

BAB III METODE PENELITIAN

A. Jenis dan Pendekatan Penelitian

Sesuai dengan judul, rumusan masalah, dan tujuan penelitian maka penelitian ini menggunakan pendekatan penelitian kuantitatif. Metode penelitian kuantitatif ini dapat diartikan sebagai metode penelitian yang berdasarkan pada filsafat positivisme, digunakan untuk meneliti pada populasi dan sampel tertentu, pengumpulan data menggunakan instrument penelitian, analisis data bersifat kuantitatif/statistik, dengan tujuan untuk menguji hipotesis yang telah ditetapkan.¹

Jenis penelitian yang digunakan yaitu penelitian survey. Dalam penelitian survai, informasi yang dikumpulkan dari responden dengan menggunakan kuesioner. Penelitian survey adalah penelitian yang mengambil sampel dari satu populasi dan menggunakan kuesioner sebagai alat pengumpulan data yang pokok.²

B. Populasi dan Sampel Penelitian

1. Populasi

Populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri atas, obyek/subyek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya.³ Populasi dalam penelitian ini adalah seluruh konsumen Zyan Tenun Jepara.

2. Sampel

Sampel adalah bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi tersebut. Bila populasi besar, dan peneliti tidak mungkin mempelajari semua yang ada populasi, misalnya karena keterbatasan dana, tenaga, waktu, maka peneliti dapat menggunakan sampel itu, kesimpulannya akan dapat diberlakukan untuk populasi. Untuk itu sampel yang diambil dari populasi harus benar-benar representative (mewakili).⁴

¹ Sugiyono, Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D. (Bandung : Alfabeta, 2016), 8.

² Masri Singarimbun dan Sofian Effendi, Metode Penelitian Survai, (Jakarta : LP3ES, 1989), 3.

³ Sugiyono, Metode Penelitian Bisnis, (Bandung : Alfabeta, 2014), 115.

⁴ Sugiyono, Metode Penelitian Bisnis, (Bandung : Alfabeta, 2014), 118.

Dalam menentukan data yang akan diteliti teknik pengambilan sampling yang akan digunakan adalah dengan *non probability sampling* yaitu teknik pengambilan sampel yang tidak memberi peluang/kesempatan yang sama bagi setiap unsur atau anggota populasi untuk dipilih menjadi sampel.⁵

Metode pengumpulan sampel dilakukan dengan cara *accidental sampling* yaitu peneliti memilih responden dengan cara mendatangi responden lalu memilih calon responden yang secara kebetulan ditemui namun calon responden harus memiliki karakteristik tertentu, yaitu responden yang pernah membeli ditoko kain tenun Zyan Tenun Jepara minimal satu kali.

Penentuan jenis sampel ditentukan dengan menggunakan rumus sebagai berikut :⁶

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

keterangan :

n = Jumlah populasi

Z = Tingkat keyakinan yang dibutuhkan 95% = 1,95

Moe = Maksimal estimasi 0,5

= Sampling error = 10%

Berdasarkan rumus diatas karena jumlah pelanggan yang telah melakukan pembelian di toko Zyan Tenun Jepara tidak diketahui secara pasti, maka sampel dalam penelitian ini dengan menggunakan margin of error 10% dan tingkat signifikan sebesar 5% adalah sebagai berikut :

$$n = \frac{1.96^2}{4 (10\%)^2}$$

$$n = 96.04$$

Jadi berdasarkan hasil tersebut maka n yang di dapatkan adalah 96,04 = 96 orang, setidaknya yang menjadi responden, peneliti harus mengambil data dari sampel sekurang-kurangnya 96 orang, atau di bulatkan menjadi 100 sampel.

⁵ Sugiyono, Metode Penelitian Kuantitatif, (Bandung : Alfabeta, 2018), 136.

⁶ Nurafrina Siregar dan Hakim Fadilah, “Pengaruh Pencitraan, Kualitas Produk dan Harga Terhadap Loyalitas Pelanggan Pada Rumah Makan Kampung Deli Medan”, Jurnal Manajemen Tools, ISSN: 2088-3145 Vol. 8 No. 2 Desember 2017, 92.

C. Variabel dan Definisi Operasional Variabel

1. Desain Variabel

Variabel analisis merupakan atribut ataupun karakter ataupun manusia, yang memiliki obyek modifikasi spesifik yang ditetapkan penulis untuk meninjau dan ditarik sebuah kesimpulan.

Analisis penulis memakai dua variabel, antara lain :

- a. Variabel Independen (Variabel Bebas) adalah variabel yang mempengaruhi variabel dependen.⁷ Variabel independen sering disebut sebagai variabel bebas/pengaruh/stimulus/input/predictor (sering dinotasikan dengan huruf X), yakni variabel yang menjadi sebab timbulnya atau berubahnya variabel dependen.⁸ Dalam penelitian ini yang dimaksud dengan variabel independen adalah :
 - 1) Harga (X_1)
 - 2) Lokasi (X_2)
 - 3) Kualitas Produk (X_3)
- b. Variabel Dependen (Variabel Terikat) sering disebut juga sebagai variabel terikat/tergantung/terpengaruh/*output* (sering dinotasikan dengan huruf (Y) yakni variabel yang dipengaruhi atau menjadi akibat dari adanya variabel bebas.⁹ Dalam penelitian ini yang disebut dengan variabel dependen adalah loyalitas pelanggan (Y).

2. Desain dan Definisi Oprasional Variabel

Desain penelitian adalah pedoman atau prosedur serta teknik dalam perencanaan penelitian yang berguna sebagai panduan untuk membangun strategi yang menghasilkan model *blue peint* penelitian. Variabel penelitian juga disebut sebagai nilai dari orang, obyek atau kegiatan yang mempunyai ragam untuk ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan ditarik kesimpulan. Adapun variabel yang digunakan terbagi menjadi dua bagian. Variabel independen (Tetap) Variabel tetap sebagai penyebab bagi variabel terikat. Variabel tetap dalam penelitian ini ini adalah Harga (X_1), Lokasi (X_2) dan Kualitas Produk

⁷ Duwi Priyanto, Teknik Mudah dan Cepat Melakukan Analisis data Penelitian dengan SPSS Tanya Jawab Ujian Pendaran , (Yogyakarta: Gaya Media, 2010), 3.1.

⁸ Alizar Isna Wardo, Analisis Data Kuantitatif, (Purwokerto: STAIN2013), 8.

⁹ Alizar Isna Wardo, *Analisis Data Kuantitatif*, (Purwokerto: STAIN Press, 2013, 9.

(X₃). Variabel Dependen (terikat). Yaitu variabel yang menjadi akibat adanya variabel bebas. Variabel terikat pada penelitian ini adalah Loyalitas Pelanggan (Y).

Definisi operasional menjelaskan cara tertentu yang digunakan oleh peneliti dalam mengoperasionalkan *construct*, sehingga memungkinkan bagi peneliti yang lain untuk melakukan replikasi dengan cara sama maupun dengan cara mengembangkan pengukuran *construct* yang lebih baik. Untuk lebih jelasnya mengenai variabel-variabel yang akan diteliti dapat dilihat melalui tabel berikut :

Tabel 3
Definisi Operasional Variabel

Variabel	Definisi	Indikator	Skala
Harga (X1)	Kotler (2003) Harga adalah sejumlah nilai untuk dilakukan konsumen yang mempunyai manfaat menggunakan produk dan jasa yang nilainya ditetapkan oleh pembeli dan penjual dengan cara tawar menawar, atau penjual sudah menetapkan harga sehingga tidak perlu tawar menawar. ¹⁰	<ol style="list-style-type: none"> 1. Keterjangkauan Harga 2. Daya Saing Harga 3. Kesesuaian harga dengan kualitas produk 4. Kesesuaian harga dengan manfaat yang diperoleh¹¹ 	Likert 5

¹⁰ Emik Iryanti, Nurul Qomariah dan Akhmad Suharto, “Pengaruh Harga, Kualitas Produk Dan Lokasi Terhadap Loyalitas Pelanggan Melalui Kepuasan Sebagai Variabel Intervening Pada Depot Mie Pangsit Jember”, Jurnal Manajemen dan Bisnis Indonesia Vol. 2 NO. 1 Juni 2016, 4.

¹¹ Philip Kotler & Armstrong, *Marketing Management*, 14th, (Edition New Jersey, Pearson Prentice Hall, 2012), 314.

Lokasi (X2)	Menurut Swasta dan Irawan (2007) lokasi merupakan tempat secara fisik, letak toko, atau pengecer pada tempat yang strategis sehingga dapat memaksimumkan laba. ¹²	<ol style="list-style-type: none"> 1. Akses 2. Ketersediaan tempat parkir 3. Lalu lintas (Traffic) 4. Lingkungan 5. Kompensasi¹³ 	Likert 5
Kualitas Produk (X3)	Menurut Kotler, kualitas produk adalah kemampuan suatu produk yang dapat dinilai dari suatu merek dalam menjalankan fungsinya, terdiri dari keandalan, ketepatan, kemudahan dalam memelihara dan perbaikan dari yang sudah ada. ¹⁴	<ol style="list-style-type: none"> 1. Kinerja (<i>Performance</i>) 2. Daya tahan (<i>Durability</i>) 3. Keistimewaan (<i>Feature</i>) 4. Kesesuaian (<i>Conformance</i>) 5. Daya Tarik (<i>Asthetic</i>)¹⁵ 	Likert 5
Loyalitas Pelanggan	Loyalitas adalah tentang	<ol style="list-style-type: none"> 1. Melakukan pembelian ulang. 	Likert 5

¹² Wahyuni Pudjiastuti, *Social Marketing: Strategi Jitu Mengatasi Masalah Sosial di Indonesia*, (Jakarta: Yayasan Pustaka Obor Indonesia, 2015), 6.

¹³ Justin G. Longenecker, dkk, *Kewirausahaan, Manajemen Usaha Kecil Edisi I*, (Jakarta: Salemba Empat, 2001). 241-247

¹⁴ Emik Iryanti, Nurul Qomariah dan Akhmad Suharto, “Pengaruh Harga, Kualitas Poduk Dan Lokasi Terhadap Loyalitas Pelanggan Melalui Kepuasan Sebagai Variabel Intervening Pada Depot Mie Pangsit Jember”, *Jurnal Manajemen dan Bisnis Indonesia* Vol. 2 NO. 1 Juni 2016, 4.

¹⁵ Tjiptono Fandy, *Strategi Pemasaran*, Edisi ke 2, Cetakan ke-6, (Yogyakarta: Andi Publisher, 2011), 282.

(Y)	presentase dari orang yang pernah membeli dalam kerangka waktu tertentu dan melakukan pembelian kembali sejak pembelan pertama. ¹⁶	<ol style="list-style-type: none"> 2. Merekomendasikan produk ke orang lain. 3. Menunjukkan kekebalan terhadap tarikan dari pesaing.¹⁷ 	
-----	---	---	--

D. Instrumen Penelitian

1. Subyek dan Obyek Penelitian

Subyek penelitian ini adalah seluruh konsumen Tenun Zyan Tenun Jepara. Sedangkan obyek penelitiannya yaitu pengaruh harga, lokasi dan kualitas produk terhadap loyalitas pelanggan melalui kepuasa variabel intervening pada Tenun Zyan Collection Jepara.

2. Sumber penelitian

a. Data primer

Sumber data primer merupakan data yang diperoleh secara langsung dari obyek penelitian, perorangan, kelompok, dan oraganisasi. Sumber data primer pada penelitian ini adalah data-data yang secara langsung diperoleh dari Tenun Zyan Collection Jepara yaitu data yang dikumpulkan dan diperoleh langsung melalui pengisian kuesioner oleh responden.

b. Data Sekunder

Sumber data sekunder yaitu memperoleh data dalam bentuk yang sudah jadi (tersedia) melalui publikasi dan informasi yang dikeluarkan di berbagai organsasi atau perusahaan, termasuk majalah, jurnal, khusus pasar modal, perbankan, dan keuangan. Sumber data sekunder yang digunakan ddalam penelitian ini diperoleh dari dokumen

¹⁶ Tjiptono Fandy, *Pemasaran Jasa*, (Yogyakarta: Andi Offset, 2014), 161-163.

¹⁷ Ratih Hurriyati, *Bauran Pemasaran dan Loyalitas Konsumen*, (Bandung: alfabeta, 2010), 129.

publikasi, internet, dan buku yang berkaitan dengan penelitian.¹⁸

E. Teknik Pengumpulan Data

Dalam penelitian itu pengumpulan data yang digunakan dengan metode wawancara, observasi, dan kuesioner.

1. Wawancara

Wawancara merupakan teknik pengambilan data dimana peneliti melakukan dialog langsung dengan responden untuk menggali informasi dari responden.¹⁹ Wawancara digunakan sebagai teknik pengumpulan data apabila akan melakukan studi pendahuluan untuk mengemukakan permasalahan yang harus diteliti, dan juga untuk mengetahui informasi dari responden yang lebih mendalam dan jumlah respondennya sedikit.²⁰ Wawancara dalam penelitian ini penulis melakukan wawancara dengan pemilik toko Zyan Tenun selaku pemilik toko Zyan Tenun untuk mendapatkan data mengenai sejarah

2. Observasi

Observasi merupakan teknik pengumpulan data dengan cara menggunakan panca indra, sehingga tidak hanya dengan menggunakan pengamatan menggunakan mata, mendengarkan dengan telinga, mencium dan mengecap serta meraba termasuk salah satu bentuk dari observasi.²¹ Observasi yang digunakan adalah observasi secara langsung ke lapangan, yaitu dengan cara datang langsung ke toko Zyan Tenun Jepara. Metode ini digunakan untuk mengamati kualitas produk, sarana, keadaan fisik toko Zyan Tenun dan perilaku pelayanan yang bertugas melayani konsumen.

3. Dokumentasi

Dokumentasi menurut Sugiyono, adalah suatu cara yang digunakan untuk memperoleh data dan informasi dalam bentuk buku, arsip, dokumen, tulisan, angka dan gambar yang berupa laporan serta keterangan yang dapat mendukung penelitian.

¹⁸ Rosady Ruslan, *Metode Penelitian Public Relation dan Komunikasi*, (Jakarta: PT Raja Grafindo Persada, 2003), 29.

¹⁹ Suliyanto, *Metode Riset Bisnis*, (Yogyakarta: Andi Offset, 2009), 137.

²⁰ Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*, (Bandung: Alfabeta, 2016), 137.

²¹ Suliyanto, *Metode Riset Bisnis*, (Yogyakarta: Andi Offset, 2009), 139.

Dokumentasi digunakan untuk mengumpulkan data kemudian ditelaah.

4. Kuesioner (Angket)

Kuesioner atau angket merupakan metode pengumpulan data yang dilakukan untuk mengumpulkan data dengan cara membagi daftar pertanyaan kepada responden agar responden tersebut memberikan jawabannya.²²

Angket berupa pertanyaan yang memiliki lima alternative jabatan yang harus dipilih oleh responden. Bentuk angket yang digunakan adalah skala likert yang terbentuk checklist. Dengan skala likert, maka variabel yang akan digunakan sebagai titik tolak ukur menyusun item-item instrumen yang berupa pernyataan atau pertanyaan. Jawaban dari instrumen yang berupa pernyataan atau pertanyaan tersebut diberi skor atau nilai 1 sampai dengan 5.

Dengan rincian nilai sebagai berikut :

SS = Sangat setuju = skor 5

S = Setuju = 4

N = Kurang Setuju = 3

TS = Tidak Setuju = 2

STS = Sangat Tidak Setuju = 1²³

F. Uji Validitas dan Reliabilitas Instrumen

Instrumen penelitian merupakan perangkat untuk menggali data primer dari responden sebagai sumber data terpenting dalam sebuah peneliti survey.

1. Uji Validitas

Uji validitas digunakan untuk mengukur valid tidaknya suatu kuesioner. Suatu kuesioner dikatakan valid jika pertanyaan pada kuesioner mampu mengungkapkan sesuatu yang akan diukur oleh kuesioner tersebut. Uji validitas ini membandingkan nilai masing-masing item pertanyaan dengan nilai total. Variabel melebihi nilai signifikansi maka pertanyaan tersebut tidak valid. Menurut Ancok langkah-langkah menguji validitas instrumen penelitian dengan menggunakan teknik analisis butir adalah sebagai berikut :

²² Suliyanto, *Metode Riset Bisnis*, (Yogyakarta: Andi Offset, 2009), 140.

²³ Sugiyono, *Metode Penelitian Pendidikan Pendekatan Kuantitatif, kualitatif dan R&D*, (Bandung: Alfabeta, 2016), 94.

- a. Mendefinisikan secara operasional konsep yang akan diukur
- b. Melakukan uji coba atas instrumen yang telah disusun pada sejumlah responden
- c. Menyiapkan table tabulasi jawaban
- d. Menghitung kolerasi antara masing-masing pertanyaan dengan skor total
- e. Menguji taraf signifikan item-item pernyataan yaitu untuk menentukan valid tidaknya item-item pernyataan tersebut. Cara yang digunakan adalah dengan membandingkan antara koefisien korelasi setiap butir dengan skor total r tabel $(n-2; \alpha : 0,05)$ kolerasi antara butir dengan skor total harus positif dan peluang ralat p dari kolerasi tersebut atau alfa 5%. Jika korelasi setiap butir dengan skor total lebih besar dibandingkan dengan r table $(n-2; \alpha : 0,05)$ maka item tersebut dinyatakan valid begitu juga sebaliknya.²⁴

2. Uji Reliabilitas

Reliabilitas pada dasarnya yaitu sejauh mana hasil suatu pengukuran dapat dipercaya. Jika hasil pengukuran yang dilakukan secara berulang relatif sama, maka pengukuran tersebut dianggap memiliki tingkat reliabilitas yang baik. Hasil pengukuran dapat dipercaya apabila dalam beberapa pelaksanaan pengukuran terhadap kelompok objek yang sama diperoleh hasil yang relatif sama (aspek yang diukur berubah) meskipun ada toleransi bila terjadi perbedaan. Jika perbedaan tersebut selisih sangat besar dari waktu ke waktu maka hasil pengukuran tidak dapat dipercaya (tidak reliable).

Pengujian reliabilitas menggunakan teknik *Alpa Cronbach* dengan rumus :²⁵

$$r_i = \left\{ \frac{K}{K-1} \right\} \left\{ 1 - \frac{\sum si^2}{\sum st^2} \right\}$$

Keterangan :

- r_i : Koefisien *Alpha Cronbach*
 k : Banyak nya item
 $\sum si^2$: Jumlah Varians Item
 $\sum st^2$: Varians Total

²⁴ Alizar Isna dan Wardo, Analisis Data Kuantitatif Panduan untuk Penelitian Sosial : Dilengkapi dengan Analisis Regresi Nominal dan Ordinal, (Purwokerto: STAIN Press, 2013), 341.

²⁵ Alizar Isna dan Wardo, Analisis Data Kuantitatif Panduan untuk Penelitian Sosial : Dilengkapi dengan Analisis Regresi Nominal dan Ordinal, (Purwokerto: STAIN Press, 2013), 359.

Kriteria pengujian reliabilitas :

Jika nilai r hitung $>$ r table, maka variabel yang diuji reliable.

Jika nilai r hitung $<$ r table, maka variabel yang diuji tidak reliable

G. Teknik Analisis Data

Pada SPSS merupakan salah satu program mampu membantu melakukan statistic deskriptif data penelitian. Fungsi dari statistik deskriptif yaitu memberikan gambaran/deskripsi suatu data yang dilihat dari nilai rata-rata (mean), standar deviasi, maksimum, minimum, sum, range, kurtosis, dan skewness (kemencengan distribusi).²⁶

1. Uji Asumsi Klasik

Uji asumsi Klasik diadakan untuk mengetahui penyebaran data. Ada beberapa macam Uji asumsi klasik :

a. Uji Normalitas

Uji Normalitas digunakan untuk mengetahui apakah data terdistribusi dengan normal atau tidak. Analisis parametrik seperti regresi linier mensyaratkan bahwa data harus berdistribusi dengan normal.²⁷ Jika data tersebut tidak terdistribusi dengan normal, maka analisis parametric dapat digunakan. Jika data berdistribusi dengan normal, maka analisis parametrik termasuk model-model regresi dapat digunakan.

Berfungsi mendeteksi apakah data berdistribusi normal atau tidak dapat diketahui dengan menggambarkan penyebaran data melalui sebuah grafik. Jika data menyebar disekitar garis diagonal dan mengikuti arah garis diagonalnya, model regresi memenuhi asumsi normalitas. Uji kenormalan data juga bisa dilakukan tidak berdasarkan grafik, misalnya dengan *Uji Kolmogorov Smirnov*.²⁸

b. Uji Multikolinearitas

Uji Multikolinearitas merupakan keadaan dimana antara dua variabel independen atau lebih pada model

²⁶ Imam Ghozali, *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS 25*, (Semarang: Universitas Diponegoro, 2018), 19.

²⁷ Duwi Priyanto, *Teknik Mudah dan Cepat Melakukan Analisis Data Penelitian dengan SPSS Tanya Jawab Ujian Pendarasan*, (Yogyakarta: Gava Media, 2010), 54.

²⁸ Husein Umar, *Desain Penelitian MSDM dan Perilaku Karyawan*,...
77.

regresi terjadi hubungan linier yang sempurna. Untuk mendeteksi ada tidaknya multikolinearitas ada beberapa metode, antara lain dengan menggunakan cara membandingkan nilai r^2 dengan R^2 hasil regresi atau dengan melihat nilai Tolerance dan VIF.²⁹

- Data tidak mengalami gejala multikolinearitas jika nilai tolerance $> 0,1$ dan $VIF < 10$
- Dan mengalami multikolinearitas jika nilai tolerance $< 0,1$ dan $VIF > 10$

c. Uji Autokorelasi

Autokorelasi mempunyai tujuan untuk menguji model regresi linier. Apakah ada korelasi antara kesalahan pengganggu pada periode t dengan kesalahan pada periode sebelumnya ($t-1$). Jika terdapat korelasi artinya pada model regresi tersebut terjadi autokorelasi. Untuk mengetahui adanya autokorelasi dengan menggunakan cara uji statistic *Durbin Watson*, diantaranya :

- Tidak ada korelasi positif jika nilai DW lebih besar dari pada batas atas (upper bound, U)
- Ada korelasi positif jika nilai DW lebih rendah dari batas bawah (Lower Bound, L)
- Tidak dapat disimpulkan jika nilai DW terletak diantara batas atas dan batas bawah.³⁰

d. Uji Heteroskedastisitas

Uji heteroskedastisitas merupakan keadaan dimana terjadinya ketidaksamaan varian dari residual pada model regresi. Model regresi yang baik mensyaratkan tidak adanya masalah heteroskedastisitas.³¹ Pada penelitian ini uji heteroskedastisitas metode yang digunakan yaitu dengan melihat hasil dari uji *Spearman's rho*.

²⁹ Duwi Priyanto, *Teknik Mudah dan Cepat Melakukan Analisis Data Penelitian dengan SPSS Tanya Jawab Ujian Pendarasan*, (Yogyakarta: Gava Media, 2010), 62.

³⁰ Mudrajat Kuncoro, *Metode Kuantitatif Teori dan Aplikasi Untuk Bisnis dan Ekonomi*, (Yogyakarta: AMP YKPN, 2001), 107.

³¹ Duwi Priyanto, *Teknik Mudah dan Cepat Melakukan Analisis Data Penelitian dengan SPSS Tanya Jawab Ujian Pendarasan*, (Yogyakarta: Gava Media, 2010), 67.

H. Analisis Data

1. Analisis Data Regresi Berganda

Analisis regresi berganda merupakan teknik statistic melalui koefisien parameter agar diketahui regresi yang digunakan untuk dapat menginterpretasikan secara tepat dan efisien. Bentuk persamaan garis regresi ganda dalam penelitian ini yaitu sebagai berikut :³²

$$\text{Rumus : } Y = a + b_1 + b_2X_2 + b_3X_3 + e$$

Keterangan :

Y = Loyalitas Pelanggan

a = Konstanta

$b_1 b_2 b_3$ = Koefisien Regresi

X_1 = Harga

X_2 = Lokasi

X_3 = Kualitas Produk

e = Standar Error

2. Uji T (Signifikan Parameter Parsial)

Uji T digunakan untuk menguji pengaruh variabel independen secara parsial terhadap variabel dependen.³³ Untuk menguji hipotesis sendiri digunakan statistic t dengan beberapa kriteria pengumpulan keputusan sebagai berikut :³⁴

a. $t \text{ hitung} < t_{\text{tabel}}$ atau $\text{sig} > 0,05$ maka dinyatakan tidak ada pengaruh variabel X terhadap Y secara parsial (individual).

b. $t \text{ hitung} > t_{\text{tabel}}$ atau $\text{sig} < 0,05$ maka dinyatakan ada pengaruh variabel X terhadap Y secara parsial (individu).

3. Uji Kelayakan Model Penelitian (Uji Statistik F)

Uji ini biasanya digunakan untuk apakah variabel independen secara bersamaan yang berpengaruh signifikan terhadap variabel dependen, dengan cara membandingkan F hitung dengan F tabel. Jika nilai F hitung $> F_{\text{tabel}}$ maka H_0 ditolak dan H_a diterima, sebaliknya jika nilai F hitung $< F_{\text{tabel}}$ maka H_0 diterima dan H_a ditolak.

³² Iqbal Hasan, *Pokok-Pokok Materi Statistika I*, 260.

³³ Duwi Priyanto, *Teknik Mudah dan Cepat Melakukan Analisis Data Penelitian Dengan SPSS Tanya Jawab Ujian Pendadaran*, (Yogyakarta: Gava Media, 2010), 86.

³⁴ Elis Suharyati, *Pengaruh Motivasi dan Lingkungan Kerja terhadap Kinerja Karyawan* (Studi Kasus Pada Rumah Sakit Umum Amanda Purwokerto, 2018), 51.

4. Uji Koefisien Determinasi

Koefisien determinasi (R^2) atau R Square digunakan untuk mengetahui berapa persen perubahan variabel terikat akibat adanya variabel bebas. Dan apabila R^2 semakin besar maka perubahan variabel terikat akibat variabel bebas juga semakin bebas juga semakin tinggi, dan jika R^2 semakin kecil maka perubahan variabel terikat akibat variabel bebas juga semakin rendah.³⁵



³⁵ Imam Ghozali, *Aplikasi Analisis Multivariati dengan Program IBM sPSS 25*, (Semarang: Universitas Diponegoro, 2018), 87-88.