

BAB III METODE PENELITIAN

A. Jenis dan Pendekatan Penelitian

1. Jenis Penelitian

Jenis penelitian yang digunakan adalah *field research* atau disebut penelitian lapangan. *Field research* atau penelitian lapangan ini adalah jenis penelitian yang data dan informasinya dikumpulkan secara langsung dengan melakukan observasi, wawancara serta kuesioner.

Objek atau sasaran penelitian ini adalah masyarakat, dimana dapat meliputi masyarakat umum, seperti para pelajar, pegawai negeri, para petani, ibu rumah tangga dan lainnya, atau menjadikan masyarakat khusus atau dengan kriteria atau klasifikasi tertentu sebagai objek.¹

2. Pendekatan Penelitian

Pendekatan yang digunakan dalam penelitian ini adalah pendekatan kuantitatif. Penelitian pendekatan kuantitatif merupakan sebuah penelitian dilakukan untuk memperoleh suatu data yang berbentuk angka ataupun data kualitatif yang disajikan dalam angka.² Oleh karena itu, data yang dipakai memiliki sifat kuantitatif dan data tersebut diperoleh melalui penyebaran kuesioner dari responden yang kemudian dikalkulasikan dengan analisa statistik menggunakan SPSS

B. Sumber Data

1. Data Primer

Dalam penelitian ini pengambilan data dilakukan secara langsung dari sumber asli, atau disebut menggunakan data primer. Data primer bersumber dari jawaban responden mengenai persoalan-persoalan dalam suatu penelitian yang disajikan dalam bentuk kuesioner kemudian dijadikan satu. Data primer dapat berbentuk

¹ Sugiyono, *Metode Penelitian Bisnis* (Bandung: Alfabeta, 2014), 11.

² Asep Hermawan dan Husna Laila Yusran, *Penelitian Bisnis Pendekatan Kuantitatif* (Depok: Kencana, 2017), 5-6.

pendapat dari seseorang atau sebuah perwakilan kelompok.³

Data primer didalam peneitian ini adalah dengan memperoleh data secara langsung berupa penyebaran kuesioner kepada pelanggan madu Wana Muria Pati sebagai responden.

2. Data Sekunder

Data sekunder adalah data penelitian yang diperoleh melalui cara tak langsung menggunakan bantuan media perantara. Data sekunder dapat berbentuk tulisan, catatan, laporan sejarah yang telah disusun dengan rapi (dokumenter) ataupun berbentuk bukti yang dibagikan secara umum atau tidak dibagikan secara umum.⁴ Didalam penelitian ini data sekunder diperoleh dari profil dan hasil wawancara kepada pemilik Wana Muria Pati, jurnal, serta data lain yang berhubungan dengan penelitian.

C. Populasi dan Sampel

1. Populasi

Populasi adalah keseluruhan jumlah sekelompok orang, kejadian serta segala keseluruhan yang termasuk karakteristik. Anggota populasi yang biasa disebut sebagai elemen populasi. Persoalan populasi muncul khususnya pada penelitian yang menggunakan metode survei dan penyebaran kuesioner sebagai alat dalam pengumpulan data.⁵ Dalam penelitian ini populasi yang dipilih adalah keseluruhan konsumen yang membeli madu Wana Muria Pati memiliki sifat luas tak terhingga.

2. Sampel

Sampel merupakan bagian dari jumlah yang termasuk dalam bagian populasi yang digunakan didalam penelitian. Jika populasinya sangat banyak sehingga tidak memungkinkan untuk menguji keseluruhan populasi dikarenakan keterbatasan waktu, tenaga serta biaya

³ Nur Indiantoro dan Bambang Supomo, *Metode Penelitian Bisnis untuk Akuntansi dan Manajemen* (Yogyakarta: BFEE-Yogyakarta, 1999), 146-147.

⁴ Nur Indiantoro dan Bambang Supomo, *Metode Penelitian Bisnis untuk Akuntansi dan Manajemen*, 147.

⁵ Sugiyono, *Metode Penelitian Bisnis*, 72.

penelitian, maka peneliti bisa memilih tehnik ini dalam menentukan sampel. Artinya peneliti memakai sebagian dari populasi dengan kriteria yang telah di tentukan untuk mewakili keseluruhan populasi dan selanjutnya dapat digunakan sebagai sampel pada penelitian ini.⁶

Tehnik yang dipakai untuk mendapatkan sampel adalah dengan menggunakan metode *nonprobability* sampling. Dengan penggunaan tehnik *sampling Aksidental* dimana tehnik penentuan sampel diperoleh dari pelanggan yang ditemui secara tidak sengaja atau kebetulan, yaitu siapapun pelanggan yang dapat ditemui oleh peneliti.⁷

Dalam penelitian ini jumlah populasi tidak dapat diukur atau belum diketahui secara pasti yang bersifat luas tak terhingga dikarenakan populasinya merupakan seluruh pelanggan madu Wana Muria Pati, sehingga dalam pengambilan besarnya sampel dapat ditentukan dengan pendekatan Taro Yamane sebagai berikut.⁸

$$n = \frac{Z^2}{4 + e^2}$$

Keterangan :

n = ukuran sampel

Z = Tingkat keyakinan sampel yang dibutuhkan dalam penelitian, pada $\alpha = 10\%$ (derajat keyakinan ditentukan 90%) maka $Z = 1,96$

e = persen kelonggaran ketidaktelitian karena kesalahan pengambilan sampel yang masih dapat ditolerir atau diinginkan 10%.

Melalui rumus di atas, maka penentuan jumlah sampel yang diambil adalah:

$$n = \frac{1,96^2}{4 + (0,1)^2} = \frac{3,842}{4,01} = 96,04$$

Dari perhitungan rumus di atas ini maka ditentukan bahwa jumlah sampelnya minimal yang harus diperoleh

⁶ Sugiyono, *Metode Penelitian Bisnis*, 73.

⁷ Sugiyono, *Metode Penelitian Bisnis*, 77.

⁸ Augusty Ferdinand, *Metode Penelitian Manajemen*, (Semarang: BPFE Universitas Diponegoro, 2016), 227.

adalah 96,04 dan dibulatkan menjadi 97 sampel, artinya sampel atau responden yang dibutuhkan dalam penelitian ini setidaknya berjumlah 97 orang.

D. Instrumen Penelitian

Tolak ukur yang tertulis tentang pengamatan, daftar pertanyaan ataupun wawancara yang sudah direncanakan sebelumnya untuk mendapatkan data serta informasi dari seseorang disebut dengan instrumen penelitian.⁹ Alat pertama atau yang paling utama dalam penelitian ini berupa kuesioner yang disebar pada para pembeli madu Wana Muria Pati yang telah dipilih sebagai sampel penelitian. Didalam kuesioner terdapat beberapa jumlah persoalan penelitian yang disajikan dalam bentuk pertanyaan kemudian diperoleh jawaban berdasarkan pemikiran atau pengalaman dari masing-masing responden.

Variabel dalam penelitian ini disusun dalam Skala Likert, dimana jawaban dari masing-masing pertanyaan yang berkaitan dengan variabel. Skala Likert adalah sebuah pertanyaan dengan jawaban yang menggambarkan tingkat keadaan atau pengalaman responden. Ada lima tingkatan preferensi jawaban seperti di bawah ini:¹⁰

- 5 = sangat setuju
- 4 = setuju
- 3 = netral atau ragu-ragu
- 2 = tidak setuju
- 1 = sangat tidak setuju

Peneliti memberikan petunjuk dan ketentuan dimana responden harus memilih jawaban dari satu pertanyaan dengan tingkatan tertentu berupa tanda centang ataupun silang sesuai pada pedoman yang ditentukan terhadap persoalan-persoalan yang menjadi pilihan seperti pengalaman atau keadaan yang telah dialami ataupun diketahui. Kuesioner yang sudah terisi dari jawaban para karyawan harus diberikan nilai.

⁹ W Gulo, *Metodologi Penelitian*, (Jakarta: Gramedia Widiasarana Indonesia, 2002), 123.

¹⁰ Riduwan dan Akdon, *Rumus dan data dalam Aplikasi Statistika* (Bandung: Alfabeta, 2006), 16.

E. Variabel Penelitian

1. Variabel Independen (Variabel Bebas)

Variabel independen (variabel bebas), variabel ini biasanya disebut sebagai variabel prediktor, stimulus, antecedent dan paling umum sering dikatakan sebagai variabel bebas.¹¹ Variabel bebas merupakan variabel yang mempengaruhi atau menjadi sebab kausal berubah ataupun timbulnya variabel dependen (terikat).¹² Variabel independen didalam penelitian ini adalah kualitas produk (X1), kualitas pelayanan (X2), kepercayaan (X3).

2. Variabel Dependen (Variabel Terikat)

Variabel dependen merupakan variabel yang dipengaruhi atupun yang menjadi akibat kausal dari variabel independen.¹³ Umumnya variabel dependen disebut sebagai variabel terikat. Variabel terikat merupakan variabel yang menjadi akibat karena adanya pengaruh dari variabel bebas.¹⁴ Variabel dependen pada penelitian ini adalah Loyalitas Pelanggan (Y).

F. Variabel Operasional

Untuk melakukan pengujian hipotesis serta mengukur variabel yang digunakan pada penelitian ini, dan untuk menghindari kesalahpahaman dan perbedaan pandangan didalam mendefinisikan perbedaan variabel yang diteliti, maka disusun tabel variabel operasional.

Tabel 3.1
Variabel Operasional

Variabel	Definisi	Indikator	Skala
Kualitas Produk	Tjiptono mendefinisikan bahwa kualitas	1. Kinerja (<i>performance</i>) 2. Fitur (<i>features</i>)	<i>Likert</i>

¹¹ Sugiyono, *Metode Penelitian Bisnis*, 33.

¹² Sigit Hermawan dan Amirullah, *Metode Penelitian Bisnis Pendekatan Kuantitatif dan Kualitatif* (Malang: Media Nusa Creative, 2016), 95.

¹³ Sigit Hermawan dan Amirullah, *Metode Penelitian Bisnis Pendekatan Kuantitatif dan Kualitatif*, 95.

¹⁴ Sugiyono, *Metode Penelitian Bisnis*, 33

k	produk sebagai kondisi dinamis yang berhubungan dengan produk, jasa, sumber daya manusia, proses, dan lingkungan yang memenuhi atau melebihi harapan. ¹⁵	3. Realibilitas 4. Konfirmasi (<i>conformance</i>) 5. Daya tahan (<i>durability</i>) 6. Servicability 7. Estetika (<i>aesthetic</i>) 8. Persepsi terhadap kualitas (<i>preceived quality</i>). ¹⁶ 9. Aspek halal produk (Halal zatnya, Halal dalam pemerolehannya, Halal dalam prosesnya, Halal dalam penyimpanannya, Halal dalam pengangkutanya, Halal dalam penyajiannya). ¹⁷	
Kualit as Pelayan an	Menurut Parasuraman kualitas pelayanan merupakan tingkat keunggulan yang diharapkan serta pengendalian atas tingkat	1. Keandalan (<i>reliability</i>) 2. Daya Tanggap (<i>responsiveness</i>) 3. Jaminan (<i>assurance</i>) 4. Empati. ¹⁹ 5. Etika dalam	Liker t

¹⁵ Tjiptono Fandy, dan Gregious Chandra, *Pemasaran Strategik*, (Yogyakarta: Andi, 2012), 73.

¹⁶ Tjiptono Fandy, dan Gregious Chandra, *Pemasaran Strategik*, 75

¹⁷ Bagus Riski, Nurlaila Harahap, M. Ridwan, *Analisis Pengaruh Kualitas Produk, Label Halal, Harga Jual Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Muslim* (Studi Kasus Pada Cemilan Makanan Olahan UD. Rezeki Baru Kecamatan Medan Denai), KITABAH: Volume 3. No. 2 Juli – Desember 2019. Hlm 179

	keunggulan tersebut untuk memenuhi keinginan pelanggan. ¹⁸	memberi pelayanan, meliputi sikap berlaku jujur (<i>al amanah</i>), memelihara diri (<i>al iffah</i>), perlakuan baik (<i>ihsan</i>), kebenaran (<i>adl</i>), keberanian (<i>syaja 'ah</i>), dan malu (<i>haya</i>). ²⁰	
Kepercayaan	Menurut Ganesan dan Shankar menjelaskan bahwa kepercayaan itu merupakan refleksi dari dua komponen, kredibilitas dan benevolence, Pelanggan yang memiliki sikap percaya kepada produsen akan memberikan keuntungan. ²¹	<ol style="list-style-type: none"> 1. Kejujuran (<i>honesty</i>) 2. Kebajikan (<i>benevolence</i>) 3. Kompetensi (<i>competence</i>).²² 	Liker t

¹⁹ Etta Mamang Sangadji dan Sopiah, *Perilaku Konsumen*, 101

¹⁸ Etta Mamang Sangadji dan Sopiah, *Perilaku Konsumen*, 100.

²⁰ Supian Asauri, *Analisis Pengaruh Kualitas Pelayanan Islami terhadap Kepuasan dan Kepercayaan Anggota di Pusat Koperasi Syariah Alkamil Jawa Timur*, (Tesis, Universitas Islam Negeri Maulana Malik Ibrahim Malang, 2017): 44

²¹ Siti Maliyah, *Pengaruh Citra Merek, Kepercayaan (Trust) dan Komitmen terhadap Loyalitas Nasabah pada PT. Henan Putihrai Asset Management*, *Jurnal Ilmiah Manajemen dan Bisnis*, No.1, (2015): 13.

Loyalitas Pelanggan	Oliver dan hurriyati menyatakan bahwa Loyalitas merupakan komitmen konsumen secara mendalam untuk berlangganan secara kontinyu di masa mendatang, walaupun pengaruh situasi dan usaha pemasaran mempunyai potensi menyebabkan perubahan perilaku. ²³	<ol style="list-style-type: none"> 1. Pembelian ulang 2. Kebiasaan dalam penggunaan merek 3. Rasa suka yang tinggi terhadap merek 4. Ketetapan terhadap merek 5. Keyakinan bahwa satu merek tertentu adalah yang terbaik 6. Melakukan rekomendasi merek pada orang lain.²⁴ 	Liker t
---------------------	---	---	---------

G. Teknik Pengumpulan Data

1. Observasi

Observasi merupakan dasar semua ilmu pengetahuan. Para ilmuwan dapat bekerja berdasarkan data, yaitu fakta mengenai kenyataan yang terjadi yang diperoleh melalui observasi.²⁵ Dalam penelitian jenis yang digunakan peneliti adalah observasi terus terang atau tersamar. Artinya dalam melakukan pengumpulan data penelitian menyatakan terus terang kepada responden, bahwa sedang melakukan penelitian. Jadi objek yang diteliti mengetahui sejak awal hingga akhir tentang

²² Siti Maliyah, *Pengaruh Citra Merek, Kepercayaan (Trust) dan Komitmen terhadap Loyalitas Nasabah pada PT. Henan Putihrai Asset Management*, Jurnal Ilmiah Manajemen dan Bisnis, No.1, (2015): 14.

²³ Etta Mamang Sangadji dan Sopiah, *Prilaku Konsumen*, 114

²⁴ Etta Mamang Sangadji dan Sopiah, *Perilaku Konsumen*, 115

²⁵ Sugiyono, *Metode Penelitian Bisnis*, 64.

aktivitas peneliti. Tetapi dalam kondisi tertentu peneliti juga tidak terus terang dan tersamar dalam observasi, hal ini bertujuan untuk memperoleh data yang bersifat rahasia. Jika dilakukan secara terus terang, peneliti akan sulit atau tidak akan diijinkan untuk menjalankan observasi. Kegiatan observasi yang dijalankan peneliti meliputi pengamatan langsung oleh peneliti dilokasi penelitian dengan mengamati kondisi fisik Wana Muria Pati.

2. Metode Angket atau Kuesioner

Metode ini merupakan metode yang digunakan dalam mengumpulkan data pada pendekatan kuantitatif, dimana metode dalam penelitian ini adalah *field research*. Kuesioner adalah suatu cara didalam pengumpulan data atau informasi melalui penyebaran butiran-butiran pertanyaan tertulis terhadap responden.²⁶

Dalam metode angket disusun dalam skala likert (*likert scale*), yang mana butir pertanyaan dibuat dengan menggunakan pilihan untuk mendapatkan data yang bersifat subjektif serta pemberian skor diantaranya: sangat setuju (skor 5), setuju (skor 4), netral (skor 3), tidak setuju (skor 2), sangat tidak setuju (skor 1). Pengumpulan data dilakukan dengan menyebarkan kuesioner kepada responden. Kuesioner disusun dengan pertanyaan terbuka dan terdiri dari beberapa pertanyaan untuk mengetahui identitas responden seperti jenis kelamin, pendidikan, usia, dan pendapatan responden. Sementara untuk pertanyaan tertutup dimana pertanyaan yang berhubungan dengan indikator masing-masing variabel yang meliputi variabel kualitas produk, kualitas pelayanan dan kepercayaan terhadap loyalitas pelanggan madu Wana Muria Pati

3. Metode Dokumentasi

Dokumentasi merupakan suatu metode dalam pengumpulan informasi atau data yang dapat berbentuk surat pribadi, laporan, catatan harian, notulen, gambar, laporan serta dokumen yang terkait dalam penelitian. Dalam penelitian ini dokumentasi yang diperoleh adalah

²⁶ Wiratna Sujarweni, *Metodologi Penelitian – Bisnis & Ekonomi*, (Yogyakarta: Pustaka Baru Press, 2015), 94.

gambar yang mendeskripsikan tentang lingkungan kerja ataupun aktivitas dari pelanggan madu Wana Muria Pati.

H. Uji Instrumen Penelitian

1. Uji Validitas

Uji validitas merupakan alat ukur yang digunakan untuk mengetahui valid atau tidaknya kuesioner. Jika butiran pertanyaan didalam kuesioner dapat berguna untuk mengetahui objek yang akan diukur dalam kuesioner tersebut, maka dapat diputuskan bahwa kuesioner tersebut valid.²⁷ Uji validitas item merupakan uji instrumen data yang berfungsi untuk mengetahui seberapa validnya item untuk mengkalkulasikan objek yang nantinya diukur. Jika ditemukan korelasi yang tinggi dari total skorya, sehingga dapat dipastikan bahwa terdapat dukungan oleh item untuk mengetahui objek yang akan diinginkan, demikian item tersebut dinyatakan valid. Butiran pertanyaan yang diberikan kepada responden melalui penyebaran kuesioner untuk mendapatkan data yang menjadi item dalam pengolahan data nantinya. Untuk menguji signifikan, dilakukan dengan cara tolak ukur dari r tabel terhadap tingkatan signifikannya 0,05 melalui pengujian 2 sisi. Jika ditemukan nilai r hitung $<$ r tabel artinya item dikatakan tidak valid, dan sebaliknya apabila r hitung $>$ r tabel dikatakan item sudah valid.²⁸

2. Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas adalah suatu alat ukur yang berfungsi mengkalkulasikan sebuah kuesioner pada indikator dalam variabel. Jika didapatkan jawaban dari responden cenderung konsisten maka hal tersebut menjadi dasar bahwa pertanyaan-pertanyaan dalam kuesioner dinyatakan *reliabel*. Mengukur reliabilitas butiran pertanyaan melalui penyebaran kuesioner kepada responden yang selanjutnya dari jawaban responden akan dikalkulasikan korelasi antara skor jawaban terhadap butir pertanyaan, melalui aplikasi

²⁷ Danang Sunyoto, *Metodologi Penelitian Akuntansi* (Bandung: Refika Aditama, 2013), 85

²⁸ Duwi Priyanto, *SPSS 22: Pengolahan data Terpraktis* (Yogyakarta: Andi Offset, 2014), 51.

SPSS variabel dikatakan reliabel jika diperoleh skor pada penghitungan *Cronbach Alpha* > 0,60.²⁹

I. Uji Asumsi Klasik

1. Uji Multikolinearitas

Uji asumsi klasik digunakan untuk menganalisa regresi berganda yang memiliki lebih dari dua variabel independen, serta kemudian mengukur berapa besar eratnya variabel-variabel tersebut dengan nilai koefisien (*r*). Jika koefisien korelasi dari beberapa variabel independen memiliki nilai di atas 0,60, maka dapat dinyatakan multikolinearitas. Sebaliknya, jika diperoleh koefisien nilai korelasi sama dengan ataupun di bawah 0,60, maka tidak terjadi multikolinearitas.

Cara melihatnya adanya multikolinearitas dan tidak, seperti ini:

- a) Nilai *tolerance* merupakan besarnya tingkat kesalahan yang dibenarkan secara statistik (*a*)
- b) Nilai *variance inflation factor* (VIF) merupakan faktor inflasi penyimpangan baku kuadrat. Dengan catatan jika nilai VIF kurang dari 10 dan *tolerance* lebih dari 0,1, maka tidak terjadi multikolinearitas.³⁰

2. Uji Heteroskedastisitas

Pengujian tentang sama atau tidaknya varian dari residual dalam observasi yang satu terhadap observasi yang lain juga perlu adanya pengujian dalam persamaan regresi berganda. Jika variannya tidak sama ataupun berbeda disebut terjadi heteroskedastisitas dan apabila residualnya memiliki varian yang sama maka terjadi Homoskedastisitas. Jika tidak terjadi heteroskedastisitas hal tersebut menunjukkan persamaan regresi yang baik. Analisis uji asumsi heteroskedastisitas hasil *output* SPSS melalui grafik *scatterplot* antara *Z prediction* (ZPRED) yang merupakan variabel bebas (sumbu X = Y hasil prediksi) dan nilai residualnya (SRESID) yang merupakan variabel terikat (sumbu Y = Y prediksi - Y riil).

²⁹ Danang Sunyoto, *Metodologi Penelitian Akuntansi*, 81.

³⁰ Danang Sunyoto, *Metodologi Penelitian Akuntansi*, 87-90.

Jika dalam scatterplot titik-titik hasil pengolahan data pada ZPRED dan SRESID menyebar di bawah ataupun di atas titik origin (angka 0) pada sumbu Y serta tidak mempunyai pola yang teratur maka hal itu menunjukkan terjadinya Homoskedastisitas. Jika pada scatterplot dengan titik-titiknya memiliki pola yang teratur baik melebar, menyempit maupun bergelombang maka hal tersebut menunjukkan terjadinya heteroskedastisitas.³¹

3. Uji Normalitas

Uji normalitas adalah uji pengolahan data variabel independen serta variabel dependen pada persamaan regresi yang akan dihasilkan. Apabila variabel independen maupun variabel dependen memiliki distribusi normal, maka hal tersebut menjelaskan bahwa persamaan regresi itu baik. Terdapat beberapa cara dalam menentukan normal atau tidak distribusi, dengan cara:

- a) Cara grafik histogram yang memberi kepastian data distribusinya normal ataupun tidak, dengan perbandingan antara data nyata dengan kurva yang memiliki bentuk (mendekati normal maupun normal).
- b) Cara normal probability plot, cara ini lebih efektif daripada grafik histogram, karena teknik ini mempunyai kemampuan perbandingan secara kumulatif antara data nyata dengan data distribusi. Apabila garis-garis data nyata mengikuti garis diagonalnya, maka data tersebut dinyatakan terdistribusi secara normal.

J. Analisis Data

1. Analisis Regresi Berganda

Analisis regresi linear berganda adalah salah satu analisis regresi sederhana yang dikembangkan serta memiliki fungsi sebagai peramal nilai variabel dependen jika memiliki variabel independen lebih dari dua ataupun minimal dua variabel.

³¹ Danang Sunyoto, *Metodologi Penelitian Akuntansi*, 90-91.

Analisis regresi linear berganda merupakan alat analisa dalam meramalkan nilai variabel independen yang dapat mempengaruhi variabel dependen, yang berguna sebagai bukti bahwa terdapat ataupun tidak adanya ikatan kausal dari variabel independen terhadap variabel dependen. Berikut ini adalah rumus yang digunakan untuk persamaan regresi linier berganda.³²

$$Y = a + b_1X_1 + b_2X_2 + b_3X_3 + e$$

Keterangan:

Y = Loyalitas pelanggan

a = Konstanta

b_1 = Koefisien regresi kualitas produk dengan loyalitas pelanggan

b_2 = Koefisien regresi kualitas pelayanan dengan loyalitas pelanggan

b_3 = Koefisien regresi kepercayaan dengan loyalitas pelanggan

X_1 = kualitas produk

X_2 = kualitas pelayanan

X_3 = kepercayaan

e = Standar error

2. Uji-T (Parsial)

Uji-T (Parsial) dipakai dengan lebih dulu menghitung koefisien-t menggunakan rumus t_{hitung} . Angka selanjutnya dikonfirmasi terhadap t_{tabel} pada derajat kebebasan dan taraf kesalahan tertentu.³³ Untuk mengetahui apakah dalam model regresi variabel bebas secara parsial terdapat pengaruh secara signifikan terhadap variabel dependen. Pengujian dilakukan dengan cara sebagai berikut:

a. Menentukan hipotesis:

Ho : secara parsial tidak terdapat pengaruh antara variabel independen (X) terhadap variabel dependen (Y).

Ha: secara parsial terdapat pengaruh antara variabel independen (X) terhadap variabel dependen (Y).

³² Riduwan dan Akdon, *Rumus dan data dalam Aplikasi Statistika*, 142

³³ Purwanto, *Metodologi Penelitian Kuantitatif untuk Psikologi dan Pendidikan*, (Yogyakarta: Pustaka Pelajar, 2012), 296.

- b. Menentukan tingkat signifikansi:
Tingkat signifikansi menggunakan 0,05 ($\alpha = 5\%$).
- c. Kriteria pengujian:
Ho : diterima jika $t_{hitung} \leq t_{tabel}$
Ha : ditolak jika $t_{hitung} > t_{tabel}$.³⁴

3. Uji Simultan (Uji F)

Uji F adalah suatu cara untuk menguji variabel bebas keseluruhan atau simultan yang berfungsi untuk melihat semua variabel bebas secara bersamaan berpengaruh terhadap variabel terikat.³⁵

Uji ini biasa dilakukan untuk mengetahui seluruh variabel X berpengaruh secara simultan terhadap variabel Y. Selanjutnya melakukan pengujian hipotesis melalui uji F ini dalam rangka pengujian: $H_0: b = 0$, dengan cara.³⁶

- a. Menentukan H_0 dan H_a
Ho: $E1 = 0$ (variabel independen tidak berpengaruh secara signifikan terhadap variabel dependen)
Ha: $11 \neq 0$ (variabel independen berpengaruh secara signifikan terhadap variabel dependen)
- b. Menentukan *Level of Significance*
Level of Significance biasanya menggunakan nilai 5% atau (α) = 0,05
- c. Melihat nilai F (F_{hitung})
Mengetahui F_{hitung} dengan melihat tabel anova dalam olah data menggunakan aplikasi SPSS, kemudian melakukan perbandingan terhadap F_{tabel} .
- d. Menentukan kriteria penerimaan serta penolakan H_0 , dengan melihat tingkat probabilitas, yaitu :
Jika Signifikansi $< 0,05$ maka H_0 ditolak
Jika Signifikansi $> 0,05$ maka H_0 diterima

³⁴ Duwi Priyatno, *Paham Analisis Statistik Data dengan SPSS*, (Yogyakarta: MediaKom, 2010), 68-69.

³⁵ Imam Ghozali, *Aplikasi analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS 21*, (Semarang, Universitas Diponegoro, 2005), 98.

³⁶ Haslinda dan Jamaludin, "Pengaruh Perencanaan Anggaran dan Evaluasi Anggaran terhadap Kinerja Organisasi dengan Standar Biaya sebagai Variabel Moderating pada Pemerintah daerah Kabupaten Wajo," *Jurnal Ilmiah Akuntansi Peradaban*, No. 1 (2016): 11

4. Analisis Koefisien Determinasi (R^2)

Koefisien determinasi (R^2) digunakan untuk melihat persentase pengaruh variabel bebas secara bersamaan terhadap variabel terikat. Bila nilai R^2 mendekati angka satu maka dapat dinyatakan bahwa sumbangan dari variabel bebas kepada variabel tergantung/terikat semakin besar. Hal ini berarti model yang dipakai semakin kuat untuk mendeskripsikan variasi variabel tergantung/terikat.

