

## BAB III METODE PENELITIAN

### A. Jenis dan Pendekatan

Dilihat dari teknik pengumpulan datanya, jenis penelitian yang dilakukan adalah penelitian lapangan atau field research. Penelitian lapangan merupakan penelitian yang datanya diambil dari lapangan dan dilakukan secara sistematis.<sup>1</sup> Penelitian ini bertujuan untuk menguji dan menjelaskan pengaruh harga, suasana toko, dan kualitas pelayanan terhadap loyalitas pelanggan Rania *Beauty Cosmetics & Accessories*.

Pendekatan penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif, yaitu penelitian yang menekankan pada fenomena objektif dan dikaji menggunakan angka-angka, olah statistik, struktur serta percobaan terkontrol.<sup>2</sup> Pendekatan penelitian kuantitatif digunakan untuk meneliti suatu populasi atau sampel tertentu dengan pengumpulan datanya menggunakan instrumen penelitian. Data yang dianalisis bersifat kuantitatif atau statistik yang bertujuan menguji hipotesis yang telah ditentukan.<sup>3</sup>

### B. Setting Penelitian

*Setting* penelitian ditentukan sejak awal penelitian. Pada penelitian kuantitatif, *setting* penelitian ditentunkan ketika rumusan masalah, populasi dan sampel sudah ditetapkan. *Setting* penelitian menunjukkan objek yang akan diteliti disertai kondisi fisik dan sosial.<sup>4</sup>

*Setting* penelitian mencakup lokasi dan jadwal penelitian. Lokasi penelitian meliputi di mana penelitian tersebut akan dilakukan sedangkan jadwal penelitian meliputi waktu pelaksanaan. Penelitian

---

<sup>1</sup> Slamet Riyanto dan Aglis Andhita Hatmawan, *Metode Riset Penelitian Kuantitatif Penelitian di Bidang Manajemen, Teknik, Pendidikan, dan Eksperimen* (Yogyakarta: Deepublish Publisher, 2020), 4.

<sup>2</sup> Sandu Siyoto dan Ali Sodik, *Dasar Metodologi Penelitian* (Yogyakarta: Literasi Media Publishing, 2015), 11.

<sup>3</sup> Sugiyono, *Metode Penelitian Manajemen* (Bandung: CV Alfabeta, 2018), 35.

<sup>4</sup> Sigit Hermawan dan Amirullah, *Metode Penelitian Bisnis Pendekatan Kuantitatif & Kualitatif*, 47.

kuantitatif bersifat terstruktur sehingga pelaksanaan penelitian harus sesuai dengan jadwal yang sudah ditentukan.<sup>5</sup>

Adapun setting dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

1) lokasi penelitian

Lokasi pelaksanaan penelitian ini berada di Rania *Beauty Cosmetics and Accessories* yang beralamat di Jalan KH Agus Salim No.28A, Kudus 59318.

2) jadwal pelaksanaan penelitian : tanggal 13 Mei – 12 Juni 2023

### C. Populasi dan Sampel

Keseluruhan objek yang menjadi target penelitian berupa manusia, wilayah, lembaga, dan lain-lain untuk diamati dan diukur untuk mendapatkan kesimpulan penelitian disebut dengan populasi.<sup>6</sup> Populasi terdiri atas objek atau subjek yang memiliki karakteristik tertentu dan kualitas. Populasi ini ditetapkan untuk diteliti lalu ditarik kesimpulannya.<sup>7</sup> Adapun populasi dalam penelitian ini adalah seluruh pelanggan Rania *Beauty Cosmetics & Accessories*.

Bagian dari jumlah dan karakteristik suatu populasi disebut dengan sampel. Pengambilan sampel dari populasi dapat memudahkan peneliti dengan populasi penelitian yang besar. Pengambilan sampel ini harus dapat mewakili populasi tersebut karena hasil penelitian dari sampel tersebut dapat berlaku untuk populasi.<sup>8</sup>

Ada berbagai teknik pengambilan sampel yang dapat digunakan atau biasa disebut dengan teknik sampling. Pada penelitian ini, metode yang digunakan adalah metode *nonprobability sampling* dengan teknik *purposive sampling* yaitu sampel ditentukan dengan pertimbangan tertentu.<sup>9</sup>

Populasi dalam penelitian ini cukup besar dan tidak diketahui jumlah sebenarnya sehingga penentuan jumlah sampel dalam

---

<sup>5</sup> Nurwulan Purnasari, *Metodologi Penelitian* (Surakarta: Guepedia, 2021), 71.

<sup>6</sup> Adhi Kusumastuti, Ahmad Mustamil Khoiron, dan Taofan Ali Achmadi, *Metode Penelitian Kuantitatif* (Yogyakarta: Deepublish Publisher, 2020), 33.

<sup>7</sup> Sugiyono, *Metode Penelitian Manajemen*, 148.

<sup>8</sup> Sugiyono, 149.

<sup>9</sup> Sugiyono, 156.

penelitian ini menggunakan rumus Lemeshow dengan parameter proporsi satu kelompok sebagai berikut:<sup>10</sup>

$$\begin{aligned} n &= \frac{Z_{1-\frac{\alpha}{2}}^2 \times P(1-P)}{d^2} \\ &= \frac{(1,96)^2 \times 0,5(1-0,5)}{0,1^2} \\ &= \frac{3,8416 \times 0,25}{0,01} \\ &= \frac{0,9604}{0,01} \\ n &= 96,04 \end{aligned}$$

Keterangan:

$n$  : jumlah sampel

$Z_{1-\frac{\alpha}{2}}^2$  : 1,96 hasil dari *s statistic* untuk level kepercayaan pada  $\alpha$  5% atau 0,05

$P$  : proporsi (nilai  $p$  yang tidak diketahui sehingga menggunakan nilai  $p$  pada umumnya yaitu 50% atau 0,5)

$d^2$  : presisi atau batas kesalahan ditetapkan 10% atau 0,1

Berdasarkan perhitungan rumus Lemeshow di atas diketahui  $n=96,04$ . Untuk memudahkan proses penelitian, maka sampel yang diambil dalam penelitian ini jumlahnya dibulatkan menjadi 100 orang responden.

#### D. Desain dan Definisi Operasional Variabel

Salah satu komponen penting dalam penelitian adalah variabel penelitian. Variabel penelitian merupakan suatu besaran yang dapat berubah dan mempengaruhi hasil penelitian. Penggunaan variabel ini akan memudahkan peneliti dalam memahami permasalahan.<sup>11</sup>

Variabel penelitian juga diartikan sebagai suatu sifat atau atribut pada suatu objek yang memiliki variasi tertentu yang ditetapkan untuk diteliti dan diambil kesimpulannya.<sup>12</sup>

Adapun variabel yang digunakan dalam penelitian ini adalah variabel independen dan variabel dependen. Variabel independen

---

<sup>10</sup>I Ketut Swarjana, *Populasi-Sampel, Teknik Samplibg & Bias dalam Penelitian* (Yogyakarta: CV Andi Offset, 2022), 29–30.

<sup>11</sup>Sandu Siyoto dan Ali Sodik, *Dasar Metodologi Penelitian*, 50.

<sup>12</sup>Sugiyono, *Metode Penelitian Manajemen*, 96.

juga disebut dengan variabel bebas. Variabel independen merupakan variabel yang memberikan pengaruh atau menyebabkan perubahan pada variabel dependen. Variabel independen dalam penelitian adalah harga ( $X_1$ ), suasana toko ( $X_2$ ), dan kualitas pelayanan ( $X_3$ ). Sedangkan variabel dependen atau variabel terikat merupakan variabel yang menjadi akibat dari adanya variabel independen. Variabel dependen dalam penelitian ini adalah loyalitas pelanggan (Y).<sup>13</sup>

Definisi operasional dalam penelitian memberikan pemahaman pengoperasionalan suatu variabel dan menjadi dasar dalam menyusun indikator pengukuran. Definisi operasional merupakan petunjuk lengkap berisi apa yang harus diamati dan pengukuran variabel untuk menguji kebenarannya.<sup>14</sup>

Berikut ini adalah tabel definisi operasional variabel penelitian:

**Tabel 3. 1**  
**Definisi Operasional Variabel Penelitian**

Variabel	Definisi	Indikator	Skala
Harga ( $X_1$ )	Harga merupakan salah satu bauran pemasaran yang memiliki sifat fleksibel dan dapat memberikan pendapatan kepada perusahaan. <sup>15</sup>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Keterjangkauan harga</li> <li>2. Kesesuaian harga dengan kualitas produk</li> <li>3. Persaingan harga</li> <li>4. Kesesuaian harga dengan manfaat<sup>16</sup></li> </ol>	Likert
Suasana Toko ( $X_2$ )	Suasana toko merupakan karakteristik fisik toko dan lingkungan sekitarnya yang dapat	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Eksterior</li> <li>2. <i>General Interior</i></li> <li>3. Tata Letak Toko</li> <li>4. <i>Interior Point of Interest Display</i><sup>18</sup></li> </ol>	Likert

<sup>13</sup> Sugiyono, 96–97.

<sup>14</sup> Rahmawati, *Apa Saja Variabel Penelitian dalam Bidang Marketing? (Panduan bagi Peneliti Pemula)* (Yogyakarta: Deepublish Publisher, 2022), 5.

<sup>15</sup> Kotler, *Manajemen Pemasaran*, 519.

<sup>16</sup> Suwitho, *Pengusaha yang Sukses Pasti Menjaga Kepuasan Pelanggannya: Sebuah Monografi dari Sudut Pandang Manajemen Pemasaran*, 17.

Variabel	Definisi	Indikator	Skala
	mempengaruhi perasaan pelanggan ketika berada di dalam toko tersebut. <sup>17</sup>		
Kualitas Pelayanan (X <sub>3</sub> )	Kualitas pelayanan merupakan tingkat keunggulan yang sesuai dengan harapan dan dikelola untuk memenuhi harapan pelanggan. <sup>19</sup>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Keandalan</li> <li>2. Daya tanggap</li> <li>3. Jaminan</li> <li>4. Empati</li> <li>5. Bukti Fisik<sup>20</sup></li> </ol>	Likert
Loyalitas Pelanggan (Y)	Loyalitas pelanggan merupakan komitmen pelanggan kepada perusahaan yang secara sukarela menggunakan sebuah merek secara berulang dalam jangka waktu lama. <sup>21</sup>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Pembelian berulang.</li> <li>2. Kebiasaan mengonsumsi suatu merek.</li> <li>3. Sangat menyukai suatu merek</li> <li>4. Ketetapan menggunakan merek yang sama.</li> <li>5. Meyakini merek tersebut yang terbaik/</li> <li>6. Merekomendasikan kepada orang lain.<sup>22</sup></li> </ol>	Likert

<sup>18</sup> Barry Berman dan Joel R. Evans, *Retail Management*, 491–501.

<sup>17</sup> Abdullah dan Tantri, *Manajemen Pemasaran*, 60.

<sup>19</sup> Sangadji dan Sopiah, *Perilaku Konsumen-Pendekatan Praktis disertai Himpunan Jurnal Penelitian*, 97.

<sup>20</sup> Sangadji dan Sopiah, 98.

<sup>21</sup> Priansa, *Komunikasi Pemasaran Terpadu Pada Era Media Sosial*, 490–91.

<sup>22</sup> Sangadji dan Sopiah, *Perilaku Konsumen-Pendekatan Praktis disertai Himpunan Jurnal Penelitian*, 115.

## E. Uji Validitas dan Reliabilitas Instrumen

Akurasi perlu dimiliki oleh alat ukur atau instrumen agar hasil pengukuran dapat konsisten dan stabil tidak mengalami perubahan dari satu pengukuran ke pengukuran lainnya.<sup>23</sup> Alat ukur yang digunakan dalam penelitian ini adalah:

### 1. Uji Validitas

Validitas merupakan kemampuan alat ukur dalam mengukur sasaran ukurnya yang ditunjukkan pada isi dan kegunaan instrument. Uji validitas digunakan untuk mengukur sah atau tidaknya tiap pernyataan atau pertanyaan dalam kuesioner penelitian. Valid tidaknya instrument dapat dicari dengan membandingkan nilai  $r$  hitung (*Pearson Correlation*) dengan nilai  $r$  tabel. Apabila nilai  $r$  hitung lebih besar dari nilai  $r$  tabel maka instrumen penelitian tersebut valid begitu sebaliknya.<sup>24</sup>

Apabila hasil data yang diperoleh dari alat ukur yang digunakan valid maka instrumen tersebut dikatakan valid. Instrumen yang valid harus memiliki dua validitas. Pertama, validitas internal (rasional) apabila secara rasional atau teoritis kriteria pada instrumen mencerminkan apa yang diukur. Kedua, validitas eksternal, apabila dalam penyusunan instrumen didasarkan pada fakta empiris yang telah ada.<sup>25</sup>

### 2. Uji Reliabilitas

Sejauh mana hasil pengukuran bersifat terpercaya, tetap, dan terbebas dari galat pengukuran (*measurement error*) disebut dengan reliabilitas. Uji reliabilitas digunakan untuk mengetahui keandalan dan ketangguhan sebuah data. Uji reliabilitas diperoleh dengan membandingkan nilai *Cronbach's alpha* dengan tingkat signifikan yang digunakan. Biasanya tingkat signifikan yang digunakan dalam penelitian adalah 0,5-0,7 menyesuaikan kebutuhan penelitian. Apabila nilai *Cronbach's alpha* lebih besar

<sup>23</sup> Sandu Siyoto dan Ali Sodik, *Dasar Metodologi Penelitian*, 83–84.

<sup>24</sup> Budi Darma, *Statistika Penelitian Menggunakan SPSS (Uji Validitas, Uji Reliabilitas, Regresi Linear Sederhana, regresi Linear Berganda, Uji t, Uji F, R2)* (Jakarta: Guepedia, 2021), 7–8.

<sup>25</sup> Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D* (Bandung: CV Alfabeta, 2009), 121–123.



dari tingkat signifikan maka instrumen tersebut *reliable*, begitupun sebaliknya.<sup>26</sup>

Apabila hasil data dari pengukuran suatu objek yang sama jika digunakan beberapa kali, maka instrumen tersebut dapat dikatakan reliabel. Reliabilitas instrumen merupakan syarat pengujian validitas instrumen. Pada umumnya instrumen yang valid sudah pasti reliabel, namun masih perlu dilakukan uji reliabilitas instrumen.<sup>27</sup>

## F. Teknik Pengumpulan Data

Pengumpulan data dalam penelitian ini menggunakan tiga metode, yaitu:

### 1. Metode angket atau kuesioner

Angket atau kuesioner merupakan teknik pengumpulan data melalui beberapa pertanyaan atau pernyataan yang diberikan kepada responden secara tertulis. Teknik ini efisien digunakan apabila peneliti mengetahui dengan pasti variabel yang diukur dan harapan responden. Metode ini cocok untuk digunakan pada penelitian yang memiliki jumlah responden yang besar.<sup>28</sup>

Pengukuran indikator variabel pada kuesioner menggunakan skala likert skor 1-5 dengan kriteria sebagai berikut:<sup>29</sup>

**Tabel 3. 2**  
**Skor Skala Likert**

Keterangan	Skor
Sangat Tidak Setuju	1
Tidak Setuju	2
Netral	3
Setuju	4
Sangat Setuju	5

### 2.

<sup>26</sup> Budi Darma, *Statistika Penelitian Menggunakan SPSS (Uji Validitas, Uji Reliabilitas, Regresi Linear Sederhana, regresi Linear Berganda, Uji t, Uji F, R2)*, 17.

<sup>27</sup> Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*, 121–122.

<sup>28</sup> Sugiyono, *Metode Penelitian Manajemen*, 230.

<sup>29</sup> Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*, 93.

### 3. Metode observasi

Observasi merupakan metode untuk memperoleh informasi tentang fenomena yang diinginkan. Informasi pasti tentang orang juga diperoleh dari metode observasi, karena apa yang dikerjakan belum tentu sesuai dengan apa yang dikatakan. Metode ini tidak terbatas pada orang saja, tetapi objek lainnya juga. Metode ini digunakan apabila penelitian yang dilakukan berhubungan dengan perilaku manusia, proses kerja, dan gejala alam.<sup>30</sup> Pengamat memiliki peran penting dalam penggunaan metode ini. Pengamat harus jeli dan objektif dalam mengamati.<sup>31</sup>

### 4. Metode dokumentasi

Metode dokumentasi merupakan metode yang datanya dicari melalui hal-hal berupa buku, transkrip, catatan, agenda, notulen rapat, dan sebagainya. Metode ini mengamati benda mati. Peneliti membuat *check-list* yang bertujuan untuk mencari variabel yang telah ditetapkan.<sup>32</sup>

## G. Sumber Data

### 1. Data Primer

Data yang didapatkan secara langsung dari sumber datanya disebut dengan data primer. Data ini juga disebut sebagai data asli atau baru. Pengumpulan data ini harus dilakukan peneliti secara langsung. Data primer penelitian ini diperoleh dari jawaban kuesioner dari responden penelitian, yaitu pelanggan *Rania Beauty Cosmetics & Accessories*.<sup>33</sup>

### 2. Data Sekunder

Data sekunder merupakan data yang diperoleh peneliti dari berbagai sumber yang sudah ada. Data ini dapat diperoleh melalui laporan, jurnal, buku, data BPS, dan sebagainya. Data sekunder penelitian ini adalah dari dokumentasi, observasi, buku, serta jurnal yang mendukung penelitian ini.<sup>34</sup>

---

<sup>30</sup> Sugiyono, *Metode Penelitian Manajemen*, 234–235.

<sup>31</sup> Sandu Siyoto dan Ali Sodik, *Dasar Metodologi Penelitian*, 77.

<sup>32</sup> Sandu Siyoto dan Ali Sodik, 77–78.

<sup>33</sup> Sandu Siyoto dan Ali Sodik, 67–68.

<sup>34</sup> Sandu Siyoto dan Ali Sodik, 68.



## H. Teknik Analisis Data

### 1. Uji Prasyarat atau Asumsi Klasik

#### a. Uji Normalitas

Uji normalitas data bertujuan untuk mengetahui apakah nilai residual suatu data terdistribusi secara normal atau tidak. Data yang baik merupakan data yang memiliki pola seperti distribusi normal, yaitu distribusi data dengan bentuk lonceng. Uji normalitas pada seluruh variabel harus dilakukan secara bersama-sama. Apabila hasilnya memenuhi asumsi normalitas, maka secara bersama-sama variabel tersebut dapat dianggap memenuhi asumsi normalitas. Distribusi data yang normal terjadi ketika angka signifikan (SIG)  $> 0,05$ . Sedangkan apabila angka signifikan (SIG)  $< 0,05$ , maka distribusi data tidak normal.<sup>35</sup>

#### b. Uji Multikolinieritas

Tujuan dari uji multikolinieritas adalah untuk mengetahui ada tidaknya korelasi yang tinggi antar variabel bebas. Apabila korelasi antar variabel bebasnya tinggi maka hubungan variabel bebas dengan terikat akan terganggu. Pada uji multikolinieritas alat statistik yang sering digunakan yaitu *variance inflation factor* (VIF). Apabila nilai VIF  $< 10,00$  maka data yang diuji tidak terdapat multikolinieritas. Apabila nilai VIF  $> 10,00$  maka terjadi multikolinieritas pada data tersebut. Selain itu, uji multikolinieritas dapat dilakukan dengan melihat nilai *tolerance*. Apabila nilai *tolerance*  $> 0,10$  maka data yang diuji tidak terdapat multikolinieritas. Namun jika nilai *tolerance*  $< 0,10$  data tersebut terdapat multikolinieritas.<sup>36</sup>

#### c. Uji Heteroskedastisitas

Tujuan dilakukannya uji heteroskedastisitas yaitu untuk melihat adanya ketidaksamaan varians dari *residual* satu pengamatan ke pengamatan lain. Uji statistik yang dapat

---

<sup>35</sup> Singgih Santoso, *Statistik Multivariat: Konsep dan Aplikasi dengan SPSS* (Jakarta: PT Elex Media Komputindo, 2010), 45–47.

<sup>36</sup> Nikolaus Duli, *Metodologi Penelitian Kuantitatif: Beberapa Konsep Dasar untuk Penulisan Skripsi & Analisis Data dengan SPSS* (Yogyakarta: Deepublish Publisher, 2019), 120.

digunakan yaitu uji glejser. Uji glejser dilakukan dengan meregresikan semua variabel bebas terhadap nilai absolut residualnya. Apabila pada satu pengamatan ke pengamatan lain variance dari *residual* tetap, maka disebut homoskedastisitas sedangkan jika berbeda maka disebut heteroskedastisitas. Model regresi yang baik adalah ketika tidak terjadi heteroskedastisitas yaitu apabila nilai signifikansinya  $> \alpha = 0,05$ . Sedangkan apabila nilai signifikansinya  $< \alpha = 0,05$  maka terjadi heteroskedastisitas.<sup>37</sup>

## I. Uji Hipotesis

### 1. Analisis Regresi Linear Berganda

Analisis data dalam penelitian ini menggunakan rumus persamaan regresi berganda. Persamaan regresi berganda merupakan persamaan linier dengan variabel independen lebih dari satu yang pengujian hipotesisnya menggunakan rumus berikut ini:

$$Y = \alpha + b_1X_1 + b_2X_2 + b_3X_3 + e$$

Keterangan :

Y : Loyalitas Pelanggan

$\alpha$  : Koefisien Konstanta

$X_1$  : Harga

$X_2$  : Suasana Toko

$X_3$  : Kualitas Pelayanan

e : Error

b : Koefisien regresi parsial<sup>38</sup>

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

Koefisien determinasi merupakan alat yang berguna untuk melihat sejauh mana tingkat hubungan antara variabel independen (X) dengan dependen (Y).<sup>39</sup> Koefisien determinasi juga dapat diartikan sebagai alat untuk mengukur proporsi variasi variabel dependen yang dijelaskan oleh variabel independen pada

<sup>37</sup> Duli, 122–123.

<sup>38</sup> Albert Kurniawan, *Metode Riset untuk Ekonomi & Bisnis Teori, Konsep, dan Praktik Penelitian Bisnis (Dilengkapi Perhitungan Pengolahan Data dengan IBM SPSS 22.0)* (Bandung: CV Alfabeta, 2014), 194.

<sup>39</sup> Noegroho boedijoewono, *Pengantar Statistika Ekonomi dan Bisnis*, 7 ed. (Yogyakarta: UPP STIM YKPN, 2016), 247.

model regresi. Nilai koefisien determinasi berkisar antara 0 hingga 1. Semakin tinggi nilai koefisien determinasi, maka semakin baik pula kemampuan model regresi dalam menjelaskan variabel dependen.<sup>40</sup>

### 3. Uji Parsial (Uji t)

Uji parsial (Uji t) dilakukan untuk mengetahui apakah secara parsial atau masing-masing variabel independen memiliki pengaruh yang signifikan terhadap variabel dependen.

(1) Hipotesis:

Ho: Secara parsial variabel independen tidak berpengaruh terhadap variabel dependen.

Ha: Secara parsial variabel independen berpengaruh terhadap variabel dependen.

(2) Kriteria pengambilan keputusan:

Apabila  $t_{hitung} \leq t_{tabel}$ , maka Ho diterima

Apabila  $t_{hitung} \geq t_{tabel}$ , maka Ho ditolak<sup>41</sup>

### 4. Uji Simultan (Uji F)

Uji simultan (uji F) dilakukan untuk mengetahui apakah variabel independen secara bersama-sama memiliki pengaruh yang signifikan terhadap variabel dependen.

(1) Hipotesis:

Ho: variabel independen secara bersama-sama tidak berpengaruh terhadap variabel dependen.

Ha: variabel independen secara bersama-sama berpengaruh terhadap variabel dependen

(2) Kriteria pengambilan keputusan:

Apabila  $f_{hitung} < f_{tabel}$ , maka Ho diterima

Apabila  $f_{hitung} > f_{tabel}$ , maka Ho ditolak<sup>42</sup>

---

<sup>40</sup> I Made Sudana dan Rahmat Heru Setianto, *Metode Penelitian Bisnis dan Analisis Data dengan SPSS* (Jakarta: Erlangga, 2018), 153.

<sup>41</sup> Duwi Priyatno, *Olah Data Sendiri Analisis Regresi Linier dengan SPSS & Analisis Regresi Data Panel dengan Eviews*, 1 ed. (Yogyakarta: Cahaya Harapan, 2022), 13.

<sup>42</sup> Priyatno, 13–14.

Hasil uji simultan harus konsisten dengan uji parsial. Apabila minimal terdapat satu variabel yang signifikan pada uji T maka uji F juga harus signifikan, begitu sebaliknya.<sup>43</sup>



---

<sup>43</sup> I Made Sudana dan Rahmat Heru Setianto, *Metode Penelitian Bisnis dan Analisis Data dengan SPSS*, 153.