





































2. Pengaruh variabel independen Faktor Psikologi (X1) terhadap Penggunaan Produk Gadai Emas (Y) apabila dilihat dari besarnya koefisien regresi 0,396 maka dapat diartikan bahwa setiap perubahan variabel Faktor Psikologi (X1) sebesar satu satuan maka variabel Penggunaan Produk Gadai Emas (Y) akan meningkat sebesar sebesar 0,396 dengan catatan variabel Pelayanan (X2) dan Promosi (X3) tetap.
3. Pengaruh variabel independen Pelayanan (X2) terhadap Penggunaan Produk Gadai Emas (Y) apabila dilihat dari besarnya koefisien regresi 0,169 maka dapat diartikan bahwa setiap perubahan variabel Pelayanan (X2) sebesar satu satuan maka variabel Penggunaan Produk Gadai Emas (Y) akan meningkat sebesar sebesar 0,169 dengan catatan variabel Faktor Psikologi (X1) dan Promosi (X3) tetap.
4. Pengaruh variabel independen Promosi (X3) terhadap Penggunaan Produk Gadai Emas (Y) apabila dilihat dari besarnya koefisien regresi 0,161 maka dapat diartikan bahwa setiap perubahan variabel Promosi (X3) sebesar satu satuan maka variabel Penggunaan Produk Gadai Emas (Y) akan meningkat sebesar sebesar 0,161 dengan catatan variabel Faktor Psikologi (X1) dan Pelayanan (X2) tetap.

## **F. Pengujian Hipotesis**

### **1. Uji F (simultan)**

Dalam penelitian ini disertakan pengujian serentak (uji F) untuk mengetahui apakah variabel bebas yaitu :Faktor Psikologi (X1), Pelayanan (X2), dan Promosi (X3) secara serentak atau bersama sama berpengaruh terhadap Penggunaan Produk Gadai Emas (Y). Untuk itu dalam penelitian ini disertakan uji F seperti yang terlihat dalam tabel 4.14 berikut ini :

**Tabel 4.16**  
**PERHITUNGAN UJI F**  
**ANOVA<sup>a</sup>**

Model	Sum of Squares	Df	Mean Square	F	Sig.
1 Regression	476,084	3	158,695	391,719	,000 <sup>b</sup>
Residual	18,636	46	,405		
Total	494,720	49			

a. Dependent Variable: Penggunaan Produk Gadai Emas

b. Predictors: (Constant), Promosi, Pelayanan, Faktor Psikologis

*Sumber : Data Primer Diolah, 2018*

Adapun langkah-langkah dalam uji F adalah:

- a.  $H_0 : \beta_1, \beta_2 = 0$  (Faktor Psikologis (X1), Pelayanan(X2), dan Promosi (X3) secara serentak atau bersama sama tidak berpengaruh terhadap Penggunaan Produk Gadai Emas (Y))  
 $H_1 : \beta_1, \beta_2 \neq 0$  (Faktor Psikologis (X1), Pelayanan (X2), dan Promosi (X3) secara serentak atau bersama sama berpengaruh terhadap Penggunaan Produk Gadai Emas (Y))
- b. Nilai signifikansi = 0.000
- c. Nilai f hitung = 391,719
- d. Nilai f tabel = 2,807
- e. Kesimpulan : Karena nilai signifikansi  $0,000 < 0,05$  atau nilai f tabel  $> f$  hitung ( $391,719 > 2,807$ ) maka  $H_0$  ditolak dan  $H_1$  diterima. Hal ini menunjukkan bahwa Faktor Psikologi (X1), Pelayanan (X2), dan Promosi (X3) secara serentak atau bersama sama berpengaruh terhadap Penggunaan Produk Gadai Emas (Y)

## 2. Uji t (Parsial)

Dalam penelitian ini juga dicantumkan uji parsial (uji t) untuk mengetahui apakah variabel bebas variabel Faktor Psikologi (X1), Pelayanan (X2), dan Promosi (X3) secara parsial atau sendiri-sendiri berpengaruh terhadap Penggunaan Produk Gadai Emas(Y). Berikut ini terdapat tabel untuk merekap

pengaruh variabel bebas X1, X2, dan X3 terhadap variabel (Y) terikat.

**Tabel 4.17**  
**PERHITUNGAN UJI t**

**Coefficients<sup>a</sup>**

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.	Collinearity Statistics	
	B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
1 (Constant)	-,633	,479		-1,321	,193		
Faktor Psikologi	,396	,060	,504	6,628	,000	,142	7,056
Pelayanan	,169	,075	,160	2,260	,029	,164	6,100
Promosi	,161	,042	,346	3,888	,000	,103	9,681

a. Dependent Variable: Penggunaan Produk Gadai Emas

Sumber :Data Primer diolah, 2018

**a. Pengaruh Variabel Faktor Psikologi (X1) Terhadap Penggunaan Produk Gadai Emas (Y)**

1) Hipotesis

Ho :  $\beta_1 = 0$  (secara parsial variabel Faktor Psikologis(X1) tidak berpengaruh terhadap Penggunaan Produk Gadai Emas(Y)).

H1 :  $\beta_1 \neq 0$  (secara parsial variabel Faktor Psikologis(X1) berpengaruh terhadap Penggunaan Produk Gadai Emas(Y)).

2) Nilai signifikansi = 0,000

3) Nilai t hitung = 2,340

4) Nilai t tabel = 1,668

Nilai t tabel dapat dilihat pada lampiran tabel t uji dua sisi dengan df 66 Kesimpulan : Karena nilai signifikansi  $0,000 < 0,05$ t hitung 6,628 < t tabel 1,679 maka H0 ditolak dan H1 diterima. Hal ini menunjukkan bahwa secara parsial variabel Faktor Psikologi (X1) berpengaruh signifikan terhadap Penggunaan Produk Gadai Emas (Y).

**b. Pengaruh Variabel Pelayanan (X2) Terhadap Penggunaan Produk Gadai Emas (Y)**

- 1) Hipotesis  
 $H_0 : \beta_1 = 0$  (secara parsial variabel Pelayanan (X2) tidak berpengaruh terhadap Penggunaan Produk Gadai Emas(Y)).  
 $H_1 : \beta_1 \neq 0$  (secara parsial variabel Pelayanan (X2) berpengaruh terhadap Penggunaan Produk Gadai Emas (Y)).
- 2) Nilai signifikansi = 0,029
- 3) Nilai t hitung = 2,260
- 4) Nilai t tabel = 1,679

Nilai t tabel dapat dilihat pada lampiran tabel t uji dua sisi dengan df 46 Kesimpulan : Karena nilai signifikansi  $0,029 < 0,05$  dan  $t \text{ hitung } 2,260 > t \text{ tabel } 1,679$  maka  $H_0$  ditolak dan  $H_1$  diterima. Hal ini menunjukkan bahwa secara parsial variabel Pelayanan (X2) berpengaruh signifikan terhadap Penggunaan Produk Gadai Emas(Y)

### c. Pengaruh Variabel Promosi (X3) Terhadap Penggunaan Produk Gadai Emas (Y)

- 1) Hipotesis  
 $H_0 : \beta_1 = 0$  (secara parsial variabel Promosi(X3) tidak berpengaruh terhadap Penggunaan Produk Gadai Emas(Y)).  
 $H_1 : \beta_1 \neq 0$  (secara parsial variabel Pelayanan(X2) berpengaruh terhadap Penggunaan Produk Gadai Emas(Y)).
- 2) Nilai signifikansi = 0,006
- 3) Nilai t hitung = 3,888
- 4) Nilai t tabel = 1,679

Nilai t tabel dapat dilihat pada lampiran tabel t uji dua sisi dengan df 46 Kesimpulan : Karena nilai signifikansi  $0,000 < 0,05$  dan  $t \text{ hitung } 3,888 > t \text{ tabel } 1,679$  maka  $H_0$  ditolak dan  $H_1$  diterima. Hal ini menunjukkan bahwa secara parsial variabel Promosi (X3) berpengaruh signifikan terhadap Penggunaan Produk Gadai Emas(Y)

### 3. Koefisien Korelasi (R) dan Koefisien Determinasi (R<sup>2</sup>)

Tabel 4.18

Model Summary<sup>b</sup>

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Durbin-Watson
1	,981 <sup>a</sup>	,962	,960	,63649	1,791

a. Predictors: (Constant), Promosi, Pelayanan, Faktor Psikologis

b. Dependent Variable: Penggunaan Produk Gadai Emas

Dari tabel 4.16 diatas diketahui bahwa nilai koefisien korelasi berganda (R), yaitu korelasi antara dua atau lebih variabel independen (Faktor Psikologi (X1), Pelayanan (X2), dan Promosi (X3)) terhadap variabel dependen (Penggunaan Produk Gadai Emas (Y)) sebesar 0,981. Hal ini berarti terdapat hubungan yang kuat.

Nilai koefisien determinasi berganda (adjusted R-square) adalah 0,962 atau 96,2% nilai ini menunjukkan bahwa 96,2% Penggunaan Produk Gadai Emas (Y) dipengaruhi oleh Faktor Psikologi (X1), Pelayanan(X2), dan Promosi (X3) dan sisanya 3,8% dipengaruhi oleh variabel lain diluar penelitian.