

BAB III

METODE PENELITIAN

A. Ruang Lingkup Penelitian

Agar penelitian ini dapat terarah dengan tepat dan mengatasi terjadinya penyimpangan-penyimpangan pada penyusunan skripsi, maka harus ada batasan yang jelas dalam ruang lingkup penelitian yaitu mengenai Pengaruh Pelayanan, Promosi, Lokasi dan Keragaman Produk Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Honda CV Maju Palembang.

B. Lokasi Penelitian

Penelitian ini dilakukan pada Honda CV Maju yang beralamat di Jl. Merdeka No.674 Kelurahan Talang Semut Kecamatan Bukit Kecil Sumatera Selatan. No Telepon: 081381796063 / 081271038732

C. Variabel – variabel Penelitian

Adapun variabel yang dianalisa dalam penelitian ini terdiri dari satu variabel dependen dan empat variabel independen. Penjelasan tentang variabel tersebut sebagai berikut :

- a. Variabel Dependen (Y) adalah sering disebut sebagai variabel output, kriteria, konsekuen. Dalam bahasa Indonesia sering disebut sebagai variabel terikat. Variabel terikat merupakan variabel yang dipengaruhi atau yang menjadi akibat, karena adanya variabel bebas.¹ Dalam penelitian ini variabel dependen yaitu Kepuasan Konsumen (Y).
- b. Variabel Independen (X) adalah variabel ini sering disebut sebagai variabel *stimulus, prediktor, antecedent*. Dalam bahasa Indonesia sering kali disebut sebagai variabel bebas. Variabel bebas merupakan variabel yang mempengaruhi

¹ Sugiyono, “*Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif Dan R&D*” (Bandung: Alfabeta. 2014), Hlm.39

atau yang menjadi sebab perubahannya atau timbulnya variabel dependen (terikat).² Dalam penelitian ini variabel independen yang dimaksud yaitu pelayanan (X₁), Promosi (X₂), Lokasi (X₃) dan Keragaman Produk (X₄).

D. Definisi Operasional

Tabel 3.1

Definisi Variabel dan Indikatornya

| Variabel | Definisi Variabel | Indikator |
|------------------------------------|--|---|
| Pelayanan (X ₁) | Ukuran sejauh mana suatu pelayanan yang diberikan oleh Honda CV Maju Palembang untuk mengetahui keinginan konsumen | <ol style="list-style-type: none"> 1. Bukti Fisik 2. Keandalan 3. daya tanggap 4. Empati |
| Promosi (X ₂) | Promosi adalah semua jenis kegiatan pemasaran yang ditunjukan untuk mendorong permintaan konsumen atas produk yang ditawarkan produsen atau penjual. | <ol style="list-style-type: none"> 1. Iklan 2. Penjualan perseorangan 3. Publisitas 4. Promosi penjualan |
| Lokasi (X ₃) | Tempat Honda CV Maju untuk melaksanakan suatu usaha dan merupakan faktor krusial berhasil atau tidaknya sebuah usaha. | <ol style="list-style-type: none"> 1. Kelancaran akses menuju lokasi 2. Keterjangkauan lokasi 3. Kedekatan lokasi 4. Lingkungan |
| Keragaman Produk (X ₄) | keragaman produk merupakan kumpulan seluruh produk dan barang yang ditawarkan penjual tertentu kepada pembeli. | <ol style="list-style-type: none"> 1. Keragaman produk yang dijual 2. Variasi produk 3. Ketersediaan berbagai pilihan bentuk |

²*Ibid*, Hlm.41

| | | |
|-----------------------------|--|---|
| Kepuasan Konsumen (Y) | Perasaan senang atau kecewa Konsumen terhadap kinerja atau hasil Honda CV Maju Palembang. | <ol style="list-style-type: none"> 1. Pembelian ulang 2. <i>World of mounth</i> 3. Menciptakan keputusan pembelian pada perusahaan yang sama 4. Citra merek |
|-----------------------------|--|---|

Sumber: Dikumpulkan dari berbagai sumber, 2018

E. Jenis dan Sumber Data

1. Jenis Data

Jenis penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah jenis penelitian dengan menggunakan data kuantitatif. Data kuantitatif dapat diartikan data yang digunakan untuk meneliti pada populasi atau sampel tertentu, pengumpulan data menggunakan instrumen penelitian, analisis data bersifat kuantitatif/statistik dengan tujuan untuk menguji hipotesis yang telah ditetapkan.³ Misalnya data yang diperoleh peneliti melalui wawancara dan berupa pertanyaan yang ditujukan kepada responden dengan beberapa alternatif jawaban. Jawaban tersebut selanjutnya dikuantitatifkan dengan cara pemberian skor yang di dapat setelah hasil proses penyebaran kuesioner yang dilakukan pada Konsumen Honda CV Maju Palembang.

2. Sumber Data

Sumber data data yang digunakan dalam penelitian ini yaitu:

a. Data Primer

Sumber data primer, yaitu data yang pertama kali dicatat dan dikumpulkan oleh peneliti.⁴ Seperti hasil wawancara atau interview dengan

³Sugiyono, “*Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif Dan R&D*” (Bandung : Alfabes, 2016), hlm.8

⁴ Anwar Sanusi, “*Metodologi Penelitian Bisnis*, (Jakarta : Salemba Empat,2011), hlm 104

responden serta dengan menyebarkan kuesioner kepada Konsumen Honda CV Maju Palembang.

b. Data Sekunder

Data sekunder adalah data yang sudah ada. Data tersebut sudah dikumpulkan sebelumnya untuk tujuan-tujuan yang tidak mendesak. Keuntungan data sekunder sudah tersedia, ekonomis dan cepat didapat.⁵

Data sekunder diperoleh secara tidak langsung atau melalui pihak lain, atau laporan yang telah disusun dalam arsip perusahaan yang dipublikasikan atau tidak. Data sekunder yang digunakan dalam penelitian ini berupa dokumen jumlah Konsumen yang membeli motor pada Honda CV Maju Palembang.

F. Populasi dan Sampel

1. Populasi

Populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri atas objek atau subjek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya.⁶ Populasi dalam penelitian ini adalah seluruh pelanggan yang membeli sepeda motor di Honda CV Maju Palembang sehingga dapat melakukan pengisian terhadap angket yang diberikan. Disamping itu usia responden antara 17-60 tahun. Jumlah pelanggan dari tahun 2016 sampai dengan 2018 sebanyak 12.158 Konsumen.

2. Sampel

Sampel merupakan bagian dari populasi yang memiliki ciri-ciri atau keadaan tertentu yang akan diteliti. Atau sampel dapat didefinisikan sebagai anggota populasi yang dipilih dengan menggunakan prosedur tertentu sehingga

⁵ Jonathan Sarwono, "*Teori dan Praktek Riset Pemasaran dengan SPSS*", (Yogyakarta:CV Andi Offset, 2005), hlm 42-42

⁶ Sugiyono, "*Metode Penelitian Kualitatif Kuantitatif dan R&D*", (Bandung, Alfabeta, 2014), hlm.80

diharapkan dapat mewakili populasi.⁷ Sampel dalam penelitian ini adalah Konsumen Honda CV Maju Palembang.

3. Penentuan Penarikan Sampel

Sejauh ini belum ada data yang akurat yang dapat menyebutkan jumlah konsumen Honda CV Maju Palembang karena tiap harinya mengalami perubahan. Oleh karena itu, jumlah populasi dalam penelitian ini diasumsikan tidak diketahui, karena jumlah populasi tidak diketahui jumlahnya secara pasti, maka teknik pengambilan sampel yang digunakan masuk kedalam kategori *non-probability sampling*.⁸

Teknik pengambilan sampel *non-probability* yang dipilih adalah teknik *purposive sampling* adalah pengambilan sampel dari populasi berdasarkan suatu kriteria tertentu. Kriteria yang digunakan berdasarkan pertimbangan tertentu atau jatah tertentu.⁹ Kita memilih orang sebagai sampel dengan memilih orang yang benar-benar mengetahui atau memiliki kompetensi dengan topik penelitian kita. Alasannya, agar dapat meningkatkan kepraktisan atau mudah dilakukan dan efisiensi penelitian (menghemat waktu, biaya, dan tenaga penelitian). Sampel dalam penelitian ini adalah konsumen yang pernah membeli sepeda motor di Honda CV Maju Palembang.

4. Penentuan Ukuran Sampel

Untuk menjadi responden maka peneliti segera mengirimkan kuesioner penelitian. Cara lain, peneliti bekerjasama dengan Manajer Honda CV Maju Palembang. Manajer tersebut sebelumnya diberi penjelasan mengenai karakteristik responden dan prosedur pengerjaan kuisisioner. Sehingga untuk

⁷Nanang Martono “*Metode Penelitian Kuantitatif (Analisis Isi Dan Analisis Data Sekunder)*”, (Jakarta : Raja Grafindo Persada, 2014), hlm.80

⁸Wiratna Sujarweni,” *Metodologi Penelitian*”, (Yogyakarta: Pustaka Baru, 2014), hlm 80

⁹ Jogiyanto, “*Metodologi Penelitian Sistem Informasi*”, (Yogyakarta:CV Andi Offset, 2018), hlm 76

menghitung jumlah sampel yang dibutuhkan digunakan rumus roscoe sebagai berikut :¹⁰

1. Ukuran sampel yang layak dalam penelitian adalah antara 30 sampai dengan 300.
2. Bila sampel dibagi dalam kategori (misalnya: pria-wanita, pegawai negeri-swasta dan lain-lain), maka jumlah anggota sampel setiap kategori minimal 30.
3. Bila dalam penelitian akan melakukan analisis dengan multivariate(korelasi atau regresi berganda misalnya), maka jumlah anggota sampel minimal 10 kali dari jumlah variabel yang diteliti. Misalnya variabel penelitiannya ada 5 (4 variabel independen + 1 variabel dependen), maka jumlah anggota sampel adalah $10 \times 5 = 50$ orang.

G. Teknik Pengumpulan Data

1. Wawancara

Wawancara merupakan salah satu teknik pengumpulan data yang lain. Apabila penelitian ingin melakukan studi pendahuluan untuk menemukan permasalahan yang harus diteliti, pelaksanaan dapat dilakukan secara langsung berhadapan dengan yang diwawancarai, tetapi dapat juga secara tidak langsung seperti memberikan daftar pertanyaan untuk dijawab pada kesempatan lain.¹¹ Wawancara dilakukan untuk mendapatkan data berupa sejarah singkat perusahaan, struktur organisasi dan jumlah karyawan.

¹⁰Sugiyono, “*Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif Dan R&D*”, (Bandung : Alfabeta, 2009), hlm 90-91

¹¹Umar Husein, “*Metode Penelitian untuk Sripsi dan Tesis*”,(Jakarta : PT Rajagrafindo Persada. Edisi kedua, 2011), hlm 48

2. Kuisisioner (Angket)

Teknik kuisisioner (angket) merupakan suatu pengumpulan data dengan memberikan atau menyebarkan daftar pertanyaan/ Pernyataan kepada responden dengan harapan memberikan respon atas daftar pertanyaan tersebut. Daftar pertanyaan/ pernyataan dapat bersifat terbuka jika jawaban tidak ditentukan sebelumnya sedangkan bersifat tertutup jika alternatif-alternatif jawaban sudah disediakan. Instrumen yang berupa lembar daftar pertanyaan tadi dapat berupa kuisisioner.¹²

Tabel 3.2

Tabel Skala Likert

| Kriteria | Skor |
|---------------------------|-------------|
| Sangat Setuju (SS) | 5 |
| Setuju (S) | 4 |
| Netral (N) | 3 |
| Tidak Setuju (TS) | 2 |
| Sangat Tidak Setuju (STS) | 1 |

Sumber: Dikumpulkan dari berbagai sumber, 2018

¹²*Ibid* . hlm 49

H. Instrumen Penelitian

Menurut Arikunto instrumen penelitian adalah alat atau fasilitas yang digunakan oleh peneliti dalam mengumpulkan data agar pekerjaannya lebih mudah dan hasilnya lebih baik.¹³ Sebelum melakukan analisis regresi linear berganda maka penulis akan melakukan beberapa uji terhadap instrumen pernyataan yaitu :

1. Uji Validitas

Menurut Menurut Priyanto validitas adalah ketepatan atau kecermatan suatu instrumen dalam mengukur apa yang ingin di ukur. Uji validitas sering digunakan untuk mengukur ketepatan suatu item dalam kuesioner atau skala.¹⁴ Uji validitas ini diperoleh dengan cara mengkorelasi setiap skor indikator dengan total skor indikator variabel, kemudian hasil korelasi dibandingkan dengan nilai pada taraf signifikan 0,05. Suatu instrumen dikatakan valid apabila mampu mengukur apa yang diinginkan dan tinggi rendahnya validitas instrumen menunjukkan sejauh mana data yang terkumpul tidak menyimpang dari gambaran tentang variabel yang dimaksud.

Menurut Sugiyono cara yang digunakan adalah dengan analisis item, dimana setiap nilai yang ada pada setiap butir pertanyaan dikorelasikan dengan total nilai seluruh butir pertanyaan untuk suatu variabel dengan menggunakan rumus korelasi *productmoment*.¹⁵ Syarat minimum untuk dianggap valid adalah nilai $r_{hitung} >$ dari nilai r_{tabel} . Sedangkan untuk mengetahui skor masing-masing item pertanyaan valid atau tidak, maka ditetapkan kriteria statistik sebagai berikut :

- 1). Jika $r_{hitung} > r_{tabel}$ dan bernilai positif, maka variabel tersebut valid.

¹³Arikunto, “*Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktik*”, (Jakarta: Rineka Cipta, 2010), hlm 203

¹⁴Duwi Priyanto, “*Paham Analisa Statistik Data dengan SPSS, Cetak Pertama*”, (Jakarta: Buku Serui, 2010), hlm 90

¹⁵ Sugiyono, “*Metode Penelitian Kuantitatif*”, (Jakarta: Kencana, 2010, hlm 153

- 2). Jika r hitung $<$ r tabel maka variabel tersebut tidak valid.
- 3). Jika r hitung $>$ r tabel tapi bertanda negatif, maka H_0 akan tetap ditolak dan H_1 diterima.

2. Uji Reliabilitas

Menurut Jogiyanto Reliabilitas berhubungan dengan akurasi (*accurately*) dari pengukurannya. Suatu hasil pengukur dikatakan reliabel (dapat diandalkan) jika hasil dari pengukurannya konsisten. Dikatakan konsisten jika beberapa pengukuran terhadap subjek yang sama diperoleh tidak berbeda.¹⁶ Sedangkan dalam pengambilan keputusan reliabilitas, menurut Ghozali suatu instrumen dikatakan reliabel, jika :¹⁷

- a. Koefisien Cronbach Alpha $>$ taraf 0,6 maka kuesioner tersebut reliabel.
- b. Koefisien Cronbach Alpha $<$ taraf 0,6 maka kuesioner tersebut tidak reliabel.

I. Teknik Analisis Data

Menurut Sugiyono teknik analisis data adalah proses mencari data, menyusun secara sistematis data yang diperoleh dari hasil wawancara, dokumentasi dan catatan lapangan. Analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah menggunakan SPSS For Windows versi 2.3. Dalam menganalisis data ada beberapa teknik analisis data sebagai berikut :

1. Uji Asumsi Klasik

Untuk menguji apakah model regresi yang digunakan dalam penelitian ini layak atau tidak untuk digunakan, maka perlu dilakukan uji asumsi klasik. Uji asumsi klasik yang digunakan adalah uji normalitas, uji heteroskedasitas, dan uji multikolinearitas.

a. Uji Normalitas

¹⁶Jogiyanto, “*Metodologi Penelitian Bisnis*”, (Yogyakarta, BPFE, 2010), hlm 120

¹⁷Imam Ghozali, “*Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program SPSS*”, (Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro, 2013), hlm 47

Menurut Ghozali uji normalitas bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi, variabel pengganggu atau residual memiliki distribusi normal.¹⁸ Cara yang dapat digunakan untuk menguji apakah variabel pengganggu atau residual memiliki distribusi normal adalah dengan melakukan uji *Kolmogorov-Smimov* terhadap model yang diuji. Kriteria pengambilan keputusan adalah apabila nilai signifikansi atau probabilitas $> 0,05$, maka residual memiliki distribusi normal dan apabila nilai signifikansi atau probabilitas $< 0,05$, maka residual tidak memiliki distribusi normal. Selain itu, uji normalitas juga dapat dilakukan dengan melakukan analisis grafik normal probability plot dan grafik histogram. Dasar pengambilan keputusan dalam uji normalitas sebagai berikut:

- a. Jika data menyebar disekitar garis diagonal dan mengikuti arah garis diagonal atau grafik histogramnya menunjukkan pola distribusi normal, maka model regresi memenuhi asumsi normalitas.
- b. Jika data menyebar jauh dari diagonal dan tidak mengikuti arah garis diagonal atau grafik histogram tidak menunjukkan pola distribusi normal, maka model regresi tidak memenuhi asumsi normalitas.

b. Uji Heteroskedastisitas

Menurut Ghozali Uji heteroskedastisitas bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi terjadi ketidaksamaan *variance* dari residual suatu pengamatan ke pengamatan yang lain. Jika *variance* dari residual satu pengamatan ke pengamatan yang lain tetap, maka disebut uji homoskedastisitas dan jika berbeda disebut uji heteroskedastisitas. Model regresi yang baik adalah yang Homoskedastisitas atau tidak terjadi heteroskedastisitas kebanyakan data crossectin mengandung situasi

¹⁸Ghozali, *op.cit.*, 2013, hlm 110

heteroskedastisitas karena data ini menghimpun data yang mewakili berbagai ukuran (kecil, sedang dan besar).¹⁹

Menurut Ghozali salah satu cara untuk mendeteksi ada tidaknya heteroskedastisitas adalah dengan melakukan uji Glejser. Uji Glejser mengusulkan untuk meregres nilai absolut residual terhadap variabel independen. Hasil probabilitas dikatakan signifikan jika nilai signifikansinya diatas tingkat kepercayaan 5%.²⁰ Adapun dalam pengambilan keputusan dalam uji heteroskedastisitas dengan menggunakan uji glejser adalah sebagai berikut :

- 1) Jika nilai signifikansi (Sig.) lebih besar dari 0,05, maka kesimpulannya adalah tidak terjadi gejala heterokedastisitas dalam model regresi.
- 2) Sebaliknya, jika nilai signifikansi (Sig.) lebih kecil dari 0,05, maka kesimpulannya adalah terjadi gejala heterokedastisitas dalam model regresi

c. Uji Multikolinearitas

Menurut Ghozali Uji mutikolinearitas bertujuan untuk menguji apakah model regresi ditemukan adanya korelasi antar variabel bebas (independen). Model regresi yang baik seharusnya tidak terjadi korelasi di antara variabel independen. Jika variabel independen saling berkorelasi, maka variabel-variabel ini tidak ortogonal. Variabel ortogonal adalah varaibel independen yang nilai korelasi antar sesama variabel independen sama dengan nol.²¹

Untuk mendeteksi ada atau tidaknya multikoliearitas di dalam model regresi adalah sebagai berikut :

¹⁹*Ibid*, hlm 139

²⁰*Ibid*, hlm 142

²¹*Ibid*, hlm 105

- 1). Nilai R² dihasilkan oleh suatu estimasi model regresi empiris sangat tinggi, tetapi individual variabel-variabel independen banyak yang tidak signifikan mempengaruhi variabel dependen.
- 2). Menganalisis matrik korelasi yang cukup tinggi (umumnya diatas 0,90), maka hal ini merupakan indikasi adanya multikolinearitas. Tidak adanya korelasi yang tinggi antar variabel independen tidak berarti bebas dari multikolinearitas. Multikolinearitas dapat disebabkan karena adanya efek kombinasi dua atau lebih variabel independen.
- 3). Multikolinearitas dapat juga dilihat dari :
 - a. nilai tolerance dan lawannya.
 - b. variance inflation factor (VIF).

Kedua ukuran ini menunjukkan setiap variabel manakah yang dijelaskan oleh variabel independen menjadi variabel dependen dan diregresi terhadap variabel independen lainnya. Tolerance mengukur variabilitas variabel independen yang terpilih yang tidak dijelaskan oleh variabel independen lainnya. Jadi nilai tolerance yang rendah sama dengan nilai multikolinearitas VIF tinggi, (Karena $VIF = 1/Tolerance$). Nilai *cutoff* yang umum dipakai untuk menunjukkan adanya multikolinearitas adalah nilai $tolerance \leq 0,10$ atau sama dengan nilai $VIF \geq 10$.

2. Analisis Deskriptif

Metode yang digunakan oleh peneliti dalam menganalisis data dalam penelitian ini adalah analisis statistik deskriptif. Menurut Sugiyono statistik deskriptif adalah statistik yang digunakan untuk menganalisis data dengan cara mendeskripsikan atau menggambarkan data yang telah terkumpul sebagaimana adanya tanpa bermaksud membuat kesimpulan yang berlaku untuk umum atau generalisasi.²²

Statistik deskriptif memberikan gambaran suatu data yang dilihat dari nilai rata-rata (*mean*), varian, standar deviasi, range, kurtosis minimum, maksimum, sum dan skewness. Data yang diperoleh dari kuesioner dikumpulkan dan diolah dengan cara memberikan bobot penilaian dan setiap pernyataan berdasarkan skala likert.

3. Analisis Regresi Linear Berganda

Dalam upaya menjawab permasalahan dalam penelitian ini, maka digunakan analisis regresi linear berganda (Multiple Regression). Menurut Sugiyono analisis regresi linear berganda adalah meramalkan bagaimana keadaan (naik turunnya) variabel dependen. Bila dua atau lebih variabel independen sebagai faktor prediktor dimanipulasi (dinaik turunkan nilainya). Analisis regresi yang variabel bebasnya terdiri atas dua atau lebih, regresinya disebut juga regresi berganda.²³ Variabel bebas dalam penelitian ini mempunyai empat variabel, maka regresi dalam penelitian ini disebut regresi berganda. Menurut Sugiyono persamaan regresi linear berganda yang ditetapkan adalah sebagai berikut :

$$Y = a + b_1X_1 + b_2X_2 + b_3X_3 + b_4X_4 + e$$

²²Sugiyono, *op.cit.*, 2013, hlm 206

²³Sugiyono, *op.cit.*, 2013, hlm 277

Keterangan :

- Y : Variabel terikat (Keputusan Pembelian)
- a : Koefisien regresi (Konstanta)
- b1 : Koefisien regresi citra merek
- b2 : Koefisien regresi harga
- b3 : Koefisien regresi keragaman produk
- b4 : Koefisien regresi suasana toko
- X1 : Citra merek
- X2 : Harga
- X3 : Keragaman Produk
- X4 : Suasana toko
- e : Standar Error

4. Uji Hipotesis

Menurut Sugiyono hipotesis adalah jawaban sementara terhadap rumusan masalah penelitian, dimana rumusan masalah penelitian telah dinyatakan dalam bentuk kalimat pertanyaan, dikatakan sementara karena jawaban yang diberikan hanya didasarkan pada teori relevan, belum didasarkan pada fakta-fakta empiris yang diperoleh melalui pengumpulan data.²⁴ Adapun langkah-langkah dalam menguji hipotesis ini dimulai dengan menetapkan hipotesis nol (H_0) dan hipotesis alternative (H_a), pemilihan tes statistik dan perhitungannya, menetapkan tingkat signifikansi, dan penetapan kriteria pengujian. Ada beberapa cara uji hipotesis yaitu :

- a. Uji Signifikan Parsial (uji t)

²⁴Sugiyono, *op.cit.*, 2013, hlm 93

Uji statistik t pada dasarnya menunjukkan seberapa jauh pengaruh satu variabel penjelas/independen secara individual dalam menerangkan variasi variabel dependen. Pengujian dilakukan dengan menggunakan significance level 0,05 ($\alpha=5\%$).²⁵ Penerimaan atau penolakan hipotesis dilakukan dengan kriteria sebagai berikut :

- a) Jika nilai signifikan $> 0,05$ maka hipotesis ditolak (koefisien regresi tidak signifikan). Ini berarti bahwa secara parsial variabel independen tersebut tidak mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap variabel dependen.
 - b) Jika nilai signifikan $< 0,05$ maka hipotesis diterima (koefisien regresi signifikan). Ini berarti bahwa secara parsial variabel independen tersebut mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap variabel dependen.
- b. Uji Signifikan Simulan (uji F)

Uji f digunakan untuk mengetahui apakah variabel independent (X) secara bersama-sama berpengaruh secara signifikan terhadap variabel dependent (Y) pada tingkat kepercayaan 95% atau $\alpha = 5\%$ (0,05). Adapun kriteria pengujian uji F adalah sebagai berikut :²⁶

- a) Dengan membandingkan nilai F hitung dengan F tabel apabila F hitung $>$ F tabel, maka H1 diterima.
 - b) Dengan membandingkan nilai F hitung dengan F tabel apabila F hitung $<$ F tabel, maka H1 ditolak.
- c. Koefisien Determinasi (R^2)

Koefisien determinasi (R^2) pada intinya mengukur seberapa besar kemampuan model dalam menerangkan variabel terikat. Nilai koefisien determinasi adalah antara nol dan satu. Nilai R^2 yang kecil berarti

²⁵Ghozali, *op.cit.*, 2013, hlm 98

²⁶*Ibid*, hlm 265

kemampuan variabel-variabel independent dalam menjelaskan variasi variabel dependen sangat terbatas. Jika nilai *R Square* sama dengan 1, maka garis regresi yang cocok untuk menjelaskan 100% variasi dalam Y. Kecocokan model dikatakan “lebih baik” jika nilai *R Square* semakin dekat dengan 1 atau 100%.²⁷

²⁷Ghozali, *op.cit.*, 2013, hlm 120