakan produk Scarlett.

C. Populasi dan Sampel Penelitian

1. Populasi

Populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri atas objek atau subjek yang mempunyai karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari kemudian ditarik kesimpulannya.⁴ Penelitian ini memiliki populasi yang sangat besar, yaitu mencakup seluruh penduduk Kabupaten Pati yang berjumlah 1.349.172 menurut data Dinas Kependudukan dan Pencatatan Sipil Kabupaten Pati pada tahun 2021. Karyawan, ibu rumah tangga, dan mahasiswa termasuk dalam populasi yang menggunakan produk Scarlett menurut peneliti.

Tabel 3.1
Jumlah Penduduk Kota Pati Tahun 2021

No.	Kelompok Umur	Jumlah Penduduk (Jiwa)		
		Laki-laki	Perempuan	Jumlah
1.	0-4 Tahun	45.539	42.780	88.319
2.	5-9 Tahun	50.940	47.851	98.791
3.	10-14 Tahun	51.921	48.319	100.240
4.	15-19 Tahun	44.844	43.216	88.060
5.	20-24 Tahun	51.421	49.625	101.046
6.	25-29 Tahun	51.565	50.627	102.192
7.	30-34 Tahun	47.881	48.175	96.056
8.	35-39 Tahun	51.197	53.524	104.721
9.	40-44 Tahun	52.266	53.387	105.653
10.	45-49 Tahun	48.363	50.990	99.353
11.	50-54 Tahun	45.277	48.545	93.822
12.	55-59 Tahun	41.424	44.424	85.848
13.	60-64 Tahun	35.195	35.477	70.672
14.	65-69 Tahun	24.258	23.034	47.292
15.	70-74 Tahun	13.728	16.326	30.054
16.	>74 Tahun	15.406	21.647	37.053
Jumlah 2021		671.225	677.947	1.349.172
Jumlah 2020		667.004	671.632	1.338.636
Jumlah 2019		663.030	663.451	1.326.481
Jumlah 2018		655.181	654.740	1.309.921

Sumber : Dinas Kependudukan dan Pencatatan Sipil Kabupaten Pati

⁴ Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif Dan R&D*, hlm. 127.

2. Sampel

Cara selanjutnya adalah dengan menggunakan *sample* yang hanya mewakili sebagian dari populasi. Peneliti dapat menggunakan *sample* yang diambil dari populasi jika populasi cukup besar sehingga peneliti tidak mungkin mempelajari semua yang ada pada populasi, seperti karena keterbatasan sumber daya, tenaga, atau waktu. Pengambilan *sample* diperlukan karena populasi saat ini sangat besar sehingga tidak mungkin untuk memeriksa seluruh populasi.

Penelitian ini menggunakan pengujian *non-probability sampling*, khususnya teknik pemilihan responden untuk pengujian.⁵ Cara yang dipakai peneliti adalah *purposive sampling*, yang beracuan dalam kriteria spesifik yang memiliki karakteristik populasi yang sebelumnya ditemukan. Untuk pengambilan *sample*, peneliti membagikan kuesioner kepada masyarakat Kabupaten Pati mulai dari karyawan, ibu rumah tangga, dan mahasiswa termasuk dalam populasi yang menggunakan produk Scarlett yang menggunakan atau pernah menggunakan produk Scarlett minimal 100 responden. Maka perhitungan *sample* dapat menggunakan rumus Yamane yaitu sebagai berikut :

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

Keterangan :

n = total sampel yang dibutuhkan

N = total populasi

e = taraf kecacatan sampel dengan presentase 10% (0,1)

$$n = \frac{100}{1 + 100(0,1)^2}$$

$$n = 100 \times 0,01 + 1 = 1,01$$

$$= \frac{100}{1,01}$$

$$= 99,00$$

Penelitian ini menggunakan 99,00 responden dibulatkan menjadi 100 responden.

⁵ Burhan Nurgiantoro, Gunawan Marjuki, *Statistik Terapan Untuk Ilmu-Ilmu Sosial* (Yogyakarta: Gajah Mada University Press, 2004), hlm. 77.

D. Variabel Penelitian

1. Variabel yang mempengaruhi perubahan atau munculnya variabel terikat (*dependent*) disebut sebagai variabel bebas atau *independent*.⁶ Pada riset ini variabel independen (bebas) dilambangkan dengan X yang meliputi Persepsi Harga (X1), Kualitas Produk (X2) dan Citra Merek (X3).
2. Variabel terikat adalah yang dipengaruhi atau menjadi akibat dari variabel bebas.⁷ Peneliti dalam penelitian ini memilih kepuasan pelanggan (Y1) dan loyalitas (Y2) sebagai variabel dependen yang dilambangkan dengan (Y).

E. Definisi Operasional

Definisi operasional dalam penelitian ini antara lain sebagai berikut :

Tabel 3.2
Definisi Operasional

Variabel	Definisi Variabel	Indikator	Skala
Persepsi Harga (X1)	Persepsi harga adalah sebuah nilai yang terkandung dalam suatu harga yang berhubungan dengan manfaat produk atau jasa. ⁸	1. Keterjangkauan harga. 2. Harga sesuai dengan kualitas produk. 3. Harga sesuai dengan manfaat. ⁹	<i>Likert</i>
Kualitas Produk (X2)	Kualitas produk adalah kemampuan sebuah produk dalam memperagakan fungsinya, hal ini termasuk keseluruhan durabilitas, reliabilitas, ketepatan, kemudahan pengoperasian, dan reparasi produk, juga atribut produk lainnya. ¹⁰	1. Kinerja 2. Daya tahan 3. Kesesuaian dengan spesifikasi. 4. Fitur 5. Realibilitas 6. Estetika 7. Kesan kualitas 8. Perbaikan produk. ¹¹	<i>Likert</i>

⁶ Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*, hlm. 127.

⁷ Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*, hlm. 127-128.

⁸ T. Gilarso, *Pengantar Ilmu Ekonomi Mikro*, hlm. 32.

⁹ Kotler, Amstrong, *Prinsip-Prinsip Pemasaran*, hlm. 130.

¹⁰ Kotler, Amstrong, hlm. 99.

¹¹ Fandy Tjiptono, *Strategi Pemasaran*, hlm. 48.

Variabel	Definisi Variabel	Indikator	Skala
Citra Merek (X3)	Citra merek adalah persepsi konsumen tentang suatu merek sebagai refleksi dari asosiasi yang ada pada pikiran konsumen. ¹²	1. Keunggulan asosiasi merek. 2. Kekuatan asosiasi merek. 3. Keunikan asosiasi merek. ¹³	<i>Likert</i>
Loyalitas Pelanggan (Y)	Loyalitas konsumen adalah komitmen seseorang yang dipegang untuk membeli atau menggunakan kembali produk atau jasa yang disukai pada masa yang akan datang. ¹⁴	1. Preferensi Pembelian. 2. Rekomendasi. 3. Sensitivitas terhadap harga. ¹⁵	<i>Likert</i>

F. Teknik Pengumpulan Data

Pada riset ini cara menghimpun data yang digunakan diantaranya :

1. Kuesioner (Angket)

Angket merupakan teknik penghimpunan data yang menyajikan serangkaian catatan pertanyaan untuk responden guna diberikan jawaban. Angket juga bisa berbentuk pertanyaan atau pertanyaan tertutup atau terbuka, bisa diserahkan secara spontan untuk responden atau didistribusikan lewat internet.¹⁶

Pada penelitian ini angket berisi tentang pertanyaan atau pernyataan yang mencakup variabel persepsi harga, kualitas produk, citra merek, kepuasan dan loyalitas pelanggan terhadap produk Scarlett. Prinsip dari penulisan kuesioner ini menggunakan pertanyaan yang tertutup yang nantinya akan membantu responden dalam menjawab setiap pertanyaan lebih

¹² Savitri and Wardana, "Pengaruh Citra Merek, Kualitas Produk Dan Persepsi Harga Terhadap Kepuasan Dan Niat Beli Ulang," hlm. 7.

¹³ Setyawati, "Pengaruh Citra Merek (Brand Image) Terhadap Keputusan Pembelian Motor Honda Vario (Studi Kasus Pada CV Kirana Motor Indo Jaya)," hlm. 20.

¹⁴ Philip Kotler, Kevin Lane Keller, *Manajemen Pemasaran*, hlm. 79.

¹⁵ Vanessa Ghaffar, *Customer Relationship Managemenet and Marketing Public Relation.*, hlm. 78-79.

¹⁶ Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*, hlm. 69.

serius dan cepat. Jenis skala yang dipergunakan peneliti yaitu skala *likert*, dengan diberi skor antara lain :

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

2. Observasi

Metode pengumpulan data yang disebut observasi melibatkan melakukan pengamatan dan merekam keadaan atau perilaku objek sasaran.¹⁷

Teknik observasi meliputi observasi sistematis dan pencatatan fenomena yang diselidiki. Lebih dari sekedar pengamatan yang dilakukan secara langsung atau tidak langsung merupakan pengamatan yang sebenarnya. Yang dimaksud dengan “metode observasi” adalah metode pengumpulan data melalui pengamatan langsung di lapangan terhadap situasi atau peristiwa, sebagaimana telah dikemukakan di atas.

Studi ini membuat jenis pengamatan berikut:¹⁸

- a. Observasi non-partisipan, artinya penulis tidak terlibat langsung dalam kegiatan orang-orang yang diamati dan tidak berpartisipasi di dalamnya..
- b. Observasi berstruktur, artinya penulis mengacu pada pedoman yang telah disiapkannya saat melakukan observasi.

Adapun data yang diperoleh dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

- a. Masyarakat Kabupaten Pati yang menggunakan Produk Scarlett.
- b. Ibu rumah tangga yang menggunakan produk Scarlett di Kabupaten Pati.
- c. Pelajar yang menggunakan produk Scarlett di Kabupaten Pati.
- d. Mahasiswa yang menggunakan produk Scarlett di Kabupaten Pati.

¹⁷ Abdurrahman Fatoni, *Metodologi Penelitian Dan Teknik Penyusunan Skripsi* (Jakarta: Rineka Cipta, 2011), hlm. 79.

¹⁸ Singarimbun Masri, Efendi Sofran, *Metode Penelitian Survey* (Jakarta: LP3ES, 1995), hlm. 47.

G. Uji Validitas dan Reliabilitas

1. Uji Validitas

Validitas adalah tingkat ketelitian antara data subyek suatu penelitian dengan kekuatan yang dapat dilaporkan oleh peneliti. Validitas suatu alat ukur ditentukan oleh ketelitian dan ketelitiannya dalam mengukur objek yang diukur. Alat pengukur harus tepat, terutama dengan asumsi alat tersebut akan digunakan sehingga legitimasi akan memberi para ahli lebih banyak bobot pada kebenaran data. Agar suatu instrumen penelitian dianggap valid, maka alat ukur yang digunakannya harus memiliki tingkat validitas yang tinggi.¹⁹

Korelasi *Pearon Product Moment* adalah metode pengujian yang sering digunakan peneliti untuk menguji validitas. Ada uji kepentingan r hitung $\geq r$ tabel, sehingga setiap soal memiliki hubungan kritis dengan bilangan (dikonfirmasi). Rumus yang digunakan adalah :

$$r = \frac{n\Sigma - (\Sigma x)(\Sigma y)}{\sqrt{\{n\Sigma x^2 - (\Sigma x)^2\}\{n\Sigma y^2 - (\Sigma y)^2\}}}$$

Sumber : Buku Metode Penelitian Kuantitatif

Keterangan :

r = koefisien korelasi

ΣX = total item

ΣY = total nilai total (seluruh item)

n = total responden

Uji validitas dilakukan dengan membandingkan skor korelasi hitung dengan skor r tabel hitung pada $df = n-k$, dimana n adalah jumlah sampel dan k adalah jumlah variabel.²⁰

2. Uji Reliabilitas Instrumen

Gagasan bahwa suatu instrumen dapat cukup dipercaya untuk digunakan sebagai alat pengumpul data karena baik dikenal dengan istilah reliabilitas.²¹ Uji reliabilitas merupakan alat ukur angket yang merupakan bagian dari indeks

¹⁹ Burhan Bungin, *Metodologi Penelitian Kuantitatif*, (Jakarta : Kencana, 2006), hlm. 98

²⁰ Masrukhin, *Metode Penelitian Kuantitatif* (Kudus: Mibarda Publishing, 2009), hlm. 34.

²¹ Etta Mamang Sangadji, Sopiha, *Metodologi Penelitian Pendekatan Praktis Dalam Penelitian* (Yogyakarta: Andi Offset, 2010), hlm. 22.

variabilitas. Angket diutarakan reliabel atau cakup, apabila tanggapan seseorang kepada fakta tidak berubah dari masa ke masa. Tolak ukur diutarakan reliabel, apabila skor yang ditentukan pada tahap penilaian melalui uji statistik *Cronbach Alpha* > 0,60. Sebaliknya apabila *Cronbach Alpha* < 0,60 disebut tidak reliabel.²² Untuk mengukur reliabilitas digunakan rumus berikut :

$$r_{ac} = \left(\frac{k}{k-1} \right) \left[1 - \frac{\sum \sigma_b^2}{\sigma_t^2} \right]$$

Keterangan :

r_{ac} = koefisien reliabilitas alpha cronbach

k = banyak butir/item pertanyaan

$\sum \sigma_b^2$ = jumlah/total varians per-butir/item pertanyaan

σ_t^2 = jumlah atau total varians

Sumber : Buku Penelitian Metode Kuantitatif

H. Uji Asumsi Klasik

Data riset dianalisis menggunakan teknik telaah statistik inferensial membutuhkan pembuktian yang berkaitan dengan uji asumsi klasik (uji prasyarat) dalam data yang tersedia, melalui maksud guna menentukan penularan data. Cara pembuktian yang bisa digunakan antara lain adalah uji normalitas, uji autokorelasi, uji heteroskedasitas, dan uji multikolinieritas.²³

1. Uji Normalitas

Uji normalitas bertujuan untuk menentukan apakah variabel residual atau variabel pengganggu model regresi berdistribusi normal. Gambar normal P-Plot mengungkapkan hasil uji normalitas. Distribusi titik citra dapat digunakan dengan metode P-Plot normal untuk menentukan apakah suatu residual (data) berdistribusi normal atau tidak. Jika sebaran titik-titik tersebut mendekati atau sangat dekat dengan garis lurus (diagonal), maka residual (data) dikatakan berdistribusi normal. Namun, distribusinya tidak normal jika titik-titik ini tersebar jauh dari garis.²⁴

²² Masrukhin, *Metode Penelitian Kuantitatif*, hlm. 35.

²³ Masrukhin, *Metode Penelitian Kuantitatif*, hlm. 36.

²⁴ Ghozali, Imam, *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program IBM SPSS 25*, Edisi ke 9 (Semarang: Badan Penerbit UNDIP, 2018), hlm. 41.

Salah satu contoh normalitas yang dapat digunakan untuk mengidentifikasi data berdistribusi normal adalah *One Sample Kolmogorov Smirnov Test*, yang juga disebut sebagai uji *Asym. Sig. (2-tailed)* harus secara signifikan lebih tinggi dari 0,005 untuk signifikansi statistik.

2. Uji Heteroskedastisitas

Model regresi yang dikenal dengan uji heteroskedastisitas digunakan untuk menentukan apakah satu pengamatan residual memiliki kesamaan varian dengan yang lain atau sebaliknya. *homoskedastisitas* terjadi ketika varian residu antara dua pengamatan adalah sama heteroskedastisitas terjadi jika berbeda.

Untuk melihat apakah ada heteroskedastisitas, plot grafik dapat digunakan antara estimasi skor variabel dependen, ZPRED, dan residu SREID. Ada tidaknya pola heteroskedastisitas dapat ditentukan jika terdapat grafik scatterplot antara SREID dan ZPRED, dengan sumbu Y merepresentasikan estimasi Y dan sumbu X merepresentasikan residual (Y diduga- Y sebenarnya) yang telah dipelajari.²⁵

3. Uji Multikolinieritas.

Uji multikolinieritas bertujuan untuk mengetahui apakah model regresi menunjukkan bahwa variabel bebas (*independent*) berkorelasi. Dalam model regresi yang andal, seharusnya tidak ada korelasi antara variabel independen. Multikolinieritas model regresi dapat ditentukan dengan menggunakan nilai tolerance dan antagonisnya yaitu *Variance Inflation Factor*. Toleransi adalah pengukuran variabilitas dari variabel independen terpilih yang tidak dapat dijelaskan oleh variabel independen lainnya. Nilai VIF yang tinggi sesuai dengan nilai toleransi yang rendah karena $VIF = 1/\text{Toleransi}$. Saat mencari multikolinieritas, nilai toleransi 0,10, yang sama dengan nilai VIF 10, biasanya digunakan sebagai titik potong.²⁶

I. Teknik Analisis Data

1. Analisis Regresi Berganda

Satu variabel dependen dan dua atau lebih variabel independen menjadi fokus analisis regresi berganda. Hubungan langsung yang ada antara setidaknya dua faktor adalah tujuan

²⁵ Ghozali, Imam, *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program IBM SPSS 25*, hlm 42.

²⁶ Ghozali, Imam, *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS 25*, hlm. 43.

dari berbagai penyelidikan kekambuhan. di mana satu variabel adalah variabel dependen (tergantung) dan yang lainnya adalah variabel independen (bebas). Analisis menghasilkan koefisien regresi untuk masing-masing variabel independen.

Koefisien ini dapat diperoleh dengan menggunakan persamaan untuk memprediksi nilai variabel dependen. Selain menunjukkan arah hubungan yang terjalin antara variabel bebas dan variabel terikat, analisis regresi juga mengukur tingkat kekuatan hubungan yang terjalin antara dua variabel atau lebih. Penelitian ini bertujuan untuk menyelidiki hubungan antara variabel independen (persepsi harga, kualitas produk, dan citra merek) dan variabel dependen (loyalitas pelanggan). Model persamaan regresi linier berganda dengan rumus sebagai berikut:²⁷

$$Y = a + b^1X^1 + b^2X^2 + b^3X^3 + e$$

Keterangan :

Y = Loyalitas pelanggan

a = konstanta

b¹ = koefisien regresi variabel persepsi harga

b² = koefisien regresi variabel kualitas produk

b³ = koefisien regresi variabel citra merek

X¹ = persepsi harga

X² = kualitas produk

X³ = citra merek

2. Uji Koefisien Determinasi (R²)

Kapasitas model untuk memahami variabel dependen diestimasi dengan menggunakan koefisien jaminan (R²). Koefisien jaminan berkisar antara 0 dan 1. Ketidakberdayaan faktor bebas untuk cukup memahami variabel dependen ditunjukkan oleh harga R² yang rendah. Jika variabel independen memiliki nilai mendekati 1, hampir semua informasi yang diperlukan untuk memprediksi variasi variabel dependen terkandung di dalamnya.²⁸

3. Uji t (Parsial)

Pada dasarnya mengungkapkan seberapa besar pengaruh satu variabel independen terhadap variabel dependen dengan

²⁷ Fridayana Yudiatmaja, *Analisis Regresi Dengan Menggunakan Aplikasi Komputer Statistik SPSS* (Jakarta: PT. Gramedia Pustaka Utama, 2013), hlm. 77.

²⁸ Ghozali, Imam, *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program IBM SPSS 25*, hlm. 43.

mengasumsikan bahwa variabel independen lainnya tetap konstan. Nilai tabel t-statistik ditentukan dengan membagi 0,05 dengan 2 (karena terdapat dua arah) atau 0,025 dengan derajat kebebasan, atau $df = (n-k-1)$, dimana n adalah banyaknya pengamatan dan k adalah banyaknya variabel. Nilai kemungkinan yang didapat dari hasil penanganan data menggunakan program Pengukuran Parametrik SPSS adalah alasan untuk pilihan untuk menguji spekulasi pada tingkat tertentu.²⁹

- a. Jika signifikansi $> 0,025$ maka H_0 diterima
- b. Jika signifikansi $< 0,025$ maka H_0 ditolak

Jika tingkat signifikansi kurang dari 0,025, maka hipotesis yang diajukan dianggap signifikan (H_a diterima, dan H_0 ditolak). Hipotesis diterima karena hal ini menunjukkan bahwa variabel dependen Y secara signifikan dipengaruhi oleh dua variabel independen yaitu X_1 dan X_2 .

Jika tingkat signifikansi lebih besar dari 0,025 (H_0 diterima dan H_a ditolak), hipotesis yang diajukan ditolak atau dianggap tidak signifikan. Hal ini menunjukkan bahwa variabel independen (X_1 dan X_2) tidak berpengaruh signifikan terhadap variabel dependen (Y).

4. Uji Hipotesis Secara Simultan (Uji F)

Uji F digunakan untuk melihat apakah variabel independen dan dependen keduanya berpengaruh secara bersamaan. Model persamaan regresi termasuk dalam kriteria yang sesuai jika variabel bebas dan variabel terikat berpengaruh secara simultan. Pengaruh bersamaan, di sisi lain, termasuk dalam kategori yang tidak pantas. Keputusan untuk menguji hipotesis secara simultan didasarkan pada nilai probabilitas hasil pengolahan data SPSS.³⁰

- a. Jika signifikansi $> 0,025$ maka H_0 diterima
- b. Jika signifikansi $< 0,025$ maka H_0 ditolak

Jika tingkat signifikansi lebih kecil dari 0,025 (H_a diterima dan H_0 ditolak), hipotesis dikatakan signifikan, yang menunjukkan bahwa kedua variabel independen (X_1 dan X_2) berpengaruh signifikan terhadap variabel dependen (Y). Jika tingkat signifikansi lebih besar dari 0,025 (H_0 diterima dan H_a ditolak), hipotesis yang diajukan ditolak atau dianggap tidak signifikan.

²⁹ Ghazali, Imam, *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program IBM SPSS 25*, hlm. 44.

³⁰ Syofian Siregar, *Metode Penelitian Kuantitatif: Dilengkapi Dengan Perbandingan Perhitungan Manual Dan SPSS*, hlm. 61.

diterima), maka hipotesis ditolak atau dianggap tidak signifikan, yang menunjukkan bahwa variabel independen (X_1 dan X_2) tidak berpengaruh signifikan terhadap variabel dependen (Y).

