

BAB III METODE PENELITIAN

A. Jenis dan Pendekatan Penelitian

1. Jenis Penelitian

Jenis penelitian ini adalah penelitian lapangan (*field research*). Dikatakan *field research* karena saat melakukan penelitian ini peneliti terlibat langsung dengan responden dengan mendatangi responden untuk mencari sebuah informasi atau mendapatkan data.¹

2. Pendekatan Penelitian

Metode yang digunakan dalam penelitian ini mengadopsi metode kuantitatif dengan pendekatan deduktif. Penggunaan metode ini dikarenakan penelitian ini mempunyai sifat umum menjadi khusus artinya penelitian diawali dengan adanya sebuah teori kemudian dari teori tersebut diadakan penelitian untuk membuktikannya.² Hal ini dilakukan untuk mengolah angka-angka dari penyebaran kuesioner untuk mendapatkan hasil yang kemudian dapat menghasilkan informasi yang penting untuk pengambilan keputusan.³

B. Setting Penelitian

Penelitian ini dilakukan di Minimarket Assanda Kudus yang berlokasi di Desa Rejosari, Kecamatan Dawe, Kabupaten Kudus. Subyek yang diteliti adalah pelanggan yang mempunyai *membership card* di Minimarket Assanda Kudus. Peneliti memilih subyek tersebut karena peneliti ingin meneliti lebih dalam mengenai adanya pengaruh program *membership card* dan kualitas pelayanan terhadap loyalitas pelanggan Minimarket Assanda Kudus.

C. Populasi Dan Sampel

1. Populasi

Populasi adalah jumlah total obyek/subyek dengan keunggulan dan karakteristik yang dipilih untuk digunakan dan

¹ Iqbal Hasan, *Analisis Data Penelitian Dengan Statistik* (Jakarta: PT Bumi Aksara, 2004), 5.

² V. Wiratna Sujarweni, *Metodologi Penelitian Bisnis & Ekonomi* (Yogyakarta: Pustaka Baru Press, 2015), 17.

³ Mudjarat Kuncoro, *Metode Kuantitatif Teori Dan Aplikasi Untuk Bisnis Dan Ekonomi* (Yogyakarta: AMP YKPN, 2001), 1.

dipelajari agar dapat menarik kesimpulan.⁴ Populasi penelitian ini adalah pelanggan Minimarket Assanda Kudus yang memiliki *membership card* yaitu sebanyak 965 *membership card*.

2. Sampel

Sampel yaitu bagian tertentu dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi. Menggunakan sampel dalam penelitian kuantitatif merupakan salah satu cara untuk melakukan efisiensi karena keterbatasan peneliti untuk menjangkau semua populasi yang seringkali membutuhkan waktu yang lama dan biaya yang besar.

Sampel yang digunakan dalam penelitian ini menggunakan rancangan *purposive sampling*. Pada teknik ini pengambilan sampel bukan didasarkan strata, keacakan, atau daerah, tetapi didasarkan atas tujuan dan pertimbangan tertentu.⁵

Pengambilan jumlah sampel menggunakan rumus Slovin

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

Dimana:

n = Jumlah anggota sampel

N = Jumlah anggota populasi

e = *error level*

Dari rumus diatas, maka jumlah sampel yang ditetapkan dalam penelitian ini adalah:

$$n = \frac{965}{1 + 965 (10\%)^2}$$

$$n = \frac{965}{10,65}$$

$$n = 90$$

Berdasarkan perhitungan diatas sampel yang mejadi responden dalam penelitian ini sebanyak 90 responden namun di sesuaikan menjadi sebanyak 100 responden atau sekitar 10% dari seluruh total member di Minimarket Assanda Kudus, peneliti menganggap jumlah sampel sudah mewakili seluruh populasi dan hal ini dilakukan untuk kemudahan penanganan data dan untuk hasil pengujian yang lebih baik.

⁴ Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif Dan R&D* (Bandung: Alfa Beta, 2013), 115.

⁵ Etta Mamang Sangadji dan Sopiah, *Perilaku Konsumen*, 314-315.

D. Identifikasi Variabel

Berdasarkan hubungan antar variabel, variabel dapat diklasifikasikan menjadi dua jenis: variabel independen dan variabel dependen.

1. Variabel Bebas (Independen)

Variabel bebas adalah variabel yang menyebabkan terjadinya perubahan, yaitu perubahan variabel bebas dapat menyebabkan munculnya variabel terikat.⁶ Yang menjadi variabel bebas dalam penelitian ini adalah:

- a. Program *Membership Card* (X1)
- b. Kualitas Pelayanan (X2)

2. Variabel Terikat (Dependen)

Variabel terikat (dependen) yaitu variabel yang dipengaruhi atau yang menjadi akibat karena adanya variabel bebas.⁷ Variabel dependen pada penelitian ini adalah loyalitas pelanggan (Y).

E. Variabel Operasional

Variabel operasional diperlukan untuk penjabaran konsep dengan membedakan antara teori dan analisis didalam sebuah penelitian.⁸ Definisi operasional variabel penelitian, diantaranya:

Tabel 3.1

Definisi Operasional Variabel

Variabel	Definisi Variabel	Indikator	Skala
Program <i>Membership Card</i> (X1)	Program <i>membership</i> adalah suatu implementasi strategi yang bersifat menjalin hubungan yang erat dengan pelanggan dengan memberikan banyak keuntungan. ⁹	<ol style="list-style-type: none"> 1. Potongan harga/hadiah. 2. Dilayani lebih baik. 3. Hubungan sosial lebih baik. 4. Penawaran lebih baik. 	Likert

⁶ Nur Indriantoro dan Bambang Supomo, *Metodologi Penelitian Bisnis Untuk Akuntansi & Manajemen* (Yogyakarta: BPFE, 2002), 63.

⁷ V. Wiratna Sujarweni, *Metodologi Penelitian Bisnis & Ekonomi*, 75.

⁸ V. Wiratna Sujarweni, *Metodologi Penelitian Bisnis & Ekonomi*, 75–77.

⁹ Chika Monika dan Farah Oktafani, “Pengaruh Program *Membership* Terhadap Loyalitas Pelanggan Di Chatime Bandung,” *EProceedings of Management* 8, no. 1 (2021): 434.

<p>Kualitas Pelayanan (X2)</p>	<p>Kualitas layanan dapat dipahami sebagai tingkat kesempurnaan yang diharapkan dan pengendalian tingkat kesempurnaan ini untuk memuaskan keinginan pelanggan.¹⁰</p>	<ol style="list-style-type: none"> 1. <i>Tangibles</i> (bukti langsung). 2. <i>Reliability</i> (keandalan). 3. <i>Responsiveness</i> (daya tanggap). 4. <i>Assurance</i> (jaminan). 5. <i>Empathy</i> (empati).¹¹ 	<p>Likert</p>
<p>Loyalitas Pelanggan (Y)</p>	<p>Loyalitas pelanggan adalah bentuk respon positif pelanggan terhadap suatu produk atau jasa dalam jangka waktu yang panjang untuk melakukan pembelian ulang secara konsisten dan tidak terpengaruh oleh daya tarik pesaing serta merekomendasikan produk atau jasa tersebut kepada orang lain.</p>	<ol style="list-style-type: none"> 1. <i>Repeat purchase</i>. 2. Pembelian lebih dari satu produk yang ditawarkan. 3. <i>Positive word of mouth</i>. 4. <i>Product Recommendation</i>. 	<p>Likert</p>

F. Teknik Pengumpulan Data

1. Sumber Data

Data merupakan bahan mentah yang harus diolah untuk menghasilkan informasi baik kualitatif maupun kuantitatif, yang mengungkap kebenaran. Sumber data dibagi kedalam dua kategori:

a. Data Primer

Data primer yaitu data yang diambil oleh peneliti sendiri, diambil langsung dari sumber primer atau dari tempat dilakukannya penelitian. Data primer yang ada dalam

¹⁰ Muhammad Lutfi Rizaldi dan Resti Hardini, “Pengaruh Kualitas Pelayanan, Brand Image Dan Customer Relationship Management Terhadap Loyalitas Pelanggan Indomaret Kelurahan Padurenan, Bekasi Timur,” *Oikonomia: Jurnal Manajemen* 14, no. 2 (2019): 79, <https://doi.org/10.47313/oikonomia.v14i2.522>.

¹¹ Etta Mamang Sangadji dan Sopiah, *Perilaku Konsumen (Pendekatan Praktis Disertai Himpunan Jurnal Penelitian)* (Yogyakarta: Andi Offset, 2018), 100-101.

penelitian ini merupakan data dari penyebaran kuesioner yang bersumber pada responden yang berjumlah 100 orang.

b. Data Sekunder

Data sekunder adalah data yang bisa didapatkan melalui perantara ataupun dalam bentuk dokumen. Penelitian ini memanfaatkan referensi teori pendukung dan hasil penelitian terdahulu.¹²

2. Metode Pengumpulan Data

Pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini yaitu dengan menggunakan metode observasi, wawancara dengan alat pengumpulan data berupa kuesioner. Teknik dalam pengumpulan data dalam penelitian ini adalah:

1. Kuesioner (Angket)

Penelitian ini, peneliti memilih format kuesioner. Kuesioner adalah seperangkat pertanyaan tertulis yang dijawab oleh responden untuk memecahkan masalah penelitian dan memperoleh data lapangan untuk menguji hipotesis penelitian. Kuesioner/angket ini biasanya dibagikan kepada calon responden dalam bentuk pertanyaan atau pernyataan tertutup/terbuka.¹³

Penelitian ini dilakukan pengukuran dengan menggunakan skala likert. Skala likert yaitu skala yang digunakan untuk mengukur sikap atau perilaku, opini atau pendapat mengenai keadaan sosial. Umpan balik untuk setiap item dalam alat skala Likert berkisar dari 1 sampai 5.¹⁴ Berikut ini dijelaskan penentuan skala likert yang memberikan skor untuk 1 sampai 5 item yang dipilih, yaitu:

Tabel 3.2
Alternatif Jawaban Responden

Simbol	Alternatif Jawaban	Nilai
SS	Sangat Setuju	5
S	Setuju	4
N	Netral	3
TS	Tidak Setuju	2
STS	Sangat Tidak Setuju	1

¹² V. Wiratna Sujarweni, *Metodologi Penelitian Bisnis & Ekonomi*, 156.

¹³ V. Wiratna Sujarweni, *Metodologi Penelitian Bisnis & Ekonomi*, 98.

¹⁴ V. Wiratna Sujarweni, *Metodologi Penelitian Bisnis & Ekonomi*, 104.

Kuesioner Penelitian

Pengaruh Program *Membership Card* Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Loyalitas Pelanggan (Studi Kasus Pada Minimarket Assanda Kudus)

Identitas Responden

1. Nama Responden :
2. Alamat :
3. Jenis Kelamin
 Laki laki Perempuan
4. Usia saat ini
 15-20 tahun 31-40 tahun
 21-25 tahun 41-50 tahun
 26-30 tahun > 50 tahun
5. Pendidikan terakhir
 SD Diploma
 SMP Sarjana
 SMA
6. Pekerjaan
 Pelajar PNS
 Mahasiswa Pegawai Swasta
 Wiraswasta TNI/POLRI
7. Pendapatan perbulan
 < Rp 500.000
 ≥ Rp 500.000 – Rp 1.000.000
 > Rp 1.000.000 – Rp 2.000.000
 > Rp 2.000.000 – Rp 3.000.000
 > Rp 3.000.000

Daftar Pertanyaan

Tabel 3.3
Kuesioner Penelitian

No.	Pernyataan	Jawaban				
	Variabel Program Membership Card (X1)	STS	TS	N	S	SS
	Manfaat Diskon	1	2	3	4	5
1.	Saya mendapatkan diskon saat berbelanja produk tertentu dalam jumlah tertentu dengan menggunakan <i>membership card</i> .					
2.	Saya memperoleh hadiah					

	dengan menukarkan poin yang sudah saya kumpulkan.					
3.	Benefit dari <i>membership card</i> saya ketahui pada saat awal pembuatan <i>membership card</i> .					
4.	Saya mendapatkan harga lebih terjangkau dengan menggunakan <i>membership card</i> .					
5.	Penukaran poin dapat dilakukan dengan sangat mudah.					
	Manfaat dilayani lebih baik	1	2	3	4	5
1.	Saya mendapatkan pelayanan khusus <i>membership card</i> yaitu pemesanan produk via chat.					
2.	Saya mendapatkan layanan pesan antar gratis jika berbelanja dalam jumlah tertentu.					
	Ikatan hubungan sosial dengan karyawan	1	2	3	4	5
1.	Karyawan dapat mengenali saya ketika berbelanja.					
2.	Karyawan dapat menyapa dengan menyebut nama saya dengan benar.					
3.	Karyawan dapat mengingat produk apa saja yang sering saya beli.					
	Mendapatkan banyak penawaran	1	2	3	4	5
1.	Saya mendapatkan penawaran khusus <i>membership</i> seperti <i>bundling</i> produk dengan harga lebih terjangkau.					
2.	Saya mendapatkan produk gratis jika membeli 1 macam barang tertentu (<i>buy one get one free</i>).					
3.	Saya mendapatatkan produk gratis jika berbelanja dengan					

	nominal yang besar.					
No.	Pernyataan	Jawaban				
	Variabel Kualitas Pelayanan (X2)	STS	TS	N	S	SS
	Tangibility (bukti fisik)	1	2	3	4	5
1.	Kondisi ruangan di Minimarket Assanda Kudus tertata rapi dan bersih sehingga memudahkan saya untuk mencari produk yang saya inginkan.					
2.	Penampilan dari karyawan Minimarket Assanda Kudus rapi.					
3.	Mempunyai tempat parkir yang luas.					
	Reliability (kehandalan)	1	2	3	4	5
1.	Minimarket Assanda Kudus buka sesuai dengan waktu yang ditetapkan yaitu pukul 07.00 WIB.					
2.	Minimarket Assanda Kudus tutup sesuai dengan waktu yang ditetapkan yaitu pukul 21.00 WIB.					
3.	Pelayanan saat di kasir Minimarket Assanda Kudus cepat dan tidak menunggu lama.					
4.	Karyawan selalu tepat dalam memberikan uang kembalian.					
	Responsiveness (daya tanggap)	1	2	3	4	5
1.	Karyawan selalu menghampiri pelanggan yang terlihat kebingungan dalam mencari produk.					
2.	Karyawan selalu cepat dalam merespon pelanggan jika dibutuhkan.					
3.	Karyawan Minimarket Assanda Kudus tanggap dalam menjelaskan produk yang tidak					

	diketahui oleh konsumen.					
	Assurance (Jaminan)	1	2	3	4	5
1.	Harga yang tertera pada rak produk sesuai dengan harga di kasir.					
2.	Karyawan Minimarket Assanda Kudus tidak pernah lupa memberikan struk belanja kepada konsumen.					
3.	Minimarket Assanda Kudus dilengkapi dengan CCTV untuk menjaga keamanan.					
4.	Karyawan mengetahui letak produk ketika saya bertanya.					
5.	Karyawan mengetahui dengan pasti persediaan barang yang ada di Minimarket Assanda Kudus.					
6.	Karyawan memberikan penawaran kantong belanja menggunakan kardus jika pelanggan berbelanja dalam jumlah banyak.					
	Empathy (empati)	1	2	3	4	5
1.	Karyawan selalu menampakkan senyum ketika melihat pelanggan.					
2.	Karyawan tidak menyela ucapan pelanggan ketika menanyakan sesuatu.					
3.	Karyawan memperjelas permintaan pelanggan dengan mengulangnya menggunakan bahasa yang mudah dipahami.					
4.	Karyawan selalu mengucapkan "terima kasih" di akhir pelayanan.					
No.	Pernyataan	Jawaban				
	Loyalitas Pelanggan (Y)	STS	TS	N	S	SS
	Repeat purchase	1	2	3	4	5
1.	Saya selalu berbelanja					

	kebutuhan saya di Minimarket Assanda Kudus.					
2.	Saya selalu berbelanja di Minimarket Assanda Kudus 2-3 kali setiap minggunya.					
3.	Saya berbelanja di Minimarket Assanda Kudus dalam skala nominal belanja besar (\geq Rp100.000).					
4.	Saya berbelanja di Minimarket Assanda Kudus dalam skala nominal belanja kecil ($<$ Rp 100.000).					
	<i>Cross or Add-on selling</i>	1	2	3	4	5
1.	Saya membeli lebih dari 1 macam produk setiap kali berbelanja (misal lebih dari 1 macam : susu, pampers, dll.).					
2.	Saya membeli produk yang ditawarkan oleh karyawan.					
	<i>Positive word of mouth</i>	1	2	3	4	5
1.	Saya menceritakan pengalaman baik yang saya terima di Minimarket Assanda Kudus kepada orang lain.					
2.	Saya memberikan informasi kepada orang lain tentang pelayanan yang saya terima ketika berbelanja di Minimarket Assanda Kudus.					
3.	Saya memberikan informasi tentang keuntungan yang diperoleh dari kepemilikan <i>membership card</i> Minimarket Assanda Kudus kepada orang lain.					
	<i>Product recommendation</i>	1	2	3	4	5
1.	Saya merekomendasikan Minimarket Assanda Kudus kepada teman dan saudara saya yang ingin berbelanja.					

2.	Saya menyarankan rekan atau orang lain untuk membuat <i>membership card</i> di Minimarket Assanda Kudus.					
----	--	--	--	--	--	--

2. Metode Wawancara

Metode wawancara adalah fase di mana peneliti memberikan serangkaian pertanyaan secara lisan dan terlibat langsung dengan sumber penelitian untuk mendapatkan informasi.¹⁵

3. Metode Observasi

Metode observasi adalah metode atau teknik pengumpulan data dengan cara mengamati dan mendekati secara sistematis gejala atau fenomena yang ada pada subjek penelitian. Dengan demikian observasi dilakukan untuk melihat kondisi lingkungan daerah yang akan diteliti dan dapat melihat secara langsung kondisi yang terjadi di lapangan.¹⁶

G. Teknik Analisis Data

Penyajian data yang baik sangat diperlukan agar hasil pengolahan data dapat dijadikan acuan untuk mengambil keputusan. Analisis data dilakukan dengan urutan sebagai berikut:

1. Uji Validitas dan Reliabilitas Instrumen

a) Uji Validitas

Uji validitas berfungsi untuk mengetahui valid atau tidaknya sebuah angket atau kuesioner. Sebuah kuesioner dapat dikatakan valid apabila kuesioner tersebut berisi pertanyaan yang dapat menjawab data yang dibutuhkan didalam suatu penelitian. Kuesioner dapat dikatakan sah apabila r_{hitung} lebih besar dari r_{tabel} ($r_{hitung} > r_{tabel}$), begitupun sebaliknya apabila r_{hitung} lebih kecil daripada r_{tabel} ($r_{hitung} < r_{tabel}$) maka kuesioner tersebut dinyatakan tidak sah.¹⁷

¹⁵ Nur Indriantoro dan Bambang Supomo, *Metodologi Penelitian Bisnis Untuk Akuntansi & Manajemen* (Yogyakarta: BPFE, 2002), 162.

¹⁶ Sugiyono, *Metode Penelitian Kombinasi Mixed Methods* (Bandung: Alfa Beta, 2017), 58.

¹⁷ V. Wiratna Sujarweni, *Metodologi Penelitian Bisnis & Ekonomi* (Yogyakarta: Pustaka Baru Press, 2015), 108.

b) Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas merupakan sebuah pengujian untuk mengukur kuesioner yang mana kuesioner tersebut menjadi indikator salah satu variabel. Kuesioner dikatakan reliabel jika pertanyaan dalam kuesioner dapat dijawab oleh responden dengan konsisten di setiap waktu. Apabila *Cronbach Alpha* menunjukkan angka lebih besar dari 0,60 maka sebuah variabel dapat dinyatakan reliabel.¹⁸

2. Uji Asumsi Klasik

a) Uji Normalitas

Uji normalitas yang digunakan pada penelitian ini yaitu uji statistik non-parametrik Kolmogorov Smirnov. Ketentuan pengujian dikatakan normal apabila nilai signifikansi yang didapatkan dari uji normalitas lebih besar dari taraf signifikansi 0,05. Uji normalitas ini dilakukan untuk dapat mengetahui pada model regresi, nilai residual berdistribusi normal atau tidak.¹⁹

b) Uji Heteroskedastisitas

Heteroskedastisitas adalah ketika residual/kesalahan model yang diamati tidak memiliki bentuk lain yang konstan di antara pengamatan. Artinya setiap penelitian memiliki reliabilitas yang berbeda karena kondisi latar belakang yang berbeda.

Mendeteksi terjadinya heteroskedastisitas dapat dilakukan dengan mengamati pola-pola tertentu pada *scatterplot* antara SRESID dan ZPRED. Model regresi tidak mengalami heteroskedastisitas jika melihat pola acak dan titik-titik menyebar di atas dan di bawah angka 0 (nol) pada sumbu Y plot.

c) Uji multikolinearitas

Uji multikolinearitas dilakukan dengan tujuan untuk mengetahui apakah terdapat kesamaan diantara variabel bebas pada model regresi yang digunakan pada penelitian. Uji multikolinearitas ini dapat dikatakan lolos apabila nilai toleransinya $>0,10$ dan nilai VIF <10 . Hal ini dapat diketahui dengan merujuk pada nilai VIF dan tolerance pada tabel olah

¹⁸ V. Wiratna Sujarweni, *Metodologi Penelitian Bisnis & Ekonomi*, 157-158.

¹⁹ V. Wiratna Sujarweni, *Metodologi Penelitian Bisnis & Ekonomi*, 225.

data. Korelasi yang kuat terjadi ketika ada kesamaan antara variabel independen.²⁰

3. Analisis Regresi Berganda

Analisis regresi berganda dapat digunakan apabila terdapat dua ataupun lebih variabel bebas. Analisis ini digunakan untuk dapat mengetahui naik atau turunnya variabel terikat yang dipengaruhi oleh variabel bebas.²¹

Analisis regresi linier berganda digunakan untuk menganalisis pengaruh beberapa variabel bebas (X) terhadap suatu variabel terikat (Y) secara bersama-sama.

Analisis regresi digunakan untuk mengetahui pengaruh program kartu anggota dan kualitas layanan terhadap loyalitas pelanggan. Analisis regresi juga digunakan untuk menguji validitas hipotesis yang diajukan dalam penelitian ini sehingga persamaan regresi berganda estimasinya:

$$Y = a + \beta_1 X_1 + \beta_2 X_2 + e$$

Dimana:

Y = Loyalitas Pelanggan.

a = Konstanta dari Persamaan Regresi.

X_1 = Program *Membership Card*.

X_2 = Kualitas Pelayanan.

β_1 = Koefisien Regresi Dari Variabel Program *Membership Card*.

β_2 = Koefisien Regresi Dari Variable Kualitas Pelayanan.²²

4. Koefisien Determinasi

Koefisien determinasi (*Goodness of fit*), dilambangkan dengan (R^2) merupakan ukuran penting dalam regresi. Adanya koefisien determinasi (R^2) digunakan untuk dapat mengetahui seberapa besar kesanggupan model untuk memberikan keterangan tentang variabel terikat.²³

5. Uji Signifikan Simultan (Uji F)

Uji F digunakan untuk menguji apakah terdapat pengaruh simultan (bersama-sama) variabel independen terhadap variabel dependen. Kriteria yang digunakan adalah:

a) Membandingkan F-hitung dengan F-tabel dimana,

²⁰ V. Wiratna Sujarweni, *Metodologi Penelitian Bisnis & Ekonomi*, 158-160.

²¹ Masrukhin, *Metodologi Penelitian Kuantitatif* (Kudus: Mibarda Publishing & Media Ilmu Press, 2015), 123.

²² V. Wiratna Sujarweni, *Metodologi Penelitian Bisnis & Ekonomi*, 60.

²³ V Wiratna Sujarweni, *Metodologi Penelitian Bisnis & Ekonomi*, 228.

F-hitung > F-tabel maka H_0 ditolak dan H_a diterima

F-hitung < F-tabel maka H_0 diterima dan H_a ditolak

- b) Melihat tingkat probabilitas atau signifikan, dimana nilai probabilitas atau signifikan harus lebih kecil dari 0,05 (<5%), maka dapat disimpulkan bahwa H_0 ditolak dan H_a diterima.²⁴

6. Uji Hipotesis Secara Parsial (Uji t)

Uji-t merupakan pengujian yang dilakukan secara parsial yang dimaksudkan untuk menentukan apakah variabel independen berpengaruh signifikan terhadap variabel dependen. Pengujian ini dilakukan dengan membandingkan nilai t-hitung dengan t-tabel dengan ketentuan jika t-hitung > t-tabel maka H_0 ditolak dan H_a diterima dan Jika $p < 0,05$ maka H_0 ditolak dan H_a diterima.²⁵



²⁴ V. Wiratna Sujarweni, *Metodologi Penelitian Bisnis & Ekonomi*, 164.

²⁵ V. Wiratna Sujarweni, *Metodologi Penelitian Bisnis & Ekonomi*, 229.