

## BAB III METODE PENELITIAN

### A. Jenis dan Pendekatan Penelitian

Sumber data utama penelitian ini didapat dari lapangan, sehingga penelitian ini termasuk pada jenis penelitian lapangan (*field research*) yakni kajian yang dijalankan di lapangan untuk mendapat data serta informasi.<sup>1</sup> pada kajian ini, peneliti menjalankan studi lapangan untuk mengumpulkan data empiris dengan menguji serta mendeskripsikan pengaruh *Service Quality*, *Performance Expectancy*, *Effort Expectancy* dan *Facilitating Conditions* terhadap pengguna QRIS di Kudus.

Penelitian ini menerapkan metode kuantitatif, yang mengacu pada pengumpulan data dalam bentuk angka serta menganalisisnya memakai alat statistik. Pendekatan kuantitatif ini mempunyai tujuan untuk memberi deskripsi atau penjelasan tentang suatu masalah dengan hasil yang bisa secara luas diterapkan ataupun digeneralisasikan. Dengan cara ini lebih mengutamakan keluasan data dibandingkan kedalaman data atau analisa, sehingga data populasi yang asalnya dari penelitian dianggap mewakili keseluruhan populasi. Tujuan penelitian kuantitatif ialah untuk mengkonfirmasi data yang dikumpulkan di lapangan dengan teori-teori yang ada sekarang ini.<sup>2</sup>

### B. Populasi dan Sampel

#### 1. Populasi

Populasi asalnya dari kata "*population*" dalam bahasa Inggris yang merujuk pada total jumlah individu dalam suatu kelompok ataupun wilayah. Dalam konteks metode penelitian, istilah populasi merujuk pada kumpulan objek ataupun subjek yang menjadi fokus penelitian.

Populasi ini termasuk representasi umum dari suatu domain yang mencakup individu atau entitas yang memiliki karakteristik ataupun kualitas tertentu yang menjadi perhatian peneliti untuk diinvestigasi serta dievaluasi untuk menarik

---

<sup>1</sup> Supardi, *Metodologi Penelitian Ekonomi & Bisnis* (Yogyakarta: UII Press, 2005). 34.

<sup>2</sup> M. Hariwijaya, *Metodologi dan Penulisan Skripsi, Tesis, dan Desertasi* (Yogyakarta: Parama Ilmu, 2007), 73.

kesimpulan..<sup>3</sup> Populasi tidak hanya mengacu pada jumlah objek ataupun subjek yang diteliti, tetapi juga seluruh karakteristik ataupun sifat yang dimiliki oleh subjek ataupun objek itu. Mayoritas partisipan penelitian merupakan pelaku UMKM di Kudus. Sementara, data jumlah pelaku UMKM di Kudus tidak dapat diperkirakan secara akurat, maka jumlah populasi juga tidak dapat diperkirakan secara akurat.

## 2. Sampel

Sampel termasuk sebagian kecil yang mewakili jumlah dan sifat-sifat yang dimiliki oleh populasi secara keseluruhan.<sup>4</sup> pada kajian ini, dipergunakan metode *sampling non probability*, yang berarti tidak memberi peluang yang sama kepada setiap unsur atau anggota populasi untuk dipilih sebagai sampel. Lebih spesifik lagi, jenis *sampling non probability* yang diterapkan ialah *accidental sampling*, di mana sampel dipilih secara kebetulan, sehingga setiap individu yang ditemukan secara kebetulan bisa menjadi bagian dari sumber data yang dipergunakan pada kajian.<sup>5</sup>

Besarnya sampel pengujian ini didasarkan pada rumus Lemeshow, karena banyak orang tidak dapat diidentifikasi.<sup>6</sup> Berikut rumus dari Lemeshow yaitu:

$$n = Z^2 \times P (1-P) / e^2$$

n = jumlah sampel

Z = skor Z pada kepercayaan 95% = 1,96

P = maksimal estimasi = 0,5

e = alpha (0.010) atau sampling error 10%

Strategi mengurangi jumlah sampel: Peneliti melihat jumlah pelaku UMKM di Kudus yang menggunakan QRIS sebagai alat pembayaran. Ukuran sampel terkecil yang perlu digunakan jika tingkat kepercayaannya 95% dan Z adalah 1,96. Maka, pengambilan sampel errornya adalah 10% atau 0,10, dan *value* perkiraan maksimumnya tidak terbatas, jadi dapat ditentukan sebesar 0,05. Maka dihitung:

---

<sup>3</sup> Sugiyono, *Metodologi Penelitian Kuantitatif Kualitatif R&D* (Bandung: Alfabeta, 2013), 80.

<sup>4</sup> Sugiyono, 80.

<sup>5</sup> Sugiyono, 85.

<sup>6</sup> Muhammad Haiqal, Rachman Komarudin, dan Desiana Nur, "Pengaruh Kepercayaan, Tampilan Dan Promosi Terhadap Keputusan Pemilihan Aplikasi Marketplace," *Jurnal Infortech* 4, no. 2 (2022): 141

$$\begin{aligned}
 n &= Z^2 \times P (1-P) / e^2 \\
 &= 1,96^2 \times 0,5 (1- 0,5) / 0,10^2 \\
 &= 3,8416 \times 0,25 / 0,01 \\
 &= 96,04
 \end{aligned}$$

Berdasarkan jumlah sampel sebelumnya sebesar 96,04, maka terpilih 100 orang. Pengujian ini akan meneliti sampel sebanyak 100 responden.

### C. Teknik Pengumpulan Data

Metode pengumpulan data termasuk tahapan yang paling strategis pada kajian karena tujuan utamanya ialah mengumpulkan data. Penelitian ini memakai beberapa metode untuk mendapat data, yakni:

#### 1. Angket atau Kuesioner

Kuesioner ialah teknik pengumpulan data yang melibatkan pemberian serangkaian pernyataan ataupun pertanyaan tertulis kepada responden, baik terbuka ataupun tertutup, yang selanjutnya harus mereka jawab.<sup>7</sup> Pertanyaan ataupun pernyataan ini bisa diberikan pada responden secara langsung, melalui pos, ataupun internet. Pengumpulan data dengan kuesioner menjadi efektif saat peneliti tahu apa yang diinginkan dari responden. Teknik ini pula cocok untuk situasi ketika jumlah respondennya banyak serta jangkauan distribusinya besar. Pada kajian ini kuesioner disebar secara online dengan memakai *google form*.

Skala pengukuran seluruh indikator setiap variabel ialah skala Likert yang dipergunakan pada kajian untuk menilai sikap, pandangan, serta persepsi seseorang atau kelompok terhadap suatu fenomena. Dengan skala likert, variabel-variabel yang akan diukur bisa didefinisikan sebagai indikator-indikator variabel, yang kemudian dijadikan sebagai titik tolak pembuatan item-item instrumen berupa pernyataan ataupun pertanyaan.<sup>8</sup> Pernyataan variabel serta identitas pada kuesioner dimasukkan dalam skala likert dengan skor atau nilai satu sampai lima. Kriterianya ialah:

Sangat Setuju	: 5
Setuju	: 4
Netral	: 3
Tidak Setuju	: 2

<sup>7</sup> Sugiyono, *Metodologi Penelitian Kuantitatif Kualitatif R&D*, 142.

<sup>8</sup> Sugiyono, 93.

Sangat Tidak Setuju : 1

## 2. Observasi

Observasi termasuk teknik pengumpulan data yang berbeda dengan wawancara serta survei. Jika prosedur wawancara serta kuesioner selalu berkomunikasi dengan individu, oleh karenanya observasi tidak hanya mencakup manusia saja, tetapi juga mencakup objek lain.

## D. Jenis dan Sumber Data

Dalam suatu penelitian, jenis data yang dipergunakan ialah:<sup>9</sup>

### 1. Data Primer

Yakni data yang dikumpulkan langsung dari sumber aslinya, tanpa memakai perantara. Data primer pada kajian ini ialah hasil penyebaran kuesioner kepada sampel yang dikumpulkan. Data primer ialah data asli, dari sumber tangan pertama (narasumber atau responden) pengguna QRIS di Kudus. Data narasumber sangat penting untuk menentukan secara langsung kepuasan responden dalam memakai QRIS yang diukur sesuai dengan *service quality, performance expectancy, effort expectancy, serta facilitating conditions*.

### 2. Data Sekunder

Yakni sumber yang tidak langsung. Data sekunder untuk kajian ini didapat dari studi literatur yang membantu penulisan penelitian, serta majalah, internet, serta publikasi lain yang relevan dengan kajian ini. Data sekunder ialah informasi yang dikumpulkan dari jurnal ilmiah, buku, serta sumber lain yang berkaitan erat dengan permasalahan serta pada akhirnya dipergunakan sebagai landasan teori pada kajian.

## E. Variabel Penelitian

### 1. Identifikasi Variabel

Identifikasi variabel termasuk salah satu tahapan dalam tahap pengenalan variabel yang diteliti guna memahami hubungan serta makna variabel lain.<sup>10</sup> Variabel penelitian pada dasarnya ialah segala sesuatu dalam bentuk apapun yang peneliti putuskan untuk dipelajari guna mendapat informasi yang bisa diambil kesimpulannya.<sup>11</sup>

<sup>9</sup> Sugiyono, *Metodologi Penelitian Kuantitatif* (Bandung: Alfabeta, 2004), 213.

<sup>10</sup> Jonathan Sarwono, *Metode Penelitian Kuantitatif dan Kualitatif* (Yogyakarta: Graha Ilmu, 2006), 26.

<sup>11</sup> Sugiyono, *Metodologi Penelitian Kuantitatif Kualitatif R&D*, 38.

Variabel penelitian pada kajian kuantitatif dibedakan menjadi dua macam, yakni:

a. Variabel bebas (*Independent Variable*)

Variabel bebas ialah variabel yang mempengaruhi, menyebabkan, atau mengakibatkan terbentuknya variabel *dependent* (terikat). Variabel bebas (X) pada kajian ini *Service Quality* (X1), *Performance Expectancy* (X2), *Effort Expectancy* (X3), serta *Facilitating Conditions* (X4).

b. Variabel terikat (*Dependent Variable*)

Variabel terikat ialah variabel yang diberi pengaruh atau yang menjadi akibat karena adanya variabel bebas. Variabel terikat (Y) pada kajian ini ialah Kepuasan Pengguna (Y).

2. **Operasional Variabel**

Definisi operasional merujuk pada penjelasan yang bergantung pada karakteristik khusus suatu objek yang bisa diamati secara langsung. Keberadaan konsep yang bisa diamati ini sangat signifikan karena memungkinkan pihak lain, tidak hanya peneliti, untuk menjalankan pengamatan serupa. Oleh karenanya, pencapaian yang didapat oleh peneliti bisa diperiksa ulang dan diverifikasi oleh orang lain.<sup>12</sup>

**Tabel 3.1**  
**Definisi Operasional Variabel**

Variabel	Definisi Variabel	Dimensi	Indikator	Skala
<i>Service Quality</i> (X1)	Kualitas Layanan termasuk tingkat keunggulan yang diharapkan serta pengendalian atas tingkat keunggulan itu untuk memenuhi	1. <i>Tangibels</i>	1. Peralatan Modern. 2. Fasilitas yang berdaya tarik visual. 3. Materi materi berkaitan dengan jasa yang berdaya tarik visual.	Likert 1–5

<sup>12</sup> Eri Barlian, *Metodologi Penelitian Kuantitatif dan Kualitatif* (Padang: Sukabina Press, 2016), 129.

	keinginan pelanggan. <sup>13</sup>	2. <i>Reliability</i>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Menyediakan layanan sesuai dengan yang dijanjikan.</li> <li>2. bisa diandalkan dalam menangani masalah layanan pelanggan.</li> <li>3. Menyampaikan jasa secara benar sejak pertama kali.</li> <li>4. Menyampaikan jasa sesuai dengan waktu yang dijanjikan.</li> <li>5. Menyimpan catatan ataupun dokumen tanpa kesalahan.</li> </ol>	
		3. <i>Responsiveness</i>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Menginformasikan pelanggan tentang kepastian waktu penyampaian jasa.</li> <li>2. Kesiapan untuk membantu pelanggan.</li> <li>3. Layanan yang segera atau cepat bagi pelanggan.</li> </ol>	
		4. <i>Assurance</i>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Kemampuan untuk membangun kepercayaan pelanggan.</li> </ol>	

<sup>13</sup> Sulistiyowati, *Kualitas Layanan: Teori dan Aplikasinya*, 24–25.

			2. Menciptakan rasa aman saat menjalankan transaksi.	
		5. <i>Empathy</i>	1. Memberi perhatian kepada pelanggan. 2. Memprioritaskan kebutuhan pelanggan. 3. Memahami kebutuhan pelanggan. <sup>14</sup>	
<i>Performance Expectancy (X2)</i>	Ekspektasi kinerja merujuk pada penilaian personal seseorang terhadap seberapa yakinnya mereka jika penggunaan sistem atau teknologi bisa secara positif memberi pengaruh pencapaian kinerja dalam pekerjaan	<i>Expectation of QRIS Technology</i>	1. Persepsi Kegunaan ( <i>Perceived Usefulness</i> ) 2. Motivasi Ekstrinsik ( <i>Extrinsic Motivation</i> ) 3. Kesesuaian Pekerjaan ( <i>Job Fit</i> ) 4. Keuntungan Relatif ( <i>Relative Advantage</i> ) 5. Ekspektasi Hasil ( <i>Outcome Expectation</i> ) <sup>16</sup>	Likert 1–5

<sup>14</sup> Beni Agus Setiono and Sapit Hidayat, “Influence of Service Quality with the Dimensions of Reliability , Responsiveness , Assurance , Empathy and Tangibles on Customer Satisfaction,” *International Journal of Economics, Business and Management Research* 6, no. 09 (2022): 330–341, <https://doi.org/10.51505/ijebmr.2022.6924>.

<sup>16</sup> Venkatesh et al., “User Acceptance of Information: Towar a Unified View.”

	<p>ataupun kegiatan bisnis tertentu. Ini mencerminkan keyakinan individu tentang kemampuan sistem atau teknologi itu untuk memberi kontribusi yang signifikan dalam mencapai hasil yang diinginkan dalam konteks pekerjaan ataupun aktivitas bisnis.<sup>15</sup></p>			
<p><i>Effort Expectancy (X3)</i></p>	<p>Ekspektasi Usaha merujuk pada tingkat keterampilan yang diperlukan dalam memanfaatkan suatu sistem</p>	<p><i>Ease Using of QRIS</i></p>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Persepsi Kemudahan Penggunaan (<i>Perceived Easy of Use</i>)</li> <li>2. Kompleksitas (<i>Complexity</i>)</li> <li>3. Kemudahan Penggunaan (<i>Ease of Use</i>)<sup>18</sup></li> </ol>	<p>Likert 1–5</p>

<sup>15</sup> Viswanath Venkatesh, James Y L Thong, and Xin Xu, “Consumer Acceptance And Use Of Information Technology: Extending The Unified Theory Of Acceptance And Use Of Technology,” *MIS Quarterly* 36, no. 1 (2012): 157–178.

<sup>18</sup> Venkatesh et al., “User Acceptance of Information: Towar a Unified View.”



	<p>informasi. Ketika sebuah sistem informasi mudah dipergunakan, oleh karenanya kemungkinan besar individu akan lebih condong memakai sistem itu untuk menyelesaikan tugas-tugasnya.<sup>17</sup></p>			
<p><i>Facilitating Conditions</i> (X4)</p>	<p>Kondisi yang mendukung menjelaskan jika pengguna bisa memiliki keyakinan pada metode dan sistem infrastruktur yang tersedia, yang secara efektif</p>	<p><i>The Availability of Resources and Boost the Use of QRIS</i><sup>19</sup></p>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Persepsi Kontrol Perilaku (<i>Perceived Behavioral Control</i>)</li> <li>2. Kondisi yang Memfasilitasi (<i>Facilitating Conditions</i>)</li> <li>3. Kecocokan (<i>Compability</i>)</li> </ol>	<p>Likert 1–5</p>

<sup>17</sup> Venkatesh, Thong, and Xu, “Consumer Acceptance and Use of Information Technology: Extending the Unified Theory of Acceptance and Use of Technology by Viswanath Venkatesh, James Y.L. Thong, Xin Xu :: SSRN, 157–178.”

<sup>19</sup> Usman, Monoarfa, and Marsofiyati, “E-Banking and Mobile Banking Effects on Customer Satisfaction.”

	mendukung pemanfaatan teknologi.			
Kepuasan Pengguna (Y)	Kepuasan bisa diartikan sebagai adanya kesamaan antara kinerja produk serta pelayanan yang diterima dengan kinerja produk serta pelayanan yang diharapkan konsumen. <sup>20</sup>	1. <i>Fullfilling Changing and New Needs</i>	1. Memenuhi kebutuhan yang berbeda dari yang biasa didapat konsumen. 2. Memenuhi <i>trend</i> atau gaya hidup baru yang lebih kekinian ( <i>up to date</i> ).	Likert 1–5
		2. <i>Fullfilling Important Needs</i>	Mampu memenuhi kebutuhan yang penting bagi pelanggan.	
		3. <i>Perceived Value</i>	Memiliki persepsi nilai yang baik di mata konsumen.	
		4. <i>Affective Response</i>	Respon yang positif, suka atau senang atas barang atau jasa itu.	
		5. <i>Overall Customer Satisfaction</i> <sup>21</sup>	Keseluruhan fitur dan manfaat produk ataupun jasa memberi kepuasan.	

**F. Teknik Analisis Data**

**1. Pengujian Instrumen**

Sebelum memulai proses pengolahan serta analisa data, penting untuk menjalankan pengujian terhadap tingkat

<sup>20</sup> Etta Mamang Sangadji and Sopiah, *Perilaku Konsumen* (Yogyakarta: CV Andi Offset, 2013), 182.

<sup>21</sup> Nazari, Hosseini, and Kalejahi, “Impact of Price Fairness on Price Satisfaction, Customer Satisfaction and Customer Loyalty in Iran Telecommunication Market (Case: MTN Irancell Company).”

kepercayaan serta ketepatan jawaban dari responden yang memakai QRIS di Kudus. Proses pengujian ini mencakup dua tahapan utama, yakni uji validitas dan reliabilitas, yang akan dijalankan dengan memakai perangkat lunak SPSS (*Statistical Package for Social Science*). Menyelidiki validitas dan reliabilitas menjadi penting karena hasil akhir dari kajian ini sangat bergantung pada seberapa baik alat ukur variabel yang akan diteliti. Oleh karenanya, kajian ini akan mengalami tahapan pengujian validitas dan reliabilitas yang akan dijelaskan dengan rinci di bawah ini:

**a. Uji Validitas**

Uji ini menentukan tingkat kesahihan ataupun validnya sebuah instrumen, yang bisa mengukur apa yang seharusnya diukur.<sup>22</sup> Item bisa dianggap valid jika terdapat korelasi yang signifikan terhadap nilai totalnya. Korelasi Pearson yang membandingkan nilai item dengan nilai totalnya bisa dipergunakan untuk menguji validitas memakai SPSS. Uji 2 sisi dijalankan dengan memakai  $r$  tabel dengan tingkat signifikansi 0,05. Item pernyataan valid apabila nilai  $r$  hitung  $\geq r$  tabel. Jika  $r$  hitung  $< r$  tabel maka tidak valid.<sup>23</sup>

**b. Uji Reliabilitas**

Uji Reliabilitas dipergunakan untuk mengevaluasi seberapa konsisten suatu alat pengukur, yang seringkali berbentuk kuesioner, dalam menghasilkan hasil yang serupa jika diujikan secara berulang. Metode umum yang dipergunakan untuk mengukur reliabilitas ialah Cronbach Alpha, terutama dipergunakan pada kajian yang memakai skala rentang seperti skala Likert yang berkisar antara 1 hingga 5. Uji reliabilitas biasanya dijalankan sesudah uji validitas, di mana hanya item-item yang sudah terbukti valid yang akan dimasukkan dalam pengujian reliabilitas. Sebuah alat pengukur dianggap reliabel jika nilai Cronbach Alpha-nya setidaknya mencapai 0,6; sementara jika nilai Cronbach Alpha-nya kurang dari 0,6, itu memperlihatkan jika alat itu tidak bisa diandalkan.<sup>24</sup>

---

<sup>22</sup> Iskandar Ahmaddien and Yofy Syarkani, *Statistika Terapan Dengan Sistem SPSS, 1st Ed* (Bandung: ITB Press, 2019), 21.

<sup>23</sup> Rochmat Aldy Purnomo, *Analisis Statistik Ekonomi dan Bisnis Dengan SPSS, 1st Ed.* (Ponorogo: WADE Group, 2016), 65.

<sup>24</sup> Purnomo, 79.

## 2. Uji Asumsi Klasik

Tujuan dari pengujian asumsi klasik ini ialah untuk mendapat pemahaman mendalam serta menguji validitas model regresi yang sudah diterapkan pada kajian ini. Proses pengujian asumsi klasik melibatkan tiga tahap penting, yakni pengecekan normalitas data, deteksi multikolinieritas, serta identifikasi heterokedastisitas.

### a. Uji Normalitas

Pengujian normalitas mempunyai tujuan untuk mengevaluasi apakah data yang akan dimasukkan ke dalam model regresi memiliki distribusi yang mengikuti pola normal atau tidak. Untuk menilai apakah distribusi data memenuhi asumsi normalitas, kita memakai alat seperti plot grafik normal. Pada grafik normal plot, dengan asumsi:<sup>25</sup>

- 1) Apabila data tersebar di sekitar garis diagonal serta mengikuti arahnya, atau jika pola distribusi data pada grafik histogram memperlihatkan keseragaman yang menyerupai distribusi normal, oleh karenanya bisa disimpulkan jika model regresi memenuhi asumsi normalitas.
- 2) Sebaliknya, jika terdapat penyimpangan dari pola diagonal atau data tidak mengikuti arah garis diagonal, serta jika grafik histogram tidak mencerminkan pola distribusi normal yang diharapkan, oleh karenanya model regresi dianggap tidak memenuhi uji asumsi normalitas.

### b. Uji Multikolinieritas

Pemeriksaan multikolinearitas mempunyai tujuan untuk mengevaluasi keberadaan korelasi antara variabel independen dalam sebuah model regresi. Keberadaan korelasi antar variabel independen bisa mengindikasikan ketidakcocokan dalam model regresi, karena model yang baik seharusnya tidak mengandung korelasi antar variabel independen. Korelasi antar variabel independen mengakibatkan variabel tidak bersifat orthogonal, yang berarti variabel itu tidak saling independen serta memiliki nilai korelasi yang tidak nol. Langkah-langkah dalam mendeteksi multikolinearitas dalam model regresi meliputi:<sup>26</sup>

---

<sup>25</sup> Imam Ghozali, *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program SPSS* (Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro, 2005), 112.

<sup>26</sup> Ghozali, 92.

- 1) Mempunyai angka Tolerance diatas ( $>$ ) 0,1
- 2) Mempunyai nilai VIF di di bawah ( $<$ ) 10

**c. Uji Heteroskedastisitas**

Uji heteroskedastisitas menentukan ada tidaknya ketimpangan varians dalam model regresi antara residual observasi yang satu dengan observasi yang lain. Memakai media grafis untuk mendeteksi permasalahan heteroskedastisitas; jika grafiknya menghasilkan pola tertentu maka modelnya heteroskedastis.<sup>27</sup>

Dasar Pengambilan Keputusan:

- 1) Jika pola khusus ditemukan, seperti adanya susunan titik yang membentuk pola teratur seperti gelombang, atau mengalami perluasan serta penyempitan, itu memperlihatkan adanya heteroskedastisitas.
- 2) Sebaliknya, jika tidak ada pola yang jelas terlihat serta titik-titik pada sumbu Y tersebar secara acak di atas dan di bawah nol, oleh karenanya bisa disimpulkan jika tidak ada heteroskedastisitas..

**3. Uji Hipotesis**

**a. Regresi Linear Berganda**

Analisa regresi berganda dipergunakan untuk memprediksi pengaruh dua atau lebih variabel prediktor (*variabel independen*) terhadap satu variabel kriteria (*variabel dependen*) atau untuk memahami apakah dua atau lebih variabel *independen* (X) mempunyai hubungan fungsional dengan variabel *dependen* (Y).<sup>28</sup>

$$Y = \alpha + \beta_1 X_1 + \beta_2 X_2 + \beta_3 X_3 + \beta_4 X_4 + e$$

Keterangan

Y = Variabel *Dependen* (Kepuasan Pengguna)

$\alpha$  = Konstanta

$\beta$  = Koefisien Regresi Variabel

X<sub>1</sub> = Variabel *Independen* (*Service Quality*)

X<sub>2</sub> = Variabel *Independen* (*Performance Expectancy*)

X<sub>3</sub> = Variabel *Independen* (*Effort Expectancy*)

X<sub>4</sub> = Variabel *Independen* (*Facilitating Conditions*)

e = Pengganggu (*Error*)

**b. Koefisien Determinasi (R<sup>2</sup>)**

Dalam analisa regresi, koefisien determinasi memperlihatkan seberapa besar variabilitas variabel

---

<sup>27</sup> Ghozali, 105.

<sup>28</sup> Ghozali, 114.

dependen bisa dijelaskan oleh variabel independen dalam model. Ketika koefisien determinasi mendekati nol, hal itu mengindikasikan jika pengaruh variabel independen terhadap variabel dependen sangat kecil atau hampir tidak ada.<sup>29</sup>

**c. Uji Statistik F**

Uji signifikansi parameter secara simultan mempunyai tujuan untuk memahami apakah variabel independen dalam persamaan regresi mempunyai dampak terhadap nilai variabel dependen. Uji statistik F dipergunakan untuk menganalisa hasil uji signifikansi serta parameter simultan.

Kriteria pengambilan keputusan :

- 1) Jika probabilitas signifikansi  $> 0,05$ , oleh karenanya  $H_0$  diterima serta  $H_a$  ditolak.
- 2) Jika probabilitas signifikansi  $< 0,05$ , oleh karenanya  $H_0$  ditolak serta  $H_a$  diterima.

Dengan membandingkan nilai F hitung dengan F tabel:

- 1) Jika  $f \text{ tabel} > F \text{ hitung}$ , oleh karenanya  $H_0$  diterima serta  $H_0$  ditolak,
- 2) Jika  $f \text{ tabel} < F \text{ hitung}$ , oleh karenanya  $H_0$  ditolak serta  $H_a$  diterima.

**d. Uji Statistik t**

Dipergunakan untuk menilai apakah setiap variabel independen memberi kontribusi secara parsial terhadap variabel dependen dengan menguji koefisien regresinya untuk melihat apakah mempunyai dampak yang cukup besar terhadap variabel dependen.

Untuk memahami signifikan ataupun tidaknya hipotesis yang diajukan, oleh karenanya perlu membandingkan antara  $t$  hitung dan  $t$  tabel dengan ketentuan:<sup>30</sup>

- 1) Jika  $t \text{ hitung} > t \text{ tabel}$ , oleh karenanya  $H_0$  ditolak dan  $H_a$  diterima.
- 2) Jika  $t \text{ hitung} < t \text{ tabel}$ , oleh karenanya  $H_0$  diterima serta  $H_a$  ditolak.

Dengan membandingkan angka probabilitas signifikansi:

- 1) Jika probabilitas signifikansi  $> 0,05$ , oleh karenanya  $H_0$  diterima serta  $H_a$  ditolak.
- 2) Jika probabilitas signifikansi  $< 0,05$ , oleh karenanya  $H_0$  ditolak serta  $H_a$  diterima.

---

<sup>29</sup> Ahmaddien and Syarkani, *Statistika Terapan Dengan Sistem SPSS, 1st Ed*, 66.

<sup>30</sup> Ghozali, *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program SPSS*, 44.