

BAB III METODE PENELITIAN

A. Jenis dan Pendekatan Penelitian

Jenis penelitian ini adalah penelitian lapangan (*field research*) yang merupakan penelitian dengan sarasannya ialah tokoh masyarakat yang memiliki berbagai permasalahan.¹ Hal yang diamati ialah terkait pengaruh promosi, pengetahuan, atribut produk terhadap minat menabung di Baitul Maal Wa Tamwil Mitra Muamalat Kudus pada masyarakat Desa Mlatinorowito.

Penelitian ini menggunakan metode kuantitatif, yaitu jenis penelitian yang menghasilkan temuan-temuan baru yang dapat diperoleh dengan menggunakan prosedur-prosedur secara statistik atau yang lainnya dari suatu pengukuran. Menurut Kasiram (2008), penelitian kuantitatif merupakan metode menemukan pemahaman dengan menggunakan analisis data berupa angka.² Pendekatan kuantitatif, hubungan antar variabel akan dianalisis dengan uji statistik serta menggunakan teori yang objektif.³

B Sumber Data

Sumber data menjadi aspek penting guna menentukan sebuah metode mengumpulkan data. Penelitian ini menggunakan sumber data primer dan sekunder.

1. Data Primer

Data primer merupakan jenis pengumpulan data yang bersumber data asli, data yang tidak tersedia dalam bentuk file, tetapi bersumber pada responden obyek penelitian sebagai cara untuk memperoleh data. Data yang

¹ Burhan Bungin, *Metodologi Penelitian Kuantitatif Komunikasi, Ekonomi, dan Kebijakan Publik Serta Ilmu-ilmu Sosial lainnya*, (Jakarta : Kencana, 2005), 56.

² V. Wiratna Sujarweni, *Metode Penelitian Bisnis Ekonomi*, (Yogyakarta : PUSTAKABARUPRESS, 2015), 39.

³ I Made Laut Mertha Jaya, *Metodologi Penelitian Kuantitatif Dan Kualitatif Teori, Penerapan, dan Riset Nyata*, (Yogyakarta : Anak Hebat Indonesia, 2020), 12.

diperoleh secara langsung melalui kuesioner yang dibagikan kepada masyarakat Desa Mlatinorowito Kudus.

2. Data Sekunder

Data sekunder merupakan jenis pengumpulan data yang bersumber pada data yang sudah tersedia di pusat publikasi perusahaan. ⁴Data yang digunakan dalam penelitian ini diperoleh dokumen, arsip, beberapa buku literatur yang berkaitan dengan fenomena yang akan dibahas dalam penelitian ini. Data-data ini diperoleh dari dokumentasi di BMT Mitra Muamalat Kudus.

C Populasi dan Sampel

1. Populasi

Populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri dari obyek yang memiliki kuantitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan peneliti untuk dipelajari dan kemudian di tarik kesimpulannya. Menurut Ismiyanto, populasi adalah keseluruhan subjek atau totalitas subjek penelitian yang dapat berupa, orang, benda, suatu hal yang didalamnya dapat diperoleh dan atau dapat memberikan informasi (data) penelitian. Adapun yang menjadi populasi dalam penelitian adalah masyarakat desa mlatinorowito kudus yang berjumlah 6049 responden.⁵

2. Sampel

Sampel adalah sebagian jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi. apabila populasi yang diteliti besar. dan peneliti tidak mungkin mempelajari keseluruhan dari populasi tersebut. misalnya dalam keterbatasan dana atau biaya tenaga dan waktu. maka sampel yang diambil populasi harus benar-benar representatif atau dapat diwakili.⁶ Sedangkan sampel menurut Sudjana & Ibrahim menyatakan bahwa sampel adalah sebagian dari populasi terjangkau yang memiliki sifat yang sama dengan

⁴ Jonathan Sarwono, *Metode Penelitian Kuantitatif Dan Kualitatif*, (Yogyakarta : Graha Ilmu, 2016), 124.

⁵ Sugiyono, *Statistika untuk Penelitian*, (Bandung: Alfabeta, 2016), 61

⁶ Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, Dan R&D*, (Bandung : Alfabeta, 2013), 80-81.

populasi.⁷ Dalam penelitian ini peneliti menggunakan teknik *purposive random sampling* adalah teknik penentuan sampel dengan pertimbangan tertentu.⁸ Dalam memilih teknik ini, peneliti mencoba untuk mempertimbangkan adanya kemungkinan bahwa tidak semua masyarakat desa Mlatinorowito Kudus menggunakan produk tabungan di Baitul Maal Wa Tamwil Mitra Muamalat Kudus. Dalam menentukan ukuran sampel menurut ketentuan slovin. rumus yang digunakan adalah sebagai berikut :

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

Dimana :

N = Jumlah Sampel

N = Ukuran Populasi

e = Prosentasi kelonggaran ketidakterikatan karena kesalahan pengambilan sampel yang masih diinginkan (batas toleransi kesalahan)⁹

$$n = \frac{6049}{1 + 6049 (0,1)^2}$$

$$n = \frac{6049}{61,49} = 98,373$$

n = 98,373 dibulatkan menjadi 98 responden.

D Identifikasi Variabel

Berdasarkan teori dari Hatch dan Farhady (1981), variabel merupakan suatu karakter seseorang atau fenomena yang memiliki “variasi” antara satu dengan yang lainnya. Dasar suatu variabel penelitian merupakan segala hal yang telah diputuskan oleh peneliti dalam memperoleh informasi lalu ditarik kesimpulan.

⁷ Sandu Siyoto dan M. Ali Sodik, *Dasar Metodologi Penelitian*, (Yogyakarta : Literasi Media Publishing, 2015), 64.

⁸ Sugiyono, *Statistika untuk Penelitian*, 67

⁹ V. Wiratna Sujarweni, *Metode Penelitian Bisnis Ekonomi*, 82.

1. Variabel Independen (Variabel Bebas)

Ialah variabel yang mempengaruhi variabel lain. Sugiyono (2009) menjelaskan bahwa variabel independen adalah variabel yang menjadi sebab perubahan variabel dependen. Variabel dalam penelitian ini yaitu Promosi (X_1), Pengetahuan Produk (X_2), dan Atribut Produk (X_3).

2. Variabel dependen (Variabel Terikat)

adalah variabel yang memberikan reaksi atau respon jika dihubungkan dengan variabel bebas. yang di amati dan diukur untuk menentukan pengaruh yang disebabkan oleh variabel bebas.¹⁰ Menurut (Sugiyono, 2009), merupakan variabel yang dipengaruhi atau menjadi akibat karena adanya variabel bebas.¹¹ Variabel dependen yang digunakan dalam penelitian ini adalah minat masyarakat menabung (Y).

E. Variabel Operasional

Untuk mempermudah dan memperjelas apa yang dimaksud dengan variabel-variabel dalam penelitian ini maka perlu diberikan definisi operasional.¹² Definisi Operasional adalah variabel penelitian untuk memahami arti dari setiap variabel penelitian sebelum melakukan analisis. instrumen. serta sumber pengukuran.

Tabel 3.1
Definisi Operasional Variabel

| No | Variabel | Definisi Operasional | Indikator | Skala |
|----|-------------------|---|---|---------------|
| 1. | Promosi (X_1) | Promosi merupakan usaha-usaha yang dilakukan untuk membujuk calon nasabah dalam | 1. Periklanan (<i>Advertising</i>) 2. <i>Sales Promotion</i> 3. <i>Personal Selling</i> 4. <i>Public Relation</i> 5. Pemasaran Langsung ¹⁴ | <i>Likert</i> |

¹⁰ Jonathan Sarwono, *Metode Penelitian Kuantitatif Dan Kualitatif*, 54

¹¹ Albert Kurniawan, *Pengelolaan Riset Ekonomi Jadi Mudah Dengan IBM SPSS*, (Surabaya : CV Jakad Publishing, 2019), 187-188.

¹² Wiratna Sujarweni, *Metode Penelitian Bisnis Ekonomi*, 77.

| | | | | |
|----|----------------------------------|---|--|---------------|
| | | menggunakan produk yang ditawarkan. ¹³ | | |
| 2. | Pengetahuan (X ₂) | Pengetahuan adalah hasil dari mengingat suatu hal atau kejadian yang pernah dialami seseorang ¹⁵ | <ol style="list-style-type: none"> 1. Pengetahuan Produk 2. Pengetahuan Pembelian 3. Pengetahuan Pemakaian¹⁶ | <i>Likert</i> |
| 3. | Atribut Produk (X ₃) | Atribut Produk yaitu mengembangkan suatu produk yang mencakup penetapan manfaat dari produk. ¹⁷ | <ol style="list-style-type: none"> 1. Biaya Produk 2. Fungsi Produk 3. Lokasi Produk 4. Informasi Produk 5. Image Produk¹⁸ | <i>Likert</i> |
| 4. | Minat Menabung (Y) | Minat merupakan sifat yang menetap pada diri | <ol style="list-style-type: none"> 1. <i>Attention</i> 2. <i>Interest</i> 3. <i>Desire</i> 4. <i>Action</i>²⁰ | |

¹⁴ Indriyo Gitosudarmo, *Manajemen Pemasaran*, (Yogyakarta : BPFE, 1984), 238-240

¹³ Fauziah Septiani, *Pengaruh Promosi dan Produk Terhadap Minat Beli (Pada PT. Asuransi Jiwa Recapital Di Jakarta)*, Jurnal Madani, Vol 1, No. 2, (2018): 402

¹⁵ Syahriyal, *Pengaruh Persepsi Nilai dan Pengetahuan Masyarakat Terhadap Minat Menabung Serta Dampaknya Kepada Keputusan Menabung Pada Perbankan Syariah Di Banda Aceh*, Jurnal Perspektif Ekonomi Darussalam 4, No. 1 (2018): 43

¹⁶ James F, Engel dkk, *Perilaku Konsumen* (Jakarta : Binarupa Aksara, 1994), 166.

¹⁷ Thamrin Abdullah dan Francis Tantri, *Manajemen Pemasaran* (Jakarta : Rajawali, 2014), 6

¹⁸ Roni Andespa, "Pengaruh Atribuy Produk Terhadap Minat Menabung Nasabah Di Bank Syariah, "Jurnal Kajian Ekonomi Islam 3, No. 2 (2018): 184

| | | | | |
|--|--|---|--|---------------|
| | | seseorang, ¹⁹ yang sangat besar pengaruhnya dalam melakukan sesuatu yang diminatinya. | | <i>Likert</i> |
|--|--|---|--|---------------|

F Teknik Pengumpulan data

Teknik pengumpulan data yang dilakukan dalam penelitian ini adalah:

1. Metode Kuesioner

Berdasarkan teori dari Sugiono (2004), metode kuesioner adalah metode pengumpulan data dengan cara memberikan beberapa pertanyaan secara tertulis kepada responden terpilih. Metode pengumpulan data dengan kuesioner ini bertujuan untuk mencari informasi lengkap tentang fenomena yang dialami responden tanpa khawatir jika responden memberikan jawaban yang tidak sesuai dengan realita (Krisyantono, 2006: 93).

Metode kuesioner dalam penelitian ini disusun menggunakan skala *Likert* yang digunakan untuk mengukur perilaku dan persepsi seseorang atau sekelompok orang tentang fenomena sosial.²¹

Penyusunan item-item pertanyaan kuesioner menggunakan tolak ukur indikator-indikator dari seluruh variabel independen dan dependen. Setiap item pertanyaan menggunakan skala *likert*, memiliki perspektif sangat positif hingga negatif yang dapat berupa kata-kata dengan diberi skor sebagai berikut .²²

²⁰ Pritha Nilamsari, "Analisis Pengaruh Dan Personal Selling Terhadap Minat Nasabah," *Jurnal Al- Anwal* 10, No.1 (2018): 84

¹⁹ Y. Rahmat Akbar dan Moh Ario Wahdi Elyse, "Pemasaran Terintegrasi untuk Meningkatkan Minat Masyarakat Dalam Menabung Di Bank Syariah," *Jurnal ISLAMIKA* 2, No 1 (2019): 86.

²¹ Sugiyono, *Metode Penelitian Manajemen*, (Bandung: Alfabeta, 2018), 168.

²² Sugiyono, *Metode Penelitian Manajemen*, 169.

| | |
|---------------------------|-----------------|
| SS : Sangat Setuju | diberi skor : 5 |
| S : Setuju | diberi skor : 4 |
| N : Netral | diberi skor : 3 |
| TS : Tidak Setuju | diberi skor : 2 |
| STS : Sangat Tidak Setuju | diberi skor : 1 |

2. Metode Dokumentasi

Dokumentasi merupakan metode pengumpulan data yang diperlukan pada sebuah penelitian guna menelusuri data sejarah yang tersedia berbentuk surat, catatan harian, atau laporan. Adanya format dokumentasi yang telah disusun, peneliti hanya perlu mencatat data tertentu yang diperlukan pada format tersebut. Hal tersebut bertujuan agar pencatatan dokumen lebih sistematis (Faisal, 2001: 137). Dokumentasi dalam penelitian ini berupa data tentang BMT Mitra Muamalat Kudus.

3. Metode Observasi

Adalah salah satu aktivitas penelitian dengan cara melakukan pengamatan langsung pada fenomena yang ada serta objek penelitian.²³ Sutrisno Hadi (1986) menjelaskan dimana observasi adalah proses yang kompleks yang terbentuk dari proses biologis dan psikologis yaitu proses-proses pengamatan dan ingatan.²⁴ Metode yang ini digunakan agar memperoleh data yang objektif melalui pengamatan langsung mengenai minat masyarakat yang menabung di Baitul Maal Wa Tamwil Mitra Muamalat Kudus Pada Masyarakat Desa Mlatinorwito.

G. Teknik Analisis Data

1. Uji Validitas dan Reabilitas Instrumen

a. Uji Validitas

Validitas adalah ketepatan atau kecermatan suatu instrumen dalam mengukur apa yang diukur. Uji validitas digunakan untuk mengukur sah atau valid tidaknya suatu kuesioner (Ghozali, 2001). Suatu

²³ Elvinaro Ardianto, *Metodologi Penelitian untuk Public Relations Kuantitatif Dan Kualitatif*, (Bandung : Remaja Rosdakarya, 2016), 165-166.

²⁴ Sugiyono, *Metode Penelitian Manajemen*, 145.

kuesioner dikatakan sah atau valid jika pertanyaan pada kuesioner tersebut mampu mengungkapkan sesuatu yang akan diukur oleh kuesioner itu.²⁵ Pengujian validitas mengacu pada sejauh mana suatu instrumen dalam menjalankan fungsi. Uji signifikansi dilakukan dengan membandingkan nilai r hitung (nilai Corrected item-Total Correlation pada output Cronbach alpha) dengan nilai r tabel untuk degree of freedom (df) = $n - 2$ (n adalah jumlah sampel). Jika r hitung besar dari pada r tabel dan berkorelasi positif maka butir atau pertanyaan tersebut valid.

b. Uji Reabilitas

Uji Reabilitas menyangkut ketepatan alat ukur. suatu alat ukur disebut mempunyai reabilitas tinggi dan dapat dipercaya. dalam pengertian alat ukur tersebut stabil dan dapat dipercaya. Artinya alat ukur yang digunakan tidak berubah-ubah pengukurannya. meskipun berkali-kali digunakan dalam peneliti yang berbeda.²⁶ Uji reabilitas dilakukan terhadap item pertanyaan yang dinyatakan valid. uji ini digunakan untuk mengukur suatu kuesioner yang merupakan indikator dari variabel atau konstruk. dalam penelitian ini pengujian reabilitas akan digunakan menggunakan program SPSS. Dengan menggunakan uji statistik *Cronbach Alpha*. Adapun kriteria bahwa instrumen dikatakan realibel, apabila nilai yang didapat dalam proses pengujian ini dengan uji statistik Cronbach Alpha $> 0,60$ dan sebaliknya jika Cronbach Alpha ditemukan angka koefisien lebih kecil ($<0,60$), maka dikatakan tidak realibel.

2. Uji Asumsi Klasik

a. Uji Multikolinieritas

Uji Multikolinieritas bertujuan untuk melihat ada atau tidaknya korelasi yang tinggi antara variabel-variabel bebas dalam suatu model regresi linear

²⁵ Slamet Riyanto dan Aglis Andhita Hatmawan, *Metode Riset Penelitian Kuantitatif*, (Yogyakarta : CV Budi Utama, 2020), 63.

²⁶ Supardi, *Metodologi Penelitian Ekonomi dan Bisnis*, (Yogyakarta : UII Press, 2005), 97.

berganda. Jika ada korelasi yang tinggi diantara variabel-variabel bebasnya, maka hubungan antara variabel bebas terhadap variabel terikatnya menjadi terganggu (Widarjono, 2010). Untuk mengetahui ada atau tidaknya multikolinieritas adalah dengan nilai *Tolerance* dan *Variance Inflation Factor (VIF)*. Jadi nilai tolerance yang bernilai rendah sama dengan nilai VIF yang tinggi. Nilai yang umumnya dipakai adalah nilai tolerance lebih besar 0,1 atau sama dengan nilai VIF lebih kecil dari 10.²⁷

b. Uji Autokorelasi

Uji autokorelasi bertujuan untuk melihat ada atau tidaknya korelasi yang tinggi antara variabel-variabel bebas dalam suatu model regresi linear berganda. Jika ada korelasi yang tinggi diantara variabel-variabel bebasnya, maka hubungan antara variabel bebas terhadap variabel terikatnya menjadi terganggu (Widarjono, 2010). Uji Autokorelasi bertujuan untuk menguji apakah dalam suatu model regresi linear ada korelasi antara kesalahan pengganggu pada periode t dengan kesalahan pada periode $t-1$ (sebelumnya). Jika terjadi korelasi. Jika terjadi korelasi maka dapat dikatakan terdapat masalah Autokorelasi (Ghazali, 2011).²⁸ Model regresi yang baik adalah model regresi yang bebas dari autokorelasi. Dalam penelitian ini untuk menguji autokorelasi menggunakan uji Darbin-Watson (DW Test). hanya digunakan untuk autokorelasi tingkat satu dan mensyaratkan adanya intercept (konstanta) dalam model regresi dan tidak ada variabel lagi diantara variabel bebas. Dengan kriteria :²⁹

- 1) Jika nilai DW terletak antara batas atas *upper bound* (du) dan $(4-du)$, maka koefisien

²⁷ Imam Ghazali, *Aplikasi Analisis Multivariate dengan program SPSS* (Semarang: BP UNDIP, 2011), 107

²⁸ Masrukhin, *Statistik I untuk Ekonomi Islam*, (Kudus : Media Ilmu Press, 2015), 85-86.

²⁹ Masrukhin, *Statistik I untuk Ekonomi Islam*, 87.

autokorelasi sama dengan nol, berarti tidak ada autokorelasi.

- 2) Bila nilai DW lebih rendah daripada batas bawah atau *lower bound* (dl), maka koefisien autokorelasi lebih besar daripada nol, berarti ada autokorelasi positif.
- 3) Bila nilai DW lebih besar daripada (4-dl), maka koefisien autokorelasi lebih kecil daripada nol, berarti ada autokorelasi negatif.
- 4) Bila nilai DW terletak antara atas (du) dan batas bawah (dl) atau DW terletak antara (4-du) dan (4-dl), maka hasilnya tidak dapat disimpulkan.

c. Uji Normalitas

Uji Normalitas bertujuan untuk melihat apakah nilai *residual* terdistribusi normal atau tidak. Model regresi yang baik adalah memiliki nilai *residual* yang terdistribusi normal. Jadi uji normalitas bukan dilakukan pada masing-masing variabel tetapi pada nilai *residualnya*. Sering terjadi kesalahan yang jamak yaitu bahwa uji normalitas dilakukan pada masing-masing variabel. Hal ini tidak dilarang tetapi model regresi memerlukan normalitas pada nilai *residualnya* bukan pada masing-masing variabel penelitian (Widarjono, 2010:11).

Dalam penelitian ini menggunakan *test of normality* (Shapiro-Wilk dan Kolmogorov Smirnov test) dengan aturan-aturan sebagai berikut :

- 1) Data akan terdistribusi normal apabila nilai signifikansi (SIG) $> 0,05$.
- 2) Data tidak terdistribusi normal apabila nilai signifikansi (SIG) $< 0,05$.³⁰

d. Uji Heteroskedastisitas

Uji Heteroskedastisitas merupakan analisis untuk menguji perbedaan varian dari residual pada suatu pengamatan ke pengamatan yang lain

³⁰ Masrukhin, *Statistik I untuk Ekonomi Islam*, 88.

(Widarjono, 2010, 115).³¹ Model regresi yang memenuhi yang memenuhi persyaratan adalah dimana terdapat kesamaan varians dari residual satu pengamatan ke pengamatan yang lain tetap atau disebut *homoskedastisitas*. Untuk mendeteksi heteroskedastisitas dapat dilakukan dengan metode *scatter plot* dengan memlotkan nilai ZPRED dan SRESID model yang baik didapatkan jika tidak terdapat pola tertentu pada grafik, seperti mengumpul di tengah ditengah, menyempit kemudian melebar atau sebaliknya melebar kemudian menyempit.³²

3. Analisis Regresi Linear Berganda

Analisis regresi linear berganda merupakan analisis yang bertujuan untuk menguji hipotesis dengan cara mengetahui nilai pengaruh variabel dependen. Berikut rumus persamaan regresi linear berganda :

Adapun Persamaan regresi linear berganda dapat dicari dengan rumus :

$$Y = a + b_1x_1 + b_2x_2 + b_3x_3 + e$$

Keterangan :

Y : Minat Menabung

a : konstanta

b : koefisien regresi promosi dengan minat menabung

b₂ : koefisien regresi pengetahuan dengan minat menabung

b₃ : koefisien regresi atribut produk terhadap minat menabung

X : Promosi

X₂ : Pengetahuan

X₃ : Atribut Produk

³¹ Nikolaus Duli, *Metodologi Penelitian Kuantitatif Beberapa Konsep Dasar untuk Penulisan Skripsi & Analisis Data dengan SPSS*, (Yogyakarta : CV Budi Utama, 2019), 122.

³² Nikolaus Duli, *Metodologi Penelitian Kuantitatif Beberapa Konsep Dasar untuk Penulisan Skripsi & Analisis Data dengan SPSS*, 123.

e : faktor *error* atau faktor lain diluar penelitian.³³

a. Analisis Determinasi (R^2)

Koefisien determinasi digunakan untuk mengetahui prosentase sumbangan pengaruh variabel independen (X_1, X_2, X_3) secara serentak terhadap variabel dependen (Y). Koefisien ini menunjukkan seberapa besar prosentase variasi variabel independen yang digunakan dalam model mampu menjelaskan variasi variabel dependen. Hasil analisis determinasi dapat dilihat pada Model Summary. Semakin tinggi nilai dari R^2 maka semakin besar presentase pengaruh yang diberikan adalah sempurna. Uji R^2 dinyatakan dalam presentase yang nilainya berkisaran antara $0 < R^2 < 1$. Kriterianya yaitu sebagai berikut :³⁴

1. Jika nilai R^2 mendekati 0 menunjukkan tidak ada pengaruh sedikitpun.
2. Jika nilai R^2 mendekati menunjukkan pengaruh yang semakin besar.

b. Uji Statistik T (Parsial)

Uji ini digunakan untuk mengetahui apakah dalam model regresi variabel independen (X_1, X_2, X_3) secara parsial berpengaruh signifikan terhadap variabel dependen (Y). Dengan kriteria pengujian sebagai berikut :

1. H_0 diterima jika angka signifikan lebih besar dari $\alpha = 5\%$
2. H_a di tolak jika angka signifikan lebih kecil dari $\alpha = 5\%$

Apabila nilai $t_{hitung} \geq t_{tabel}$ aka variabel bebasnya bermakna terhadap variabel terikat.³⁵

c. Uji Signifikasi Simultan (Uji F)

Uji statistik f digunakan untuk mengetahui apakah variabel independen ($X_1, X_2,$

³³ Duwi Priyanto, *Paham Analisa Statistik Data dengan SPSS*, (Yogyakarta : Mediakom, 2010), 61

³⁴ Duwi Priyanto, *Paham Analisa Statistik Data dengan SPSS*, 66.

³⁵ Duwi Priyanto, *Paham Analisa Statistik Data dengan SPSS*, 68

X_3) secara bersama-sama berpengaruh secara signifikan terhadap variabel dependen (Y). Hasil dari uji F dapat dilihat pada output *ANOVA*.³⁶ Pengambilan keputusan ini berdasarkan perbandingan nilai F_{hitung} kemudian membandingkan taraf signifikansi yang telah ditetapkan ialah (0,05 atau 5%). Jika $F_{hitung} \leq F_{tabel}$ aka H_0 ditolak. Sedangkan bila $F_{hitung} \geq F_{tabel}$ aka H_0 diterima.



³⁶ Duwi Priyanto, *Paham Analisa Statistik Data dengan SPSS*, 67