

## BAB III METODE PENELITIAN

### A. Jenis dan Pendekatan

Pada penelitian ini tergolong kedalam kategori penelitian lapangan (*field research*). Penelitian yang sumber datanya berada di lapangan dan dikenal dengan istilah “penelitian lapangan” atau dapat juga dikatakan data lapangan berguna untuk menjawab rumusan masalah.<sup>1</sup> Data yang digunakan yakni data primer, dimana data primer umumnya dikenal dengan data utama atau data yang diajukan secara langsung dengan langkah memberikan kuesioner kepada semua responden. Penelitian ini akan mengamati kualitas pelayanan, harga, dan promosi terhadap kepuasan pelanggan kedai utik di Ngurenrejo Wedarijaksa Pati.

Metode yang dipilih adalah metode kuantitatif. Menurut Sugiyono, metode kuantitatif adalah pendekatan penelitian yang didasarkan pada filsafat positivisme, yang digunakan untuk menginvestigasi populasi atau sampel tertentu. Dalam bukunya yang berjudul "Metodologi Penelitian Kualitatif dan Kuantitatif", Kasiram, yang dikutip oleh Kuntjojo, secara ringkas mendefinisikan penelitian kuantitatif sebagai suatu proses eksplorasi pengetahuan yang menggunakan data berupa angka sebagai instrumen analisis untuk memahami informasi yang diinginkan.<sup>2</sup>

### B. Populasi dan Sampel

#### 1. Populasi

Populasi yakni seluruh objek ataupun subjek penelitian yang sudah ditetapkan peneliti.<sup>3</sup> Menurut Sugiyono populasi sebagai wilayah generalisasi yang terdapat di sebuah penelitian. Wilayah tersebut meliputi terkait objek ataupun subjek yang dapat ditarik kesimpulannya. Sedangkan menurut Arikunto, populasi sebagai keseluruhan suatu objek didalam penelitian yang dialami dan juga dicatat segala bentuk yang ada di lapangan.

Populasi ialah seluruh anggota kelompok manusia secara bersama-sama dalam sebuah tempat yang sudah direncanakan menjadi target kesimpulan dari hasil akhir sebuah penelitian. Pengertian populasi yang lebih kompleks yakni populasi tidak hanya

---

<sup>1</sup> Pedoman Penyelesaian Tugas Akhir Program Sarjana IAIN Kudus (IAIN: 2018), hlm.31

<sup>2</sup> Mayang Sari Lubis, Metodologi Penelitian, (Yogyakarta : Deepublish, 2018), hlm.48

<sup>3</sup> Imam Machali, Metode Penelitian Kuantitatif, (Yogyakarta: MPI, 2016), hlm. 52

sekedar jumlah yang ada dalam subjek yang dipelajari, tapi memuat semua karakteristik ataupun sifat yang dipunya oleh subjek tersebut.<sup>4</sup> Adapun populasi pada penelitian ini yaitu para pelanggan kedai Utik yang pernah melakukan pembelian produk di kedai dan tidak dapat diketahui dengan pasti jumlahnya.

## 2. Sampel

Secara sederhana, sampel dapat dijelaskan sebagai sebagian dari populasi yang diambil sebagai representasi data yang sebenarnya dalam sebuah penelitian. Dengan kata lain, sampel merupakan subset dari populasi yang mewakili keseluruhan populasi. Dalam menentukan sampel, penulis menggunakan metode *nonprobability sampling*, yang merupakan teknik pengambilan sampel yang tidak memberikan peluang yang sama bagi semua elemen dalam populasi untuk dipilih sebagai sampel.<sup>5</sup> Metode pengambilan sampel yang digunakan adalah *accidental sampling*. Sugiyono menjelaskan bahwa *accidental sampling* merupakan suatu teknik untuk menentukan sampel secara kebetulan, yaitu individu-individu yang secara tak sengaja bertemu dengan peneliti dan dianggap layak sebagai subjek penelitian jika memenuhi kriteria sebagai sumber data.<sup>6</sup> Jika dilihat orang yang dijumpai layak dijadikan sumber data dan pernah membeli di Kedai Utik minimal satu kali. Karena pada penelitian ini tidak mengetahui jumlah yang pasti dari populasi yang diteliti maka besar sampel yang digunakan dengan rumus Rao Purba yakni:

$$n = \frac{Z^2}{4 (moe)^2}$$

Keterangan:

$n$  = Jumlah sampel

$Z$  = Tingkat keyakinan dalam menentukan sampel 95% = 1,96

$moe$  = Margin of error 10%<sup>7</sup>

Dengan merujuk pada rumus yang telah diuraikan sebelumnya, maka didapatkan hasil berikut ini:

---

<sup>4</sup> Nur Fadilah Amin, Sabaruddin Garancang, and Kamaluddin Abunawas, "Konsep Umum Populasi Dan Sampel Dalam Penelitian," *Jurnal Pilar : Jurnal Kajian Islam Kontemporer* 14, no. 1 (2023): 15–31.

<sup>5</sup> Amin, Garancang, and Abunawas.,

<sup>6</sup> Achmad Daengs GS, Enny Istanti, and Indriana Kristiawati, "Peran Timelimeses Dalam Meningkatkan Customer Satisfaction, Customer Loyalty Pt. JNE," *Jurnal Baruna Horizon* 5, no. 1 (2022): 1–7.

<sup>7</sup> Nia Rahma Astuti and Andri Nurtanto, "Pengaruh Kualitas Produk, Harga, Dan Merek Terhadap Keputusan Pembelian Hand Sanitizer Nature Leaf Pada Remaja Di Surakarta," *Jurnal Ekobis Dewantara* 4, no. 1 (2021): 20–31.

$$n = \frac{1,96^2}{4 (10\%)^2}$$

$$n = 96,04$$

Jadi dari hasil tersebut maka  $n$  yang didapatkan yaitu 96,04 = 96 orang yang menjadi responden, peneliti harus mengambil sampel sedikitnya 96 orang, atau dibulatkan menjadi 100 sampel.

Teknik pengumpulan data yang digunakan yakni teknik kuesioner. Teknik kuesioner yakni dengan mendatangi secara langsung responden. Kuesioner yakni sebuah teknik dalam mengumpulkan informasi yang mungkin analisis belajar mengenai sikap, perilaku, keyakinan, dan sifat individu-individu kunci di dalam struktur organisasi yang mungkin dipengaruhi oleh sistem yang diajukan dan sistem yang sudah ada dapat dianalisis menggunakan alat analisis seperti pengujian validitas dan reliabilitas, pengujian asumsi klasik, dan pengujian hipotesis. Pada penelitian ini kuesioner yang digunakan dengan langkah teknik penyebaran melalui via google form. Peneliti memberikan link google form kepada responden untuk dapat mengisi kuesioner penelitian.

### C. Identifikasi Variabel

Variabel penelitian yakni objek yang dimiliki pada diri subjek. Objek penelitian berupa orang, benda, transaksi, atau peristiwa yang disatukan dari subjek penelitian yang mengilustrasikan sebuah kondisi ataupun nilai dari masing-masing subjek penelitian. Menurut sugiyono, variabel penelitian yaitu suatu hal yang berwujud apa saja yang telah ditentukan oleh peneliti untuk dijadikan sebagai pembelajaran sehingga peneliti memperoleh pengetahuan mengenai hal tersebut, selanjutnya akan dibuat kesimpulan. Analisis peneliti menggunakan dua variabel, diantara variabel tersebut adalah:

#### 1. Variabel *Independen* (Variabel Bebas)

Variabel dimaknai sebagai sebuah keadaan atau nilai yang apabila timbul maka akan menimbulkan keadaan ataupun nilai yang lainnya. Makna lainnya yakni variabel yang menjadi sebuah sebab ataupun mempunyai kemungkinan teoritis yang dapat dampak pada variabel yang lain. Pada penelitian ini ada tiga variabel bebasnya yakni Kualitas Pelayanan (X1), Harga (X2), dan Promosi (X3).

2. Variabel *Dependen* (Variabel Terikat)

Variabel *dependen* adalah variabel yang dipengaruhi atau yang menjadi akibat dikarenakan ada variabel bebas. Sehingga *variabel dependen* ialah variabel terikat yang besarnya tergantung dari besaran variabel *independent*.<sup>8</sup> Terdapat satu *variabel dependen* dalam penelitian ini yakni Kepuasan Pelanggan (Y).

**D. Variabel Operasional**

Untuk lebih jelas terkait variabel pada penelitian ini akan dipaparkan pada tabel dibawah ini:

**Tabel 3. 1**  
**Indikator Penelitian**

Variabel	Definisi Variabel	Indikator	Skala
Kualitas Pelayanan (X1)	Kualitas pelayanan ialah cara dimana sebuah perusahaan mengupayakan untuk dapat melakukan pemenuhan pada kebutuhan dan keinginan konsumen <sup>9</sup>	1. <i>tangibility</i> 2. <i>reliability</i> 3. <i>responsiveness</i> 4. <i>assurance</i> 5. <i>emphaty</i>	Likert 1-5
Harga (X2)	Harga yakni sejumlah nilai yang ditukar oleh konsumen dengan suatu barang ataupun jasa yang mempunyai manfaat Ketika konsumen memakai produk	1. Keterjangkauan harga 2. Kesesuaian harga dengan kualitas produk 3. Harga sesuai kemampuan atau daya saing harga 4. Kesesuaian harga dengan manfaat	Likert 1-5

<sup>8</sup> Rafika Ulfa, “Variabel Penelitian Dalam Penelitian Pendidikan,” *Al- Fathonah : Jurnal Pendidikan Dan Keislaman*, n.d., 342–51.

<sup>9</sup> Reza Anggapratama and Dwi Irnawati, “Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Di Indomaret Cabang Raya Lettu Suyitno Bojonegoro,” *Jurnal Alwatzikhoebillah* 9, no. 2 (2023): 341–50, <https://doi.org/10.37567/alwatzikhoebillah.v9i2.1811>.

	ataupun jasa yang dibelinya <sup>10</sup>		
Promosi (X3)	Promosi adalah hal yang sangat perlu diperhatikan dan dilakukan oleh perusahaan agar dapat menyampaikan dan memasarkan produk sehingga perusahaan dapat mencapai tujuan <sup>11</sup>	1. Frekuensi promosi 2. Kualitas promosi 3. Kuantitas promosi 4. Waktu promosi 5. Ketepatan sasaran promosi	Likert 1-5
Kepuasan Pelanggan (Y)	Kepuasan pelanggan ialah sebuah perasaan yang dirasakan konsumen sesudah melakukan perbandingan kinerja ataupun hasil produk yang dirasakan sama dengan keinginannya <sup>12</sup>	1. Sesuai dengan harapan pelanggan 2. Berminat untuk berkunjung kembali 3. Bersedia merekomendasikan	Likert 1-5

## E. Teknik Pengumpulan Data

### a. Angket

Angket ataupun kuesioner adalah teknik yang dipakai untuk menyatukan data secara tidak langsung. Alat yang digunakan dalam mengumpulkan data disebut dengan angket, yang berisi sebuah pertanyaan yang wajib dijawab para responden. Responden biasanya menjawab pertanyaan sesuai dengan kesan yang mereka rasakan.

<sup>10</sup> Muhamad Irvan Noor Maulana, "Pengaruh Harga, Kualitas Produk, Dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Produk Artfresh," *Peforma: Jurnal Manajemen Dan Start-up Bisnis* 5, no. 5 (2021): 6.

<sup>11</sup> Suparman, Lukman Nul Hakim, and Wendy Eko Ruswanto, "Pengaruh Promosi Dan Kualitas Layanan Terhadap Kepuasan Pelanggan D'raostop Chicken Dan Burger Seskoal Jakarta Selatan," *Jurnal Administrasi Bisnis* 3, no. 2 (2023): 159–69.

<sup>12</sup> Fendy Maradita and Mega Susilawati, "Pengaruh Suasana, Kualitas Makanan, Dan Persepsi Nilai Terhadap Kepuasan Pelanggan Rumah Makan Goa Sumbawa," *Jurnal Nasional Manajemen Pemasaran & SDM* 2, no. 1 (2021): 1–14.

Kuisioner adalah metode penelitian yang wajib di respon oleh responden untuk mengutarakan pandangan dari suatu persoalan.<sup>13</sup> Pada kuesioner didalamnya ada uji validitas dan reliabilitas. Untuk pengukuran dalam penelitian menggunakan skala likert.

Sugiyono menjelaskan bahwa skala Likert digunakan untuk menilai sikap, pendapat, dan persepsi individu atau kelompok terhadap suatu fenomena. Setiap jawaban pada skala tersebut dinilai dari sangat positif hingga sangat negatif. Beberapa nilai yang terdapat pada skala Likert mencakup:

SS = Sangat Setuju = 5

ST = Setuju = 4

N = Netral = 3

TS = Tidak Setuju = 2

STS = Sangat Tidak Setuju = 1<sup>14</sup>

b. Wawancara

Wawancara yakni teknik yang dilaksanakan dengan cara bertanya kepada responden atau informan. Responden dalam sebuah wawancara sendiri adalah sumber data penelitian yang mampu memberikan informasi terkait pendapat, pendirian, dan juga keterangan yang lain tentang diri para responden yang diwawancarai. Sedangkan informan adalah orang-orang yang menjadi sumber informasi oleh peneliti agar mendapatkan keterangan mengenai orang lain ataupun suatu keadaan tertentu.<sup>15</sup> Wawancara yang dilaksanakan yakni dengan pihak yang terkait yakni ibu Utik sebagai pemilik kedai untuk mendapatkan data terkait Kedai Utik.

c. Observasi

Observasi ialah cara dalam mendapatkan data dengan melaksanakan pengamatan (sikap bukan sikap dari) subyek penelitian dan merekam jawaban untuk dilakukan analisis. Metode yang ada pada observasi dapat dalam bentuk terstruktur maupun tidak terstruktur. Pada bentuk struktur, peneliti melakukan rincian dengan detail sesuatu yang akan dilakukan pengamatan dan bagaimana agar dapat melakukan perekaman pengukuran. Sedangkan dalam bentuk observasi tidak terstruktur, peneliti melakukan upaya untuk melakukan pengamatan semua aspek

---

<sup>13</sup> Maryam B.Gainau, Pengantar Metode Penelitian , (Yogyakarta: PT Kanisius, 2016), hlm.106

<sup>14</sup> Danang Suntoyo, hlm.132

<sup>15</sup> Adhi Kusumastuti, Ahmad Mustamil Khoiron, and Taofan Ali Achmadi, *Metode Penelitian Kuantitatif* (Yogyakarta: Deepublish, 2020).hlm. 65

fenomena yang berhubungan dengan masalah yang sedang dipecahkan.<sup>16</sup>

## F. Teknik Analisis Data

### 1. Analisis Statistik Deskriptif

Pada analisis data penelitian, penulis menggunakan Teknik analisis statistik deskriptif. Statistik deskriptif menurut Sugiyono ialah statistik yang digunakan untuk mendeskripsikan atau menggambarkan data yang telah terkumpul sebagaimana adanya tanpa bermaksud untuk membuat kesimpulan yang berlaku untuk umum.<sup>17</sup> Terdapat tiga hal yang disajikan dalam analisis statistik deskriptif yang meliputi:

- a. Analisis mengenai karakteristik dari reponden yang terdiri dari pelanggan kedai Utik di Ngurenrejo Wedarijaksa Pati.
- b. Penelitian ini mempunyai empat data yakni kualitas pelayanan, harga, promosi, dan kepuasan pelanggan.
- c. Analisis ini juga menggambarkan jawaban responden yang berasal dari kuesioner. Pada bagian ini penulis menganalisis data tersebut dengan satu persatu dengan didasarkan pada jawaban responden berdasarkan kuesioner yang telah diisi oleh responden pada saat penelitian. Data tersebut disajikan dalam bentuk tabel distribusi frekuensi.

### 2. Uji Validitas dan Reliabilitas

#### a. Uji Validitas

Uji validitas merupakan tahap pengujian yang dilakukan terhadap isi suatu instrumen. Sugiyono menjelaskan bahwa tujuan dari uji validitas adalah untuk mengevaluasi sejauh mana instrumen yang digunakan sesuai dengan maksudnya atau tidak. Validitas merupakan metode untuk menentukan apakah kuesioner yang digunakan sudah benar-benar efektif dalam mengukur variabel yang sedang diteliti. Dalam melakukan pengujian tersebut, terdapat prinsip dasar yang menjadi dasar dalam pengambilan keputusan, yakni:

- a. Jika nilai koefisien korelasi yang dihitung ( $r$  hitung) melebihi nilai yang tercantum dalam tabel distribusi ( $r$  tabel), maka

---

<sup>16</sup> Tony Wijaya, *Metodologi Penelitian Ekonomi dan Bisnis Teori dan Praktik*. (Yogyakarta: Graha Ilmu, 2013), hlm. 23

<sup>17</sup> Evi Alfianti and Wanda Kartikasari, "Pengaruh Media Audio Visual Terhadap Hasil Belajar Pada Pembelajaran SBDP Siswa Kelas V SD Inpres 3 / 77 Data Kecamatan Mare Kabupaten Bone," *Jurnal Pgsd Universitas Lamappapoleonro* 1, no. 2 (2023): 127–34.

dapat disimpulkan bahwa item pertanyaan atau pernyataan dalam kuesioner memiliki korelasi yang signifikan terhadap total skor yang diperoleh. Dalam konteks ini, item-item dalam kuesioner tersebut dianggap valid.

- b. Jika nilai koefisien korelasi yang dihitung ( $r$  hitung) lebih kecil dari nilai yang tercantum dalam tabel distribusi ( $r$  tabel), hal tersebut menandakan bahwa item pertanyaan atau pernyataan dalam kuesioner/angket tidak memiliki korelasi yang signifikan dengan total skor yang diperoleh. Dalam hal ini, item-item dalam kuesioner/angket tersebut dianggap tidak valid.<sup>18</sup>

### b. Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas adalah suatu instrumen yang digunakan untuk mengevaluasi sejauh mana hasil pengukuran tetap konsisten ketika dilakukan pengukuran ulang pada fenomena yang sama dengan menggunakan alat ukur yang sama. Tingkat reliabilitas dari suatu variabel penelitian dapat dinilai melalui nilai statistik *Cronbach Alpha* ( $\alpha$ ). Sebuah variabel dianggap dapat diandalkan (*reliable*) jika nilai *Cronbach alpha*-nya  $> 0,60$ . Ketika nilai alpha mendekati 1, kepercayaan terhadap reliabilitas data semakin meningkat.<sup>19</sup>

## 3. Uji Asumsi Klasik

### a. Uji multikolinearitas

Tujuan dari uji multikolinearitas adalah untuk menentukan apakah terdapat korelasi yang signifikan antara variabel bebas dalam sebuah model regresi linear berganda. Apabila terdapat korelasi yang tinggi di antara variabel bebas, maka hubungan antara variabel bebas dan variabel terikat dapat terganggu.

Terdapat dasar dalam mengambil keputusan pada uji multikolinearitas yaitu:

- 1) Melihat dari nilai *tolerance*:
  - a. Jika nilai *tolerance*  $> 0.10$  maksudnya yakni tidak terjadinya multikolinearitas pada data yang telah diuji
  - b. Jika nilai *tolerance*  $< 0.10$  maksudnya terjadi multikolinearitas pada data yang telah diuji
- 2) Melihat dari nilai VIF (*Variance Inflation Factor*):

---

<sup>18</sup> Irwan Taopik, Ecep Supriatna, and Wiwin Yuliani, "Uji Validitas Dan Reliabilitas Angket Interaksi Sosial," *Fokus* 6, no. 4 (2023): 278–84, <https://doi.org/10.22460/fokusv6i3.11060>.

<sup>19</sup> Nikolaus Duli, *Metodologi Penelitian Kuantitatif: Beberapa Konsep Dasar Untuk Penulisan Skripsi & Analisis Data Dengan SPSS* (Yogyakarta: Deepublish, 2019), hlm.106

- a. Jika nilai VIF  $< 10.00$  maka maksudnya tidak terjadi adanya multikolinearitas pada data yang telah diuji
- b. Jika nilai VIF  $> 10.00$  maka terjadi multikolinearitas pada data yang telah diuji.

**b. Uji Autokorelasi**

Uji autokorelasi digunakan untuk mengevaluasi apakah terdapat korelasi antara nilai pada periode  $t$  dengan nilai pada periode sebelumnya ( $t-1$ ). Secara sederhana, dalam analisis regresi, fokus pada pengaruh variabel bebas terhadap variabel terikat, sehingga tidak diinginkan adanya korelasi antara observasi pada periode tertentu dengan data observasi pada periode sebelumnya.

**c. Uji Heteroskedastisitas**

Uji heteroskedastisitas bertujuan untuk menilai apakah terdapat variasi yang berbeda dari sisaan antara satu pengamatan dan pengamatan lainnya. Sebuah model regresi dianggap memenuhi syarat heteroskedastisitas jika terjadi perbedaan dalam varians sisaan antar pengamatan. Model regresi yang baik seharusnya tidak mengalami heteroskedastisitas. Dalam melakukan pengujian heteroskedastisitas, terdapat prinsip dasar yang harus diperhatikan sebagai dasar pengujian, yakni:

- a. Apabila nilai signifikansi  $> \alpha = 0.05$  maka tidak terjadi adanya heteroskedastisitas
- b. Apabila nilai signifikansi  $< \alpha = 0.05$  terjadi adanya heteroskedastisitas.

**d. Uji Normalitas**

Tujuan dari uji normalitas adalah untuk menilai apakah distribusi dari nilai-nilai residual mengikuti distribusi normal atau tidak. Model regresi yang baik adalah model yang memiliki nilai-nilai residual yang terdistribusi secara normal. Oleh karena itu, uji normalitas tidak hanya dilakukan pada setiap variabel independen, tetapi juga pada nilai-nilai residualnya. Kesalahan umum yang sering terjadi adalah ketika uji normalitas hanya dilakukan pada setiap variabel independen. Hal tersebut tidak dilarang tapi model regresi membutuhkan normalitas dalam nilai residualnya bukan yang ada dalam setiap variabel penelitian.

Sebelum melakukan analisis data, data penelitian harus diuji terlebih dahulu normal atau tidaknya. Data dikatakan baik jika data yang normal didalam pendistribusiannya. Dasar dalam pengambilan keputusan dalam uji normalitas adalah jika nilai signifikansi lebih besar dari  $\alpha = 0,5$ , maka data dianggap memiliki distribusi normal. Sebaliknya, jika nilai signifikansi

lebih kecil dari  $\alpha = 0,5$ , maka data dianggap tidak memiliki distribusi normal.<sup>20</sup>

#### 4. Uji Analisis Regresi Linier Berganda

Analisis regresi linier berganda adalah suatu metode analisis yang berguna untuk memahami bagaimana variasi variabel dependen berubah ketika terjadi perubahan pada satu atau lebih variabel independen.<sup>21</sup> Analisis regresi linier berganda memiliki kriteria yang harus terpenuhi yakni masing-masing variabel harus berskala interval. Bentuk persamaan garis regresi linier berganda pada penelitian ini sebagai berikut:

$$\text{Rumus: } Y = a + b_1 X_1 + b_2 X_2 + b_3 X_3 + e$$

Keterangan: Y = Kepuasan Pelanggan

a = Konstanta

$b_1$  = Koefisien regresi dari variabel  $X_1$

$b_2$  = Koefisien regresi dari variabel  $X_2$

$b_3$  = Koefisien regresi dari variabel  $X_3$

$X_1$  = Kualitas Pelayanan

$X_2$  = Harga

$X_3$  = Promosi

e = Error<sup>22</sup>

#### 5. Hipotesis

##### a. Uji Secara Parsial (Uji T)

Uji t dilakukan agar dapat mengetahui apakah model dari regresi variabel independen secara parsial memiliki pengaruh yang signifikan terhadap variabel dependen. Hipotesisnya:

a.  $H_0$ : Tidak terdapat pengaruh  $X_1, X_2, X_3$  secara parsial terhadap Y

b.  $H_a$ : Terdapat pengaruh  $X_1, X_2, X_3$  secara parsial terhadap Y  
Kriteria dalam mengambil keputusan:

a. Ho diterima apabila signifikansi  $> 0,05$  (tidak berpengaruh)

b. Ho ditolak apabila signifikansi  $< 0,05$  (berpengaruh)

<sup>20</sup> Nikolaus Duli, hlm. 114-126

<sup>21</sup> Muh. Nur R, A. Nur Achsanuddin UA, and Moh. Aris Pasigai, "The Effect of Service Quality, Price, and Location on Purchasing Decisions in the Perspective of Islamic Economics at Sang Surya Mart, Perintis Kemerdekaan, Makassar City," *Jurnal Ilmiah Ekonomi Islam* 9, no. 01 (2023): 1–11.

<sup>22</sup> Danang Sunyoto, hlm.135

### b. Uji Simultan (Uji F)

Uji f dilakukan agar dapat mengetahui apakah variabel independen secara simultan mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap variabel dependen. Hipotesis:

- a.  $H_0$  : Tidak terdapat pengaruh  $X_1, X_2, X_3$  secara bersama-sama terhadap  $Y$
- b.  $H_a$  : Ada pengaruh  $X_1, X_2, X_3$  secara bersama-sama terhadap  $Y$

Kriteria dalam mengambil keputusan:

- a.  $H_0$  diterima apabila nilai signifikansi  $> 0,05$  (tidak berpengaruh)
- b.  $H_0$  ditolak apabila nilai signifikansi  $< 0,05$  (berpengaruh).<sup>23</sup>

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

Bertujuan agar dapat mengetahui seberapa besar persentase dari pengaruh variabel bebas ( $X_1, X_2$ , dan  $X_3$ ) terhadap variabel terikat ( $Y$ ). apabila ( $R^2$ ) semakin besar atau dapat dikatakan bernilai hampir 1 maka dapat dibilang bahwasannya kemampuan dalam menjabarkan variabel bebas ( $X_1, X_2$ , dan  $X_3$ ) merupakan besar terhadap variabel terikat ( $Y$ ). Hal tersebut maksudnya model yang dipakai akan semakin kuat dalam menjelaskan pengaruh variabel bebas terhadap variabel terikat.<sup>24</sup>

---

<sup>23</sup> Gun Mardiatmoko, "Pentingnya Uji Asumsi Klasik Pada Regresi Linier Berganda (Studi Kasus Penyusunan Persamaan Allometrik Kenari Muda [Canarium Indicum L.])," *BAREKENG : Jurnal Ilmu Matematika Dan Terapan* 14, no. 3 (2020): 333–42.

<sup>24</sup> Muh. Nur R et al., "The Effect of Service Quality, Price, and Location on Purchasing Decisions in the Perspective of Islamic Economics at Sang Surya Mart, Perintis Kemerdekaan, Makassar City."