

BAB III

METODE PENELITIAN

3.1. Jenis Penelitian

Penelitian Kuantitatif ialah jenis penelitian dapat menghasilkan penemuan-penemuan yang dapat dicapai (diperoleh) dengan menggunakan prosedur-prosedur statistik atau cara-cara lain dari Kuantitatif (pengukuran) (V. W. Sujarweni, 2020:61).

3.2. Sifat Penelitian

Sifat pada penelitian ini adalah asosiatif. Menurut (Sugiyono, 2018:55) penelitian asosiatif adalah penelitian yang bertujuan untuk mengetahui hubungan antara dua variabel atau lebih, mencari peranan, pengaruh, dan hubungan yang bersifat sebab-akibat, yaitu antara variabel bebas (independent) dan variabel terikat (dependent).

3.3. Lokasi Penelitian dan Jadwal Penelitian

3.3.1. Lokasi Penelitian

Penelitian dilakukan di Toko Harapan Jaya yang beralamatkan di Jl. Setokok B No.41, Sagulung Kota, Kec. Sagulung, Kota Batam, Kepulauan Riau 29425.

3.3.2. Jadwal Penelitian

Studi ini dilakukan Terhitung dari bulan September sampai dengan bulan Februari 2023. Jadwal penelitian dapat dilihat dibawah ini.

Tabel 3.1 Jadwal Penelitian

No	Aktivitas	Waktu Pelaksanaan																							
		September 2022				Oktober 2022				November 2022				Desember 2022				Januari 2023				Februari 2023			
		1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4
1.	Penyerahan serta Input judul			■																					
2.	Penuntasan Proposal serta Revisi				■	■	■	■	■	■	■	■													
3.	Pembuatan serta Sebar Kuesioner												■	■											
4.	Pengumpulan dan olah data													■											
5.	Penyelesaian Skripsi														■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■
6.	Pemberian Skripsi																						■	■	■
7.	Upload Jurnal																						■	■	■

Sumber : Peneliti, 2022

3.4. Populasi Dan Sampel Penelitian

3.4.1. Populasi

Populasi ialah area umum, terdiri dari objek/subyek yang memiliki kualitas serta fitur khusus ditetapkan serta dipelajari oleh peneliti, kemudian ditarik kesimpulan. Menurut Sugiyono dalam (Aswad, Realize, & Wangdra, 2018:2), pernyataan V. W. Sujarweni (2020) dari keseluruhan objek serta subjek penelitian disebut populasi jadi populasi pada penelitian ini yaitu pembeli pada Harapan Jaya Dapur 12 yang jumlahnya 416 pembeli yang didapatkan melalui rata-rata pembelian pada Harapan Jaya Dapur 12 di tahun 2022.

3.4.2. Teknik Sampling

Populasi lebih dari sekedar angka obyek/subyek yang diselidiki. Namun, itu termasuk: Semua karakteristik / karakteristik dari subjek atau subjek yang diselidiki (Aswad *et al.*, 2018:2). Sampel ialah contoh serta sebagian populasi yang digunakan untuk penelitian V. W. Sujarweni (2019) Karena keterbatasan waktu serta tenaga, peneliti tidak menggunakan seluruh populasi. Dari aspek pandang sampel, populasi ialah tempat umum ciri menentukan peneliti, serta mengambil kesimpulan (Sugiarto, 2017:104). Pengutipan sampel menggunakan sampling objektif. Sampel ini telah dipilih dari populasi bisa dapat mewakili seluruh populasi. Oleh sebab itu, menentukan jumlah sampel dari populasi yang ada, peneliti sebaiknya mematuhi persyaratan standar. Kriteria sampel untuk penelitian ini ialah pelanggan pada Harapan Jaya Dapur 12. Dikarenakan jumlah populasi yang banyak, maka dibutuhkan jumlah yang dapat mewakili keseluruhan populasi. Peneliti menggunakan rumus Slovin sebagai acuan menentukan penentuan sampel populasi. Penelitian menggunakan rumus Slovin, sebagai berikut:

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

Rumus 3.1 Rumus Slovin

Sumber Menurut Umar dalam (Engkus, 2019:99-109)

Keterangan :

n : jumlah sampel

N : jumlah populasi

e^2 : toleransi kesalahan

Populasi (n) ialah berjumlah 416 pelanggan yang didapatkan dari interval pelanggan Harapan Jaya perbulan di tahun 2022 dengan tingkat kesalahan sebesar

5% serta dihitung dengan memakai rumus Slovin di atas, jadi sampel diperoleh serta dipergunakan sebagai berikut.

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

$$n = \frac{416}{1 + 416 (0,05)^2}$$

$$n = \frac{416}{1 + 416 (0,025)}$$

$$n = \frac{416}{2.040278}$$

$$n = 203.95$$

Berdasarkan perhitungan yang dilakukan dapat dilihat diatas terdapat 204 sampel dari 416 populasi dari tingkat kepercayaan 95% serta tingkat kesalahan 5%.

3.5. Sumber Data

Data penelitian yang berasal dari Pelanggan Harapan Jaya Dapur 12. Data diperoleh dari sumber pertama baik Individu atau masyarakat. Data asli ialah hasil interview serta survei kuisisioner yang dibuat penilaian. (Sugiarto, 2017:71).

3.6. Metode Pengumpulan Data

3.6.1. Teknik Pengumpulan Data

Menurut V. W. Sujarweni (2020) Cara yang dapat dilakukan guna mengumpulkan data adalah :

1. Uji

Digunakan untuk mengukur kapasitas serta ukuran benda yang diselidiki.

2. Wawancara

Kegiatan tanya jawab untuk memperoleh informasi secara langsung atau tidak langsung guna mengumpulkan data

3. Pengamatan

Pengamatan ialah observasi sistematis terhadap gejala yang terlihat pada riset yang dilakukan.

4. Kuesioner

Kuesioner ialah teknologi pengumpulan data yang mengeksekusi populasi untuk serangkaian pertanyaan tertulis.

5. Survei

Survei ini terutama digunakan untuk memecahkan masalah serta tidak ada hubungannya dengan pembuatan kebijakan atau pengembangan.

Menurut (Sugiarto, 2017:88) Teknik survei ialah Teknik pengumpulan data primer yang membutuhkan keterkaitan serta hubungan antara pemeroleh data (peneliti) serta objek penelitian (responden). Menggunakan teknik survei untuk mengumpulkan data memiliki beberapa keuntungan, antara lain cepat, murah, efisien dan akurat.

Penelitian ini menggunakan teknik penyebaran kuisisioner berupa pernyataan/pertanyaan yang disebarkan pada pelanggan Harapan Jaya Dapur 12.

1.6.2 Alat Pengumpulan Data

Dalam penyebaran kuisisioner terdapat skala pengukuran yaitu skala likert. Kuisisioner disebarkan serta diolah dengan menggunakan software SPSS Versi 26. Menurut (Sugiarto, 2017:96) Skala likert ialah derivatif dari skala pengukuran

ordinal karena dalam alternatif pilihan yang disediakan terkandung pengertian adanya pemeringkatan dalam konteks persetujuan. Skala likert menggunakan 5 skor dengan komponen dibawah ini:

Tabel 3.2 Skala Likter

No	Keterangan Jawaban	Nilai/Skor
1.	Sangat setuju	5
2.	Setuju	4
3.	Ragu-ragu	3
4.	Tidak Setuju	2
5.	Sangat Tidak Setuju	1

Sumber : (Sugiyono, 2018b)

3.7. Definisi Operasional Variabel Penelitian

Variabel penelitian ditentukan oleh peneliti menurut atribut-atribut objek penelitian atau penemuannya, serta data untuk melengkapinya di dalam variabel tersebut (W. Sujarweni, 2019:108). Variabel adalah bagian dari kelompok yang diteliti serta terdapat perbedaan antara satu dengan bagian yang lain dalam kelompok tersebut (Sugiarto, 2017:220)

3.7.1. Variabel Bebas (Indenpenden)

Menurut (Sugiarto, 2017:221) Variabel bebas (bebas) adalah variabel yang mempengaruhi berubahnya variabel terikat. Menurut (Kurniawan, 2018:140) Variabel yang mempengaruhi perubahan pada variabel terikat disebut dengan variabel bebas.

3.7.1.1. Kualitas Produk

Kualitas produk merupakan hal penting yang harus diusahakan oleh setiap badan usaha apabila menginginkan produk yang dijual dapat laku di pasar. Adanya hubungan timbal balik antara badan usaha dengan pelanggan akan memberikan

peluang untuk mengetahui dan memahami apa yang menjadi kebutuhan dan harapan yang ada pada persepsi konsumen (Hamdat *et al.*, 2020:61).

3.7.1.2. Daya Tarik

Daya tarik merupakan segala sesuatu yang dapat ditawarkan pedagang/penjual untuk diperhatikan, diminta, dicari, dibeli, di konsumsi pasar sebagai pemenuhan kebutuhan atau keinginan pasar yang bersangkutan. Pentingnya daya tarik dalam suatu badan usaha, umumnya yang berhubungan langsung dengan pelanggan merupakan faktor penting dalam mendapatkan perhatian dan menarik ketertarikan pelanggan dengan kelebihan ataupun keunikan yang tidak dimiliki oleh pesaingnya (Tjiptono, 2019:43).

3.7.1.3. Promosi

Menurut Fandy Tjipto dalam (Zainullah, 2021:538) Promosi adalah suatu bentuk komunikasi pemasaran, yang dimaksud dengan komunikasi pemasaran adalah aktivitas pemasaran yang berusaha menyebarkan informasi, mempengaruhi atau membujuk, dan atau meningkatkan pasar sasaran atas suatu badan usaha dan produk yang diajakan agar bersedia menerima, membeli dan loyal pada produk yang ditawarkan badan usaha yang bersangkutan.

3.7.2. Variabel Dependen

Variabel yang mempengaruhi adanya perubahan pada variabel lain (Independen) disebut sebagai variabel dependen.

3.7.2.1. Loyalitas Pelanggan

Loyalitas pelanggan adalah konsistensi pembelian ulang secara periodik dan terus-menerus dalam jangka waktu yang lama karena adanya ketertarikan pelanggan terhadap sebuah produk ataupun merek (Sudarsono, 2020:10)

Pernyataan diberikan kepada responden untuk kemudian di jawab menggunakan 5 pendapat dengan masing masing memiliki bobot nilai tersendiri untuk kemudian diperhitungkan menggunakan skala Likert. Skala Likert berfungsi untuk mengukur pendapat responden akan suatu pernyataan, skala likert digunakan karena memiliki opsi yang jelas dan memudahkan responden dalam memberikan pendapatnya serta tepat untuk digunakan dalam metode penelitian kuantitatif.

Tabel 3.3 Variabel Operasional

Variabel	Definisi	Indikator	Skala
Kualitas Produk (X1)	Kualitas produk merupakan hal penting yang harus diusahakan oleh setiap badan usaha apabila menginginkan produk yang dijual dapat laku di pasar. Adanya hubungan timbal balik antara badan usaha dengan pelanggan akan memberikan peluang untuk mengetahui dan memahami apa yang menjadi kebutuhan dan harapan yang ada pada persepsi konsumen (Hamdat <i>et al.</i> , 2020:61)	<ol style="list-style-type: none"> 1. Kemasan Produk 2. Perawatan Produk 3. Pemilihan Produk dan Merk 4. Keunggulan kualitas produk dibanding pesaing 	<i>Likert</i>
Daya Tarik (X2)	Daya tarik merupakan segala sesuatu yang dapat ditawarkan pedagang/penjual untuk diperhatikan, diminta, dicari, dibeli, di konsumsi pasar sebagai pemenuhan kebutuhan atau keinginan pasar yang bersangkutan. Pentingnya daya tarik dalam suatu badan usaha, umumnya yang berhubungan langsung dengan pelanggan merupakan faktor penting dalam mendapatkan perhatian dan menarik ketertarikan pelanggan dengan kelebihan ataupun keunikan yang tidak dimiliki oleh pesaingnya (Tjiptono, 2019:43)	<ol style="list-style-type: none"> 1. Merk 2. Harga 3. Variasi 4. Tempat 5. Suasana 	

Tabel 3.3 Lanjutan

Variabel	Definisi	Indikator	Skala
Promosi (X3)	Promosi adalah suatu bentuk komunikasi pemasaran, yang dimaksud dengan komunikasi pemasaran adalah aktivitas pemasaran yang berusaha menyebarkan informasi, mempengaruhi atau membujuk, dan atau meningkatkan pasar sasaran atas perusahaan dan produknya agar bersedia menerima, membeli dan loyal pada produk yang ditawarkan perusahaan yang bersangkutan (Fandy Tjipto dalam (Zainullah, 2021:538-549)	1. Kupon 2. Porongan Harga 3. Price Pack 4. Sample 5. Cashback 6. Kontes dan Undian	<i>Likert</i>
Loyalitas Pelanggan (Y)	Loyalitas pelanggan adalah konsistensi pembelian ulang secara periodik dan terus-menerus dalam jangka waktu yang lama karena adanya ketertarikan pelanggan terhadap sebuah produk ataupun merek (Sudarsono, 2020:10)	1. Kepuasan 2. Kepercayaan 3. Pengalaman. 4. Nilai 5. Citra 6. Pelayanan 7. Garansi	<i>Likert</i>

Sumber: Data Sekunder, 2022

3.8. Metode Analisis Data

3.8.1. Analisis Statistik Deskriptif

Menurut apa yang di kemukakan oleh Sugiyono (2017: 29) statistik deskriptif adalah statistik yang digunakan untuk menganalisis suatu statistic hasil penelitian tetapi tidak digunakan untuk membuat kesimpulan yang lebih luas dengan cara mendiskripsikan atau menggambarkan data yang telah terkumpul sebagaimana adanya tanpa bermaksud membuat kesimpulan yang berlaku untuk umum.

$$RS = \frac{n(m-1)}{m}$$

Rumus 3.2 Rentang Skala

Keterangan :

RS = Rentang Skala

n = Jumlah Sampel

m = Jumlah alternatif jawaban tiap item

Berdasarkan rumus rentang skala diatas, dapat dihitung dengan jumlah sampel sebanyak 204, dan banyaknya jumlah alternatif jawaban setiap item sebanyak 5 pilihan. ditemukan hasil RS (Rentang Skala) sebanyak 163.2, Nilai ini akan digunakan menjadi parameter atas respon yang dikumpulkan dari keseluruhan sampel, agar dapat menilai apakah suatu respon termasuk kedalam skala setuju ataupun skala lainnya. Dari hasil perhitungan rumus rentang skala diatas, maka hasil yang didapatkan adalah dengan penjabaran tabel sebagai berikut.

Tabel 3.4 Rentang Skala

No.	Pernyataan	Skor Positif
1	204 - 367	Sangat Tidak Setuju
2	368 - 531	Tidak Setuju
3	532 - 695	Netral
4	696 - 860	Setuju
5	861 - 1024	Sangat Setuju

Sumber : Peneliti 2021

3.8.2. Uji Kualitas Data

3.8.2.1. Uji Validitas

Uji validitas adalah uji ketepatan atau kecermatan suatu instrument dalam pengukuran. Dalam menentukan layak atau tidaknya suatu item yang digunakan, biasanya digunakan uji signifikansi koefisien korelasi pada taraf signifikansi terhadap skor total.

Menurut (Sugiyono, 2018:331) uji validitas merupakan derajat ketepatan antara data yang terjadi pada obyek penelitian dengan daya yang dapat dilaporkan

oleh peneliti. Dengan demikian data yang valid adalah data yang sesungguhnya terjadi pada obyek penelitian.

Dalam menentukan layak atau tidaknya suatu item yang digunakan dengan uji signifikan koefisien korelasi pada nilai taraf 0,05 artinya, suatu item dianggap valid jika berkorelasi signifikan terhadap skor total. Nilai uji akan dibuktikan dengan menggunakan uji dua sisi taraf signifikan 0,05. Kriteria diterima dan tidaknya suatu data valid atau tidak, jika :

- 1) Jika $r_{hitung} > r_{tabel}$ maka valid.
- 2) Jika $r_{hitung} < r_{tabel}$ maka tidak valid.

Rumus yang digunakan untuk uji validitas menggunakan Korelasi *Product Moment* dari Karl Pearson, sebagai berikut :

$$r_{xy} = \frac{N\sum xy - (\sum x)(\sum y)}{\sqrt{[N\sum x^2 - (\sum x)^2][N\sum y^2 - (\sum y)^2]}}$$

Rumus 3.3 Rumus Uji Validitas

Sumber (Muzakki & Hakim, 2020:3)

Keterangan :

r_{xy} = Skor yang diperoleh subjek dari seluruh item

x = Skor total yang diperoleh dari seluruh item

y = Banyaknya responden

N = Koefisien korelasi

Uji validitas dilakukan dengan membandingkan r_{xy} (r_{hitung}) dengan nilai r_{hitung} untuk tingkat signifikansi 5% dari *degree of freedom* (df) = n-2, yaitu :

1. Variabel dikatakan valid jika r_{hitung} positif dan $r_{hitung} > r_{tabel}$
2. Variabel dikatakan tidak valid jika r_{hitung} negatif dan $r_{hitung} < r_{tabel}$

3.8.2.2. Uji Reliabilitas Data

Uji reliabilitas adalah tingkat kemampuan suatu alat atau instrument penelitian yang dalam pengumpulan informasi dan datanya secara tetap dan konsisten atau secara acak antar individu. Metode yang sering kali digunakan dalam penelitian adalah metode *cronbach alpha*. Menggunakan SPSS maka hasil reliabilitas dapat diketahui dengan melihat hasil dari nilai Cronbach Alpha (W Sujarweni, 2019: 132)

Reliabel ini artinya adalah dapat dipercaya jadi dapat diandalkan, butir kuesioner dapat dikatakan reliabel (layak) jika *cronbach alpha* > 0,60 dan dikatakan tidak reliabel *cronbach alpha* jika < 0,60 pada pengolahan data dengan program *software* komputer yaitu SPSS

3.8.3. Uji Asumsi Klasik

Model regresi yang baik harus memiliki distribusi data normal atau mendekati normal dan bebas dari asumsi regresi (W Sujarweni, 2019: 149). Uji asumsi regresi dalam penelitian ini terdiri dari:

3.8.3.1. Uji Normalitas

Uji normalitas digunakan untuk menguji apakah nilai residual yang dihasilkan dari regresi terdistribusi secara normal atau tidak. Model regresi yang baik adalah yang memiliki nilai residual yang terdistribusi secara normal. Dalam uji ini peneliti menggunakan bantuan *software* SPSS versi 25. Dalam uji normalitas ada beberapa teknik yang digunakan diantaranya uji *kolmogorov-smirnov* (K-S) dan kurva *normal P-P Plot*. (Kurniawan, 2019: 149)

Dasar pengambilan keputusan uji normalitas ini antara lain:

1. Taksir signifikansi di atas 0,5 (Sig.) > 0,05 melihat bahwa asumsi normalitas pada pengujian ini berdistribusi normal.
2. diperoleh serta ditaksirkan dari nilai signifikansi 0,5 (Sig.) < 0,05 membuktikan bahwa asumsi normalitas menyatakan maka distribusi tidak normal.

3.8.3.2. Uji Multikolinearitas

Uji multikolinearitas dipakai untuk mendapati nilai korelasi antar variabel bebas dari model regresi linier berganda yang ditetapkan berupa uji multikolinearitas. penemuan Multikolinearitas akan suatu model didapatkan ketika nilai *Standard Variance Factor* (VIF) lebih dari 10 serta toleransi lebih besar dari 0,1, model dinyatakan tidak ada multikolinearitas. Nilai VIF yang tinggi membuktikan toleransi yang rendah (Kurniawan, 2019: 150)

3.8.3.3. Uji Heterokedastisitas

Uji ini berguna mengetahui varians yang diamati dimodel regresi. Metode yang dipakai di test ini ialah uji *Park Glejser*. Uji *Park Glejser* dilakukan bersama mengkorelasikan angka residual absolut bersama tiap variable independan. Model tak berlangsung *heteroscedasticity* bila diperoleh nilai signifikansi > nilai alpha (0,05). (Kurniawan, 2019: 151).

1. Sig, (*2-tailed*) Nilai lebih dari 0,05. Nilai ini menunjukkan bahwa regresi ini tidak ada varians yang tidak sejenis serta layak untuk digunakan.
2. Sig dengan nilai kurang dari 0,05. (*2-tailed*). Nilai ini menunjukkan bahwa regresi ini mempunyai varians yang sejenis dan tidaklah sesuai untuk digunakan dalam penelitian ini.

3.8.4. Uji Pengaruh

3.8.4.1. Uji Analisis Regresi Linear Berganda

Korelasi parsial adalah angka yang menunjukkan arah dan kuatnya hubungan antara dua variabel atau lebih. Arah dinyatakan dalam bentuk positif dan negatif, sedangkan kuatnya hubungan dinyatakan dalam besarnya koefisien korelasi. Hubungan dua variabel atau lebih dikatakan hubungan positif jika nilai satu variabel ditingkatkan maka akan meningkatkan variabel lainnya dan begitu sebaliknya (Priyastama, 2017: 154) Menurut (Kurniawan, 2019:188) persamaan regresi berganda ialah model persamaan regresi linier dengan beberapa variabel bebas.

Rumus persamaan linier berganda ialah:

$$Y = a + b1 \cdot X1 + b2 \cdot X2 + b3 \cdot X3 + \dots$$

Rumus 3.4. Regresi linier Berganda

Sumber: (Kurniawan, 2019: 188)

Penjelasan:

Y = Variabel Loyalitas Pelanggan (Y)

a = angka konstan

b = angka koefisien regresi

X1 = Variabel Kualitas Produk(X1)

X2 = Variabel Daya Tarik (X2)

X3 = Variabel Promosi (X3)

3.8.4.2. Uji Koefisien Determinasi

Analisis determinasi atau *R Square* (R^2) tujuannya untuk mendapatkan tingkat keakuratan yang terbaik di analisis regresi. R hampir serupa dengan r, tetapi keduanya memiliki fungsi yang berbeda (kecuali untuk regresi linier sederhana).

R^2 menggambarkan tingkat variasi variabel Y (mengikat), yang dijelaskan oleh variabel X (independen) dengan beberapa variabel. $X_1; 1, 2, 3, 4 \dots, k$ Secara bersamaan. Di sisi lain, r^2 mengukur kesesuaian dari persamaan regresi. Artinya, r^2 mengirimkan persentase variasi total variabel Y (terikat), yang dijelaskan oleh hanya satu variabel X (bebas). Koefisien korelasi, r , kemudian menggambarkan kekuatan hubungan linier antara dua variabel, dan nilainya bisa negatif atau positif.

Menurut (Satria, 2021:91) Koefisien determinasi (R^2) pada dasarnya mengukur seberapa jauh model menggambarkan kemampuan pengukuran fluktuasi variabel independen. Nilai koefisien determinasi antara 0 dan 1.

3.9. Uji Hipotesis

Pengujian hipotesis ialah teknik pengutipan ketentuan dari penjabaran data yang memutuskan variasi sampel yang relevan dari kesimpulan yang diperlukan. Hal ini membuat peneliti dapat menentukan apakah akan menerima ataupun menolak hipotesis. (Sugiarto, 2017: 123) Uji hipotesis yang dipergunakan didalam penelitian ini ialah:

3.9.1. Uji T (Regresi Parsial)

Pengujian parsial penting untuk menentukan apakah variabel independen memiliki dampak yang terkait dengan variabel dependen dari setiap variabel penelitian.

Menurut (Kurniawan, 2019: 193) cara penelitian uji-t ialah.

1. uji coba hipotesis nol (H_0) serta hipotesis (H_1)

H0 :Variabel Kualitas Produk tidak berpengaruh pada Loyalitas Pelanggan Harapan Jaya Dapur 12 Batam.

H1: Variabel Kualitas Produk berpengaruh pada Loyalitas Pelanggan Harapan Jaya Dapur 12 Batam.

H0: Variabel Daya Tarik tidak berpengaruh pada Loyalitas Pelanggan Harapan Jaya Dapur 12 Batam.

H1 : Variabel Daya Tarik berpengaruh pada Loyalitas Pelanggan Harapan Jaya Dapur 12 Batam.

H0: Variabel Promosi tidak berpengaruh pada Loyalitas Pelanggan Harapan Jaya Dapur 12 Batam.

H1 : Variabel Promosi berpengaruh pada Loyalitas Pelanggan Harapan Jaya Dapur 12 Batam.

2. Kesetaraan nilai t hitung serta nilai t tabel, serta taraf signifikansi 5% $df = n_2$.
3. Menarik hasil berdasarkan beserta kriteria:
 - a. Jika $t_{hitung} > t_{tabel}$, lalu H1 diterima serta H0 ditolak
 - b. Ketika nilai signifikasi menunjukkan $> = 5\%$ bahwa H1 ditolak serta H0 diterima.
 - c. Ketika nilai signifikasi menunjukkan $\leq 5\%$ bahwa H1 akan diterima serta H0 akan ditolak.

3.9.2. Uji Simultan (F)

Menurut (Priyastama, 2017: 107) Uji Simultan didapatkan dengan membandingkan nilai F hitung dengan F tabel, uji F atau ANOVA digunakan untuk mengevaluasi lebih dari dua sampel. Jika nilai F hitung $> F$ tabel, dan nilai

signifikansi lebih kecil dari 0,05 (α), maka variabel bebas berpengaruh terhadap variabel terikat. Selain itu, variabel tidak berpengaruh terhadap variabel dependen jika $F_{hitung} < F_{tabel}$ dan $profitabilitas > 0,05$ (α). Kualifikasi pembuktian ANOVA:

1. Populasi yang diuji berdistribusi normal
2. Varians populasinya cocok
3. Sampel independen maupun tidak, tergantung sampel lain.

Pengujian dijalankan dengan menetapkan pengujian dengan kriteria sebagai berikut:

H0 : Kualitas Produk, Daya Tarik dan Promosi secara bersamaan tidak berpengaruh signifikan terhadap Loyalitas Pelanggan Harapan Jaya Dapur 12 Batam.

H1 : Kualitas Produk, Daya Tarik dan Promosi signifikan secara simultan berpengaruh signifikan terhadap Loyalitas Pelanggan Harapan Jaya Dapur 12 Batam