

## BAB III

### METODE PENELITIAN

#### A. Jenis dan Pendekatan

Penelitian ini menggunakan penelitian lapangan atau sering disebut dengan *field reseach*. *Field reseach* adalah penelitian yang dilakukan secara langsung dalam memperoleh data di lingkungan masyarakat dengan tujuan untuk menentukan fenomena atau mengenali situasi yang tengah terjadi dan mengenal lebih lanjut permasalahan yang ingin diteliti. Data-data yang dibutuhkan untuk penelitian ini berkaitan dengan promosi, lokasi dan kualitas pelayanan terhadap loyalitas nasabah pada anggota nasabah produk SIRELA (simpanan sukarela lancar) di KSPPS Yaummi Maziyah Assa'adah cabang Jekulo Kudus.

Jenis penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah penelitian yang bersifat *asosiatif kausal* dengan teknik kuantitatif. Penelitian *asosiatif kausal* dapat diartikan sebagai penelitian yang berperan menguji hubungan antara dua variabel atau lebih. Hubungan kausal adalah hubungan yang bersifat sebab-akibat. Oleh sebab itu penelitian ini akan memudahkan untuk mengabungkan teori-teori yang berfungsi dalam menjelaskan, memprediksi dan memobilisasi suatu gejala.

Penelitian kuantitatif adalah penelitian yang hasilnya penemuan diperoleh dengan cara memandang realitas, gejala atau fenomena yang dapat dikategorikan konkrit, relative tetap, teramati, terstruktur.<sup>1</sup> Pendekatan kuantitatif digunakan untuk meneliti populasi atau sampel tertentu, pengumpulan data menggunakan instrumen penelitian, analisis data bersifat kuantitatif (statistik) yang bertujuan menguji hipotesis yang ditentukan.<sup>2</sup>

---

<sup>1</sup> V. Wiratna Sujarweni, *Metodologi Penelitian Bisnis dan Ekonomi* (Yogyakarta: Pustaka Baru Press, 2015), 39.

<sup>2</sup> Burham Bungin, *Metodologi Penelitian Kuantitatif :Komunikasi, Ekonomi, dan Kebijakan Publik Serta Ilmu-Ilmu Sosial Lainnya* (Jakarta : Kencana, 2005), 129.

## B. *Setting* Penelitian

*Setting* penelitian yaitu berupa lokasi dan waktu dalam melaksanakan penelitian. Lokasi penelitian ini dilaksanakan di KSPPS Yaummi Maziyah Assa'adah cabang Jekulo Kudus yang beralamat di Jl. Kudus-Kayen Jl. Raya Siliwangi No.204, Karang, Jekulo, Kec. Jekulo, Kabupaten Kudus, Jawa Tengah 59382. Waktu penelitian ini dilaksanakan dari awal waktu pembuatan proposal sampai dengan diterimanya usulan penelitian sampai selesai.

## C. Populasi dan Sampel

Populasi adalah jumlah yang ditotal dari keseluruhan objek yang akan diteliti dengan memperhatikan karakteristik tertentu secara lengkap dan jelas. Populasi dalam penelitian ini adalah jumlah keseluruhan anggota di KSPPS Yaummi Maziyah Assa'adah cabang Jekulo Kudus ada 2.710 anggota. Sedangkan khusus pada produk SIRELA (simpanan sukarela lancar) yang sedang diteliti berjumlah 2.390 anggota.

Sempel dapat diartikan sebagai bagian dari total dan karakteristik dari populasi.<sup>3</sup> Sangat memungkinkan bagi peneliti untuk memiliki kendala seperti tenaga, waktu dan biaya dalam penelitian. Maka penelitian dilakukan berdasarkan jumlah populasi, dengan menggunakan sampel yang digunakan dalam mencari jumlah sampel pada penelitian ini adalah *random sampling*. Teknik ini akan mengambil sampel secara acak tanpa melihat strata atau kriteria tertentu pada populasi. Rumus Slovin digunakan sebagai metode pengambilan sampel yakni sebagai berikut:<sup>4</sup>

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

Keterangan

N = Populasi

n = Sampel

e = Tingkat Kesalahan (10% atau 0,1)

Rumus tersebut diterapkan dalam penelitian ini maka jumlah sampel berdasarkan data yang didapatkan di KSPPS

---

<sup>3</sup> Nurlina T. Muhyiddin, M. Irfan Tarmizi, dan Anna Yulianita, *Metode Penelitian Ekonomi & Sosial Teori, Konsep, dan Rencana Proposal*, Cetakan Kedua (Jakarta: Salemba Empat, 2018), 70.

<sup>4</sup> Sugiono, *Metode Penelitian Administrasi* (Bandung: Alfabeta, 2017), 38.

Yaummi Maziyah Assa'adah cabang Jekulo Kudus, anggota yang ada di KSPPS pada produk SIRELA berjumlah 2.390 anggota, sehingga dapat dihitung:

$$n = \frac{2.390}{1+2.390 (0,1)^2} = \frac{2.390}{1+24} = \frac{2.390}{25} = 96$$

Dari rumus diatas, dapat disimpulkan bahwa terdapat 96 responden. Peneliti menyebarkan kuesioner sebanyak 97 sampel yang tidak bisa diolah 1 dari 97. Jadi kuesioner yang terisi dan bisa diolah berjumlah 96. Peneliti menyebarkan kuesioner dalam jangka waktu 1 Minggu dihari ke 1 konfirmasi ke KSPPS, hari ke 2 penyebaran dengan 30 sampel dengan didampingi marketing ke setiap responden yang berada di pasar.

## D. Desain dan Definisi Operasional Variabel

### 1. Desain Variabel

Variabel adalah suatu konsep yang memiliki lebih dari satu nilai, keadaan, kategori dan kondisi. Menurut Walizer dan Wienir (1978) bahwa variabel adalah sebuah gagasan yang berkembang sebagai hasil dari olah mental. Pakar lainnya menyatakan variabel adalah sesuatu yang membedakan dan mengubah suatu nilai. Dapat diartikan variabel adalah segala sesuatu yang dapat diberi berbagai penilaian.<sup>5</sup> Adapun variabel pada penelitian ini, sebagai berikut:

#### a. Variabel Bebas (Variabel Independen)

Variabel Independen merupakan variabel yang dapat memengaruhi variabel dependen dan dapat berhubungan positif atau negatif dengan variabel dependen. Variabel bebas (X) dalam penelitian ini terdiri dari:

- 1) Strategi Promosi (X1)
- 2) Lokasi (X2)
- 3) Kualitas layanan (X3)

#### b. Variabel Terikat (Variabel Dependen)

Variabel dependen merupakan variabel utama dalam sebuah pengamatan variabel ini dipengaruhi

---

<sup>5</sup> T. Muhyiddin, Tarmizi, dan Yulianita, *Metode Penelitian Ekonomi & Sosial Teori, Konsep, dan Rencana Proposal*, 56–57.

oleh variabel independen. Dalam penelitian ini variabel dependennya adalah Loyalitas Anggota (Y)

**2. Definisi Operasional Variabel**

Definisi operasional variabel adalah unsur yang ada dalam penelitian yang bisa menentukan langkah untuk mengukur sebuah variabel. Dalam tahap ini memiliki fungsi yang akan mempermudah peneliti dalam melakukan penelitian dan memberikan penjelasan yang jelas maksud dari variabel-variabel yang terdapat dalam penelitian ini.<sup>6</sup> Definisi operasional variabel pada penelitian ini akan dijelaskan pada tabel dibawah ini:

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

Variabel	Definisi	Indikator	Skala
Strategi Promosi (X <sub>1</sub> )	Strategi Promosi adalah salah satu cara yang biasa digunakan untuk meningkatkan citra perusahaan. Promosi tidak hanya bersifat memberitahukan, namun juga dengan menyatakan suatu produk lebih baik dibandingkan produk lainnya. <sup>7</sup>	a. Menyampaikan produk atau jasa yang ditawarkan b. Mempengaruhi nasabah secara persuasif untuk menggunakan produk atau jasa yang sedang ditawarkan. c. Promosi yang dilakukan oleh karyawan untuk menarik minat nasabah. d. Mempengaruhi masyarakat secara tidak langsung terhadap	Likert

<sup>6</sup> V. Wiratna Sujarweni, *Metodologi Penelitian Bisnis dan Ekonomi* (Yogyakarta: Pustaka Baru Press, 2015), 150.

<sup>7</sup> Avita Haryanto, “Strategi Promosi, Kualitas Produk, Kualitas Layanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada Restoran McDonald’s Manado,” 1472.

Variabel	Definisi	Indikator	Skala
		perusahaan. e. Memanfaatkan beberapa media iklan untuk menimbulkan respon dari nasabah.	
Variabel	Definisi	Indikator	Skala
Lokasi (X <sub>2</sub> )	Lokasi atau tempat merupakan gabungan antara lokasi dan keputusan atas saluran distribusi, dalam hal ini berhubungan dengan bagaimana cara penyampaian kepada para nasabah dan dimana lokasi yang strategis. <sup>8</sup>	a. Lokasi yang mudah dijangkau. b. Lokasi dapat dilihat dari jarak pandang normal. c. Kepadatan dan kemacetan lalu lintas. d. Tersedianya tempat yang luas. e. Daerah yang mendukung produk untuk ditawarkan. f. Apakah disekitar lokasi terdapat pesaing dalam bidang yang sama.	Likert
Variabel	Definisi	Indikator	Skala
Kualitas pelayanan (X <sub>3</sub> )	Kualitas Pelayanan adalah kondisi yang selalu berubah dimana berhubungan erat pada produk, jasa, serta sumber daya manusia, serta tahapan dan lingkungan yang sekurang-kurangnya bisa memenuhi atau	a. Kenampakan Gedung operasional yang baik. b. Ketetapan pelayanan, mampu memberikan atau menyediakan layanan sesuai waktu yang dijanjikan. c. Dapat memberikan	Likert

<sup>8</sup> Wasiman, Slitonga, dan Edy Wibowo, "Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Lokasi Terhadap Loyalitas Pelanggan Hotel Bintang Dua di Kota Batam," 65–66.

Variabel	Definisi	Indikator	Skala
	bisa melebihi ekspektasi pelanggan. <sup>9</sup>	solusi kepada nasabah dalam menyediakan permasalahan. d. Nasabah merasa aman dalam melakukan transaksi. e. Keramah-tamahan karyawan kepada para nasabah.	
Variabel	Definisi	Indikator	Skala
Loyalitas Anggota (Y)	Loyalitas Anggota adalah kesediaan nasabah untuk terus menerus berlangganan pada sebuah perusahaan dalam jangka Panjang, dengan membeli atau menggunakan barang dari jasa secara berulang-ulang dan lebih baik lagi secara eksklusif, dan dengan sukarela merekomendasikan kepada pihak lainnya. <sup>10</sup>	a. Membeli produk atau jasa dengan jumlah banyak. b. Membeli semua jenis produk dan jasa. c. Menyampaikan hal positif kepada orang lain mengenai produk yang sedang digunakan. d. Menguji jasa layanan atau produk yang lain.	Likert

<sup>9</sup> Chairunnisa, “Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Integritas Karyawan Terhadap Loyalitas Anggota (Studi Kasus Pada BMT AL-Hikmah Semesta KCP Mayong),” 13.

<sup>10</sup> Wasiman, Slitonga, dan Edy Wibowo, “Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Lokasi Terhadap Loyalitas Pelanggan Hotel Bintang Dua di Kota Batam,” 66.

## E. Uji Validitas dan Reliabilitas Instrumen

### 1. Uji validitas

Validitas adalah tingkatan kesesuaian suatu batasan konseptual yang diberikan dengan bantuan operasional yang telah dilaksanakan. Dalam sebuah validitas berhubungan baik dengan kenyataan maupun tujuan pengukuran.<sup>11</sup> Validitas juga merupakan sebuah penelitian yang dapat dinyatakan valid artinya dapat menangkap informasi dengan tepat dan dapat memberikan gambaran informasi dengan cermat. Pengujian validitas ini bertujuan untuk dapat mengukur dan mengetahui apakah instrument penelitian dapat dikatakan valid atau tidak untuk mengungkap sebuah objek pengukuran.<sup>12</sup>

Penentuan kelayakan suatu item yang digunakan dalam sebuah penelitian, biasanya akan menggunakan uji signifikansi koefisiensi korelasi. Taraf signifikansi yang digunakan sebesar 0,05 atau 5%. Apabila instrument memiliki tanda korelasi dengan skor total maka, instrument penelitian dapat dikatakan valid. Validitas juga dapat dilihat dengan membandingkan  $r$  hitung dan  $r$  tabel. Jika hasil  $r$  hitung lebih dari  $r$  tabel ( $r$  hitung  $\geq r$  tabel) maka dapat dinyatakan valid. Sebaliknya jika  $r$  hitung  $< r$  tabel maka dinyatakan tidak valid.<sup>13</sup>

Sampel sebanyak 30 kuesioner disebar untuk non responden guna memperoleh data dan mengevaluasi validitas instrument kuesioner tersebut. rumus ( $df= n-2$ ) dapat digunakan untuk mendapatkan  $r$  tabel pada taraf signifikansi 5% yaitu ( $df=30-2=28$ ) yaitu 0,361. berikut hasil uji validitas instrument kuesioner non responden:

---

<sup>11</sup> T. Muhyiddin, Tarmizi, dan Yulianita, *Metode Penelitian Ekonomi & Sosial Teori, Konsep, dan Rencana Proposal*, 83–84.

<sup>12</sup> Husein Umar, *Metode Riset Bisnis* (Jakarta: Gramedia Pustaka Utama, 2002), 103.

<sup>13</sup> Dwi Priyanto, *Paham Analisa Statistik Data Dengan SPSS* (Yogyakarta: Mediakom, 2010), 90.

**Tabel 3.2**  
**Uji Validitas Non Responden**

Item	$r_{hitung}$	Sig.	$r_{tabel}$	Kategori
X1.1	0,452	0,05	0,361	Valid
X1.2	0,669	0,05	0,361	
X1.3	0,591	0,05	0,361	
X1.4	0,684	0,05	0,361	
X1.5	0,364	0,05	0,361	

Item	$r_{hitung}$	Sig.	$r_{tabel}$	Kategori
X2.1	0,770	0,05	0,361	Valid
X2.2	0,638	0,05	0,361	
X2.3	0,681	0,05	0,361	
X2.4	0,591	0,05	0,361	
X2.5	0,644	0,05	0,361	

Item	$r_{hitung}$	Sig.	$r_{tabel}$	Kategori
X3.1	0,646	0,05	0,361	Valid
X3.2	0,707	0,05	0,361	
X3.3	0,600	0,05	0,361	
X3.4	0,599	0,05	0,361	
X3.5	0,534	0,05	0,361	

Item	$r_{hitung}$	Sig.	$r_{tabel}$	Kategori
Y1.1	0,690	0,05	0,361	Valid
Y1.2	0,719	0,05	0,361	
Y1.3	0,753	0,05	0,361	
Y1.4	0,493	0,05	0,361	
Y1.5	0,881	0,05	0,361	

## 2. Uji Reliabilitas Instrumen

Pada penelitian kuantitatif uji reliabilitas merupakan kestabilan pengukuran. Alat ukur yang dipergunakan sama serta digunakan pada waktu yang berbeda, tetapi hasil yang diperoleh relatif konsisten. Dengan kata lain, reabilitas merupakan konsistensi suatu alat pengukur dalam mengukur gejala yang sama

secara tepat.<sup>14</sup> Berdasarkan program SPSS, uji ini akan menggunakan metode Cronbach's Alpha dengan ketentuan Batasan 0,6. Artinya jika angka reliabilitas menunjukkan angka 0,7 reliabilitas instrument masih dapat diterima dan jika angka tersebut menyatakan lebih dari 0,8 maka instrument penelitian telah berada pada posisi yang baik.<sup>15</sup>

Sampel sebanyak 30 kuesioner disebar untuk non responden guna memperoleh data dan mengevaluasi reabilitas instrument kuesioner tersebut.

**Tabel 3.3**  
**Hasil Uji Reliabilitas Non Responden**

Variabel	Reability Coeffisiens	Cronbach's Alpha	Alpha	Keterangan
Strategi Promosi (X1)	5 item	0,410	0,60	Reliabel
Lokasi (X2)	5 item	0,673	0,60	Reliabel
Kualitas Pelayanan (X3)	5 item	0,592	0,60	Reliabel
Loyalitas Anggota (Y)	5 item	0,753	0,60	Reliabel

### 3. Uji Asumsi Klasik

Untuk memenuhi persyaratan statistik dan menjamin bahwa hasil uji regresi yang dilakukan akurat atau tidak menyimpang, uji asumsi klasik sangat membantu. Terdapat 3 cara yang dipakai untuk uji ini, diantaranya:

a. Uji Normalitas

Untuk melihat apakah sebaran data berdistribusi normal ataupun tidak. Selain pengambilan keputusan berdasarkan tabel P-P Plot, uji dasar Kolomgrov-Smirbov dapat digunakan untuk melihat normal/tidak normalnya data. Hal ini bisa dilakukan dengan mengamati sebaran titik plot P-P jika titik-titik tersebut tetap berada pada garis diagonal maka data dianggap normal. Jika terdapat

<sup>14</sup> T. Muhyiddin, Tarmizi, dan Yulianita, *Metode Penelitian Ekonomi & Sosial Teori, Konsep, dan Rencana Proposal*, 91.

<sup>15</sup> Priyanto, *Paham Analisa Statistik Data Dengan SPSS*, 97.

spread yang lebih besar dari nilai signifikan 0,05 maka keputusan tersebut dianggap wajar.

b. Uji Multikolinearitas

Mencari korelasi antara variabel bebas dan regresi berganda merupakan tujuan dari uji multikolinearitas gejala muncul jika korelasinya terlalu tinggi. Apabila nilai toleransi  $> 0,01$  dan faktor inflasi varians (VIF)  $< 10$ , maka dianggap tidak menunjukkan gejala multikolinearitas. Multikolinearitas ini dapat diamati bila nilai toleransinya kurang dari 0,01 jika tidak, secara umum instrumen ini dianggap sebagai instrumen yang baik.<sup>16</sup>

c. Uji heteroskedastisitas

Uji heteroskedastisitas, yaitu ketidaksamaan varians sisa yang dapat diuji secara grafis, untuk mengamati penyimpangan yang timbul dari asumsi persyaratan pengujian. Menurut statistik, model yang baik terdistribusi secara visual pada area atas dan bawah atau angka 0 dan titik-titiknya tidak membentuk pola. Hal ini ditentukan secara statistik menggunakan uji Glejser berdasarkan pengambilan. Penyimpangan heteroskedastisitas tidak terjadi jika nilai signya lebih kecil dari variabel yang bebas dari residu absolut ( $\text{sig} > 0,05$ ), namun terjadi bila nilai signya kurang dari 0,05.<sup>17</sup>

## F. Teknik Pengumpulan Data

Data-data yang di kumpulkan pada penelitian ini menggunakan data primer dan data sekunder. Data primer berdasarkan yang diperoleh langsung oleh peneliti sendiri dari sumber pertama seperti kuisioner. Sedangkan data sekunder adalah data yang diperoleh dari beberapa literatur seperti buku maupun jurnal-jurnal ilmiah yang berkaitan langsung dengan penelitian yang dilakukan.

---

<sup>16</sup> Dyah Nirmala Arum Janie, *Statistik Deskriptif & Regresi Linier Berganda Dengan SPSS* (Semarang: Semarang University Press, 2012), 36–38.

<sup>17</sup> Dyah Nirmala Arum Janie, 24.

Adapun teknik pengumpulan data yang dilakukan dalam penelitian ini sebagai berikut:

**1. Kuesioner**

Teknik menggunakan pengumpulan data melalui kuisisioner dilakukan dengan cara membagikan daftar pertanyaan kepada responden.<sup>18</sup> Dalam penelitian ini, kuisisioner akan disebarakan kepada anggota nasabah produk SIRELA KSPPS Yaummi Maziyah Assa’adah cabang Jekulo Kudus untuk mendapatkan informasi keperluan berdasarkan laporan tentang responden.

Pengukuran butir-butir pertanyaan pada kuisisioner akan menggunakan skala likert. Skala pengukuran ini dapat digunakan untuk meninjau ukuran sejauh mana sikap, tanggapan, pandangan, pendapat, presepsi seseorang mengenai situasi dan fenomena pada objek tertentu. Skala likert menerapkan jenis pertanyaan yang bersifat positif maupun pertanyaan yang negatif. Penelitian ini akan menggunakan jenis pertanyaan positif pada kuisisioner dengan lima tingkat preferensi jawaban, sebagai berikut:

**Tabel 3. 4**  
**Preferensi Jawaban**

No.	Preferensi Jawaban	Skor
1	Sangat Setuju (SS)	5
2	Setuju (S)	4
3	Netral (N)	3
4	Tidak Setuju (TS)	2
5	Sangat Tidak Setuju (STS)	1

**2. Dokumentasi**

Metode pengumpulan data dilakukan dengan menggumpulkan berbagai dokumen yang berkaitan dengan permasalahan penelitian, buku-buku, dan internet sebagai pengampu kelengkapan teori yang

---

<sup>18</sup> Suliyanto, *Metode Riset Bisnis* (Yogyakarta: Andi Offset, 2006), 140.

berhubungan dengan masalah penelitian.<sup>19</sup> Pada penelitian ini membutuhkan teknik dokumentasi untuk memperoleh data yang diperlukan seperti profil dan sejarah historis KSPPS Yaummi Maziyah Assa'adah cabang Jekulo Kudus.

### 3. Wawancara

Wawancara adalah suatu cara memperoleh data atau mengumpulkan data yang akurat dengan mengajukan pertanyaan secara langsung secara lisan terhadap orang-orang yang dapat memberikan keterangan-keterangan yang erat kaitannya dengan masalah-masalah yang akan peneliti ungkapkan dalam penelitian ini guna mendukung data yang dikumpulkan.

## G. Teknik Analisis Data

### 1. Analisis Regresi Berganda

Analisis regresi berganda merupakan salah satu solusi jika variabel independen lebih dari satu.<sup>20</sup> Seperti  $X_1, X_2, X_3, X_4, \dots, X_n$ , dengan variabel terkait (Y). Teknik analisis ini digunakan untuk memprediksikan nilai dari variabel dependen. Apabila nilai variabel bebas dinyatakan mengalami kenaikan atau penurunan dan untuk mengenali arah hubungan antara variabel bebas dengan variabel terikat apakah masing-masing variabel berhubungan positif atau negatif. Persamaan regresi linier berganda pada penelitian ini adalah sebagai berikut:

$$Y = a + b_1 X_1 + b_2 X_2 + b_3 X_3 + e$$

Keterangan:

Y = Loyalitas Anggota

a = Konstanta

$X_1$  = Strategi Promosi

$X_2$  = Lokasi

$X_3$  = Kualitas Pelayanan

<sup>19</sup> Nanang Martono, *Metode Penelitian Kuantitatif, Analisis Isi dan Analisis Data Sekunder* (Jakarta: PT. Raja Grafindo, 2010), 87.

<sup>20</sup> T. Muhyiddin, Tarmizi, dan Yulianita, *Metode Penelitian Ekonomi & Sosial Teori, Konsep, dan Rencana Proposal*, 110.

- $b_1$  = Koefisien regresi variabel strategi promosi  
 $b_2$  = Koefisiensi regresi variabel lokasi  
 $b_3$  = Koefisiensi regresi kualitas pelayanan  
 $e$  = error

## 2. Koefisien Determinasi

Uji koefisiensi determinasi pada penelitian ini bertujuan untuk mengetahui jumlah presentase yang berpengaruh dari variabel bebas  $X_1, X_2, X_3, X_4, \dots, X_n$  secara bersamaan terhadap variabel terikat (Y). Koefisiensi akan menunjukkan informasi seberapa besar presentase variabel bebas yang di gunakan pada penelitian ini terhadap variabel terikat.

## 3. Uji Koefisien Regresi Secara Parsial (Uji T)

Uji ini ditujukan untuk mengetahui apakah dalam model regresi variabel bebas  $X_1, X_2, X_3, X_4, \dots, X_n$  secara parsial atau individual dapat berpengaruh signifikan terhadap variabel terikat (Y). Pengujian ini dilakukan dengan membandingkan nilai  $t_{hitung}$  dengan  $t_{tabel}$  dengan ketentuan sebagai berikut:

$H_0$  diterima apabila  $-t_{tabel} \leq t_{hitung} \leq t_{tabel}$

$H_a$  ditolak apabila  $t_{hitung} > t_{tabel}$  atau  $t_{hitung} < -t_{tabel}$ .<sup>21</sup>

---

<sup>21</sup> Priyanto, *Paham Analisa Statistik Data Dengan SPSS*, 66.