

## **BAB III**

### **METODE PENELITIAN**

#### **3.1 Jenis Penelitian**

Penelitian yang dijalankan menggunakan penelitian kuantitatif. Penelitian dengan sifat ini merupakan penelitian yang bersifat olah data. Data yang di dapatkan dapat berupa data sekunder dari jurnal pendukung dan data dengan sifat primer merupakan data yang didapatkan dari pembagian kuesioner. Penelitian perlu ditetapkan objek penelitian yang dijadikan populasi dan sampel penelitian. Data yang didapatkan kemudian akan dilakukan pengolahan sesuai dengan aplikasi yang ditentukan. Pada penelitian ini menggunakan aplikasi SPSS versi 25. Berdasarkan pandangan dari (Hardani et al., 2020: 238) menggunakan penelitian kuantitatif karena penelitian kuantitatif banyak menuntut penggunaan angka, mulai dari pengumpulan data, penafsiran terhadap data tersebut serta penyajian hasil. Penyajian hasil dalam bentuk gambar, tabel, grafik atau tampilan lain yang *representative* akan meningkatkan serapan pembaca serta mempermudah penyampaian informasi.

#### **3.2 Sifat Penelitian**

(Hardani et al., 2020: 267) menyatakan dalam penelitian bersifat kuantitatif ini memiliki beberapa sifat penelitian yang bertujuan agar penelitian yang dijalankan bisa sesuai dengan proses susunan yang diinginkan hingga selesai. Jenis penelitian yang digunakan berdasarkan rancangan adalah penelitian kausal

komparatif yaitu menganalisis hubungan antar variabel melalui uji hipotesis yang kemudian ditarik kesimpulannya.

### 3.3 Lokasi dan Jadwal Penelitian

#### 3.3.1 Lokasi Penelitian

Adapun lokasi penelitian adalah pada PT Hokseng Solution yang berposisi pada Jalan Orchard Boulevard, Belian, Batam.

#### 3.3.2 Jadwal Penelitian

**Tabel 3.1** Jadwal Penelitian

Kegiatan	Mar	Apr	Mei	Jun	Jul	Agt
Tentukan Judul Penelitian						
Tinjauan Pustaka						
Menyusun Data						
Buat Kuesioner						
Sebar Kuesioner						
Kumpulkan Hasil Kuesioner						
Olah Data						
Merangkum Data						
Menarik Kesimpulan dan Saran Penelitian						

**Sumber :** Penulis (2022)

### 3.4 Populasi dan Sampel

#### 3.4.1 Populasi

Populasi adalah keseluruhan objek penelitian yang terdiri dari manusia, benda-benda, hewan, tumbuh-tumbuhan, gejala-gejala, nilai tes, atau peristiwa-peristiwa sebagai sumber data yang memiliki karakteristik tertentu di dalam suatu penelitian (Hardani et al., 2020: 361). Populasi yang ada dalam penelitian ini adalah hasil data dari PT Hokseng Solution yang terdapat pada Gambar 1.1 di dapat pada Bulan Desember 2021 sebanyak 122 konsumen.

### **3.4.2 Sampel**

Sampel adalah sebagai anggota populasi yang diambil dengan menggunakan teknik pengambilan sampling (Hardani et al., 2020: 362). Penelitian dengan menggunakan teknik pengambilan sampel lebih menguntungkan dibanding dengan menggunakan populasi saja. Oleh karena itu pertimbangan itu perlu diperhatikan oleh peneliti agar dalam pelaksanaan pencarian informasinya nanti dapat menghasilkan informasi yang representatif sehingga penelitiannya dapat dikategorikan penelitian yang valid. Teknik pengambilan sampel yang telah ditetapkan adalah teknik sampel jenuh dimana merupakan teknik pengambilan dimana menggunakan seluruh populasi yang ada yaitu 122 responden.

### **3.5 Sumber Data**

Penelitian yang dijalankan memiliki sifat kuantitatif. Terdapat dua cara atas sumber data yang digunakan pada penelitian ini. Sumber data yang ada berupa data primer dan sekunder. Data dengan sifat sekunder dikenal sebagai data yang bisa dimiliki penulis dari data yang telah disediakan dan data yang telah ada sebelumnya. Jenis data ini digunakan pada penelitian ini berupa data yang didapatkan dari buku, jurnal dan perusahaan. Data tersebut sudah terdokumentasi sebelumnya. Data kedua dikenal dengan sifat primer dikenal sebagai data yang bisa didapatkan dan dilakukan pengumpulan langsung. Data primer yang ada pada penelitian ini berupa data yang didapatkan langsung dari pembagian kuesioner kepada pelanggan perusahaan yang kemudian data diolah dan dilakukan analisis sesuai dengan hasil yang diinginkan (Hardani et al., 2020: 401).

### **3.6 Teknik Pengumpulan Data**

Menurut (Hardani et al., 2020: 406) terdapat beberapa teknik dalam proses mengumpulkan data terdiri dari:

1. *Questionnaire*
2. Proses tanya jawab
3. CAPI (*Computer Assisted Personal Interviewing*)
4. Teknik Observasi
5. Skala Peringkat

### **3.7 Operasional Variabel**

#### **3.7.1 Variabel Independen**

Variabel indenpenden variabel yang menurut peneliti akan mempengaruhi variabel dependen (terikat) dalam suatu eksperimen (Hardani et al., 2020: 399).

1. Harga

Harga dikenal sebagai sejenis pembauran yang ada dipasar sehingga akan memberikan hasil yang berupa penghasilan dari sebuah objek atau barang. Harga merupakan salah satu variabel yang paling bebas dijadikan sebagai bahan pembauran yang ada di pasaran. Pembauran tersebut tidak seperti produk yang bersifat komitmen pada jalan yang terdistribusikam. Perubahan pada harga dapat berjalan dengan secepat dimulai dari awal menetapkan harga sampai ke proses penyesuaian harga yang mengalami perubahan karena adanya persaingan pada pasar. Harga menjadi pemicu utama apakah perusahaan dapat bertahan hidup dipasar persaingan yang ada

(Indrasari, 2019). Indikator harga pada penelitian ini dikutipkan dari panduan Indrasari (2019: 42) yaitu:

- a. Harga yang terjangkau. Sebuah barang atau jasa yang memiliki harga yang terjangkau. Harga tersebut dapat dijangkau oleh seluruh kalangan masyarakat yang ada baik yang finansialnya baik, sedang, atau buruk dapat melakukan pembelian pada produk tersebut sehingga pasar penjualannya akan besar karena bersifat netral dapat dimiliki oleh siapapun.
- b. Harga produk sesuai dengan kualitas yang dimiliki. Sebuah barang atau jasa yang memiliki kualitas yang baik dan harga yang terjangkau. Konsumen akan merasa puas karena dengan harga beli yang telah dibayar konsumen mendapatkan kualitas produk yang sesuai dengan harapannya atau mungkin lebih bagus kualitas produknya dibandingkan dengan harapannya.
- c. Harga jualnya yang mampu dilakukan perbandingan harga dengan perusahaan lain. Sebuah barang atau jasa yang memiliki harga lebih murah dibandingkan dengan harga jual perusahaan. Konsumen akan merasa puas karena dengan harga belinya lebih murah. Biasanya antar perusahaan akan melakukan persaingan harga yang kuat.
- d. Harga produk sesuai dengan manfaat yang dimiliki. Sebuah barang atau jasa yang memiliki manfaat yang baik dan harga yang terjangkau. Konsumen akan merasa puas karena dengan harga beli yang telah dibayar konsumen mendapatkan manfaat yang sesuai dengan harapannya atau mungkin lebih bagus apabila dibandingkan dengan harapannya.

e. Pemicu proses pengambilan keputusan pembelian yang dilakukan konsumen. Konsumen biasanya akan melakukan perbandingan harga antar perusahaan, kadang kala terdapat konsumen yang melakukan pembelian atau menumbuhkan rasa ingin memiliki suatu produk karena alasan barang tersebut memiliki harga yang murah sehingga perusahaan harus pandai mengambil peluang ini agar konsumen selalu menetapkan keputusan untuk memiliki produk yang dijual perusahaan.

## 2. Kualitas Pelayanan

Kualitas pelayanan merupakan aksi yang memiliki hubungan yang bersangkutan dengan sumber daya manusia, barang dan jasa yang perusahaan tawarkan serta perlu melakukan pemenuhan atas kualitas yang ada sehingga sesuai dengan apa yang menjadi harapan konsumen. Suatu upaya yang dijalankan bermaksud untuk melakukan dan memenuhi segala hal yang dibutuhkan dan diinginkan konsumen dan bagaimana prosedur berjalannya kegiatan pemenuhan tersebut agar dapat mencapai hal yang diharapkan konsumen dikenal sebagai kualitas layanan. Kualitas layanan ini memiliki sebutan lain yang dikenal sebagai *service quality* yang dianggap sebagai suatu prosedur yang perlu dijalankan perusahaan agar dapat mencapai hal yang diinginkan konsumen (Indrasari, 2019: 54). Indikator kualitas pelayanan pada penelitian ini dikutipkan dari panduan Ismanto (2020 : 60) yaitu:

### a. Bukti fisik

Pada indikator ini lebih mendalami kemampuan yang dimiliki perusahaan untuk memberikan pemenuhan yang bersifat fisik seperti layanan yang bersifat dapat dilihat dan dirasakan langsung.

b. Keandalan

Pada indikator ini lebih mendalami kemampuan layanan yang dimiliki perusahaan untuk memberikan layanan yang dapat diandalkan dan dipercaya. Perasaan tersebut akan membuat konsumen merasa nyaman dan percaya pada perusahaan sehingga konsumen puas atas layanan yang diberikan karena merasa dapat diandalkan.

c. Daya tanggap

Pada indikator ini lebih mendalami kemampuan layanan yang dimiliki perusahaan untuk memberikan layanan yang sesuai dengan apa yang diharapkan. Pada indikator ini sangat menitikberatkan kemampuan menangkap dan memahami pihak karyawan perusahaan terhadap konsumen karena sangat pengaruh terhadap cara melayani dan cara yang diambil dalam proses penyelesaian permasalahan yang telah dialami konsumen. Apabila perusahaan mampu menyelesaikannya maka konsumen tentu akan merasa puas atas kemampuan menanggapi.

d. Jaminan

Pada indikator ini lebih mendalami kemampuan layanan yang dimiliki perusahaan untuk memberikan layanan pada proses sebelum, saat dan sesudah pembelian. Pada indikator ini sangat menitikberatkan dan mengukur kepercayaan yang telah dibangun pada konsumen. Perusahaan

wajib memberikan kepercayaan kepada konsumen atas segala barang atau jasa yang telah dibeli konsumen. Kepercayaan dapat dibentuk mulai dari jaminan yang diberikan kepada konsumen berupa garansi uang kembali atau lainnya.

e. Empati

Pada indikator ini lebih mendalami kemampuan layanan yang dimiliki perusahaan untuk memberikan layanan pada proses sebelum, saat dan sesudah pembelian. Pada indikator ini sangat menitikberatkan dan mengukur bagaimana cara perusahaan memberikan perhatian kepada konsumen. Perusahaan tidak hanya bertugas menjual produk saja tapi harus membangun rasa kekeluargaan dimana setelah pembelian dilakukan perlu selalu menanyakan tanggapan penggunaan konsumen sehingga jika mengalami kendala dapat dilakukan penyelesaian secepat mungkin.

### **3.7.2 Variabel Dependen**

Variabel dependen sering disebut sebagai variabel yang menurut peneliti akan dipengaruhi oleh variabel lain dalam suatu eksperimen (Hardani et al., 2020: 399). Kepuasan konsumen dikenal sebagai proses evaluasi yang dijalankan perusahaan saat pihak pembeli melakukan penggunaan barang atau jasa yang ditawarkan, sehingga evaluasi tersebut bisa dikenal sebagai proses pengendalian perusahaan untuk memastikan konsumen selalu puas saat menggunakannya (Herlambang & Komara, 2021). Indikator kepuasan konsumen pada penelitian ini dikutipkan dari panduan Indrasari (2019: 92) yaitu:



1. Kesesuaian Harapan.

Konsumen yang melakukan pembelian barang atau jasa telah merasa puas karena barang dan jasa yang digunakan sesuai dengan apa yang telah diharapkan konsumen tersebut sehingga dapat dikatakan perusahaan berhasil dalam proses pemenuhan kepuasan konsumen.

2. Pembelian ulang.

Konsumen yang melakukan pembelian barang atau jasa telah merasa puas karena barang dan jasa yang digunakan sesuai dengan apa yang telah diharapkan konsumen tersebut kemudian melakukan pembelian ulang kedua bahkan ketiga kalinya sehingga dapat dikatakan perusahaan berhasil dalam proses pemenuhan kepuasan konsumen.

3. Rekomendasi ke orang lain.

Konsumen yang melakukan pembelian barang atau jasa telah merasa puas karena barang dan jasa yang digunakan sesuai dengan apa yang telah diharapkan konsumen tersebut kemudian konsumen melakukan rekomendasi dengan orang sekitar atas rasa puas yang dirasakan saat menggunakan barang atau jasa yang ada di perusahaan. Apabila terjadi aksi tersebut maka dapat dikatakan perusahaan berhasil dalam proses pemenuhan kepuasan konsumen.

Pada tabel berikut merupakan rangkuman atas variabel independen dan dependen yang digunakan pada penelitian ini:

**Tabel 3.2** Operasional Variabel

No	Variabel	Teori Dasar	Indikator
1	Harga ( $X_1$ )	<p>Harga merupakan salah satu variabel yang paling bebas dijadikan sebagai bahan pembauran yang ada di pasaran. Pembauran tersebut tidak seperti produk yang bersifat komitmen pada jalan yang terdistribusikan. Perubahan pada harga dapat berjalan dengan secepat dimulai dari awal menetapkan harga sampai ke proses penyesuaian harga yang mengalami perubahan karena adanya persaingan pada pasar. Harga menjadi pemicu utama apakah perusahaan dapat bertahan hidup dipasar persaingan yang ada (Indrasari, 2019).</p>	<p>Indikator harga pada penelitian ini dikutipkan dari panduan Indrasari (2019: 42) yaitu:</p> <ol style="list-style-type: none"> <li>a. Keterjangkauan harga</li> <li>b. Kesesuaian harga dengan kualitas produk</li> <li>c. Daya saing harga</li> <li>d. Kesesuaian harga dengan manfaat.</li> <li>e. Harga dapat mempengaruhi konsumen dalam mengambil keputusan.</li> </ol>
2	Kualitas Pelayanan ( $X_2$ )	<p>Kualitas pelayanan merupakan aksi yang memiliki hubungan yang bersangkutan dengan sumber daya manusia, barang dan jasa yang perusahaan tawarkan serta perlu melakukan pemenuhan atas kualitas yang ada sehingga sesuai dengan apa yang menjadi harapan konsumen. Suatu upaya yang dijalankan bermaksud untuk memenuhi segala hal yang dibutuhkan dan diinginkan konsumen tersebut agar dapat mencapai hal yang diharapkan konsumen dikenal sebagai kualitas layanan. Kualitas layanan ini memiliki sebutan lain yang dikenal sebagai <i>service quality</i> yang dianggap sebagai suatu prosedur yang perlu dijalankan perusahaan agar dapat mencapai hal yang diinginkan konsumen (Indrasari, 2019: 54).</p>	<p>Indikator kualitas pelayanan pada penelitian ini dikutipkan dari panduan Ismanto (2020 : 60) yaitu:</p> <ol style="list-style-type: none"> <li>a. Keandalan.</li> <li>b. Daya tanggap.</li> <li>c. Jaminan.</li> <li>d. Empati.</li> <li>e. Berwujud.</li> </ol>

Lanjutan Tabel 3.2

3	Kepuasan Konsumen (Y)	Kepuasan konsumen dikenal sebagai proses evaluasi yang dijalankan perusahaan saat pihak pembeli melakukan penggunaan barang atau jasa yang ditawarkan, sehingga evaluasi tersebut bisa dikenal sebagai proses pengendalian perusahaan untuk memastikan konsumen selalu puas saat menggunakannya (Herlambang & Komara, 2021).	Indikator kepuasan konsumen pada penelitian ini dikutipkan dari panduan Indrasari (2019: 92) yaitu: a. Kesesuaian Harapan. b. Pembelian ulang. c. Rekomendasi ke orang lain.
---	-----------------------	--	---

**Sumber:** Penulis

### 3.8 Metode Analisis Data

Penelitian menggunakan aplikasi *Statistical Package fo Social Sciences* ke 25 sebagai aplikasi pengolahan data dalam penelitian ini. Penelitian memiliki sifat kuantitatif. Jenis analisis data yang dijalankan pada penelitian ini berupa beberapa pengujian seperti:

#### 3.8.1 Analisis Deskriptif

Analisis deskriptif ini dikenal sebagai pengujian yang dijalankan agar dapat mengetahui ciri khas yang ada pada data yang diolah kemudian dibentuk menjadi sebuah tabel statistik untuk permudah dalam proses membacanya (Digdowiseiso, 2017: 177). Penelitian ini dijalankan bermaksud agar dapat mengetahui gambar dasar dan hasil skor yang ada pada tiap pernyataan yang ada. penelitian ini memiliki kuesioner sebagai cara pengumpulan data dalam penelitian ini. Pada kuesioner akan diberikan beberapa pertanyaan yang sesuai dengan indikator penelitian pada tiap variabel yang ada kemudian akan didapatkan hasil skor dari pernyataan tersebut. Rentang skala dijadikan sebagai salah satu rumus

dalam pengukuran skor pada variabel digunakan. Rentang skala pada penelitian dapat dilihat pada tabel di bawah:

**Tabel 3.3 Rentang Skala**

<b>Rentang Kategori Skor/Skala Kategori</b>	<b>Kriteria</b>
1,00–1,80	Sangat tidak baik
1,81–2,60	Tidak baik
2,6 –3,40	Cukup
3,41–4,20	Baik
4,21–5,00	Sangat baik

**Sumber:** (Digdowiseiso, 2017: 171)

### 3.8.2 Uji Kualitas Data

Uji kualitas data terdiri dari uji validitas dan reliabilitas. Uji kualitas data dalam penelitian ini bermaksud untuk mengetahui apakah data yang didapatkan dari pembagian kuesioner dinyatakan layak untuk dilakukan penindakan pengujian selanjutnya atau tidak.

#### 3.8.2.1 Uji Validitas

Penelitian ini menjalankan uji validitas untuk menguji hubungan pada variabel yang memiliki pernyataan, apakah pernyataan tersebut memiliki hasil yang valid atau tidak. Pengujian validitas ini akan menggunakan sampel sejumlah 30 responden terlebih dahulu untuk dijadikan sabagai bahan pengujian (Budiastuti & Bandur, 2018: 21). Uji validitas ini dapat dihitung melalui rumus yang disebut *Pearson Product Moment*. Rumus dapat dilihat di bawah ini:

$$r = \frac{N(\sum XY) - (\sum X \sum Y)}{\sqrt{[N\sum X^2 - (\sum X)^2][N\sum Y^2 - (\sum Y)^2]}}$$

**Rumus 3.1 Uji Validitas**

**Sumber :** (Digdowiseiso, 2017: 94)

Hasil didapatkan kemudian dapat dikethui hasil  $r_{hitung}$  dan nilai signifikan atas pengujian yang dilakukan. Kriteria pengukurannya yaitu berupa melihat

apabila hasil  $r_{hitung}$  lebih besar dari  $r_{tabel}$  dan nilai signifikan  $< 0,05$  maka pertanyaan tersebut valid. Hasil  $r_{tabel}$  dapat diketahui dari tabel  $r$  yang ada dengan cara melihat nilai signifikan dan sampel dikurangi 2.

### **3.8.2.2 Uji Reliabilitas**

Pengujian reliabilitas merupakan faktor yang sangat penting untuk dipertimbangkan para peneliti kualitatif dalam mendesain, menganalisis, dan melaporkan hasil penelitian. Penelitian menggunakan aplikasi *Statistical Package for Social Sciences* ke 25 sebagai aplikasi pengolahan data dalam penelitian reliabilitas. Hasil penelitian dapat dilihat dari nilai *Cronbach Alpha* yang telah dihitung (Budiastuti & Bandur, 2018: 196). Sementara itu, tes konsistensi internal yang paling tepat dipakai ialah Alpha's Cronbach. Rentangan nilai koefisien alpha berkisar antara 0 (tanpa reliabilitas) sampai dengan 1 (reliabilitas sempurna). Hasil reliabilitas  $> 0.70$  dapat disebut sebagai reliabilitas yang dapat diterima (*Acceptable reliability*). Hasil reliabilitas  $> 0.80$  dapat disebut sebagai reliabilitas yang baik (*good reliability*). Hasil reliabilitas  $> 0.90$  dapat disebut sebagai reliabilitas yang sangat baik (*excellent reliability*) (Budiastuti & Bandur, 2018: 211).

### **3.8.3 Uji Asumsi Klasik**

#### **3.8.3.1 Uji Normalitas**

Uji normalitas data merupakan uji distribusi yang akan dianalisis, apakah penyebarannya normal atau tidak, sehingga dapat digunakan dalam analisis parametrik. Apabila data tidak berdistribusi normal, maka kita tidak dapat menggunakan analisis parametrik melainkan menggunakan analisis non-parametrik

(Digdowiseiso, 2017: 106). Metode yang biasa dapat memakai hasil pengujian uji-*histogram*, *p-p-plot* dan *uji-kolmogrovsmirnov*. Jika hasil yang diuji berdistribusi normal maka nilai signifikansi  $> 0,05$ . Ketika gambar histogram berbentuk lonceng dan garis diagonal adalah jaring dalam *pp-plot*. Normalitas data penelitian penting karena mewakili populasi penelitian.

### **3.8.3.2 Uji Multikolinieritas**

Fungsi dari uji multikolinearitas adalah suatu kondisi dimana terjadi korelasi atau hubungan yang kuat diantara variabel bebas yang diikutsertakan dalam pembentukan regresi linear (Digdowiseiso, 2017: 108). Pada pengujian ini dapat melihat penelitian mengalami gejala multikolinearitas atau tidak melalui hasil pengujian VIF dan nilai *tolerance* yang ada. Penelitian yang layak adalah penelitian yang tidak mengalami gejala multikolinearitas. Suatu penelitian tidak mengalami gejala tersebut apabila hasil *tolerance* yang dimiliki memiliki hasil yang  $> 0,1$  dan hasil VIF yang dimiliki dalam pengujian lebih kecil dari 10. Apabila hasil pengujian memenuhi kriteria yang ada maka dapat dikatakan penelitian tidak mengalami gejala multikolinieritas. Sebaliknya apabila memiliki hasil yang  $< 0,1$  dan hasil VIF yang dimiliki dalam pengujian lebih besar dari 10 maka penelitian mengalami gejala multikolinieritas sehingga dapat dikatakan antar variabel independen memiliki hubungan korelasi.

### **3.8.3.3 Uji Heterokedasitas**

Uji heterokedasitas bermaksud menguji variasi residual tidak sama dari satu pengamatan ke pengamatan yang lain, sehingga variansi residual bersifat homoskedastisitas yaitu pengamatan satu dengan pengamatan yang lain sama agar

memberikan pendugaan model yang lebih akurat (Digdowiseiso, 2017: 108). Uji *glejser* merupakan metode pengujian yang dipilih sebagai metode pengukuran pengujian heterokedatisitas.

### 3.8.4 Uji Pengaruh

#### 3.8.4.1 Uji Regresi Linear Berganda

Analisis ini merupakan uji yang dijalankan untuk mengetahui hubungan pada variabel bebas terhadap terikat. Penelitian ini memilih regresi berganda dikarenakan variabel bebas yang ada didalam penelitian ini melebihi satu variabel. Uji ini memiliki rumus dalam proses perhitungannya yang dapat dilihat dibawah (Digdowiseiso, 2017: 120).

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

**Rumus 3.2** Uji Regresi Linear Berganda

Keterangan :

Y : Hasil predeksi kepuasan konsumen

X<sub>1</sub>,X<sub>2</sub>: Harga dan kualitas pelayanan

b<sub>1</sub>,b<sub>2</sub> : Hasil koefisien

a : Konstanta

#### 3.8.4.2 Uji Determinasi (R<sup>2</sup>)

Hasil uji determinasi ini dikenal sebagai uji R<sup>2</sup>. Pengujian ini mampu mengetahui seberapa besar hasil persentase yang ada saat dilakukan pengujian data variabel bebas terhadap terikat. Persentase tersebut dapat berubah sesuai dengan variabel bebas yang digunakan (Digdowiseiso, 2017: 122).

### **3.9 Uji Hipotesis**

#### **3.9.1 Uji t**

Uji t adalah uji yang biasa digunakan jika peneliti ingin menguji beda mean dari dua kelompok sampel. Pengujian ini dijalankan bermaksud untuk mengetahui dan melakukan perbandingan atas data yang ada dengan hubungan secara parsial (Digdowiseiso, 2017: 103). Hubungan variabel bebas terhadap terikat dapat diketahui dari hasil  $t_{hitung}$  dan  $t_{Tabel}$  seperti:

1. Hasil  $t_{hitung} > t_{Tabel}$  maka  $H_0$  ditolak
2. Hasil  $t_{hitung} < t_{Tabel}$  maka  $H_0$  diterima

#### **3.9.2 Uji F**

Pengujian F dijalankan bermaksud untuk mengetahui hubungan secara simultan antar variabel bebas terhadap terikat (Digdowiseiso, 2017: 121). Hubungan variabel bebas terhadap terikat dapat diketahui dari hasil  $F_{hitung}$  dan  $F_{Tabel}$  seperti berikut:

1. Hasil  $F_{hitung} > t_{Tabel}$  maka  $H_0$  ditolak
2. Hasil  $F_{hitung} < t_{Tabel}$  maka  $H_0$  diterima.