

## **BAB III**

### **METODE PENELITIAN**

#### **3.1 Jenis Penelitian**

Penggunaan jenis riset ini yaitu melalui pendekatan metode kuantitatif yakni dalam proses pengumpulan data, peneliti menyebarkan angket atau yang biasa lebih dikenal dengan kuesioner kepada responden yang kemudian akan diisi dengan tujuan untuk menemukan jawaban dari masalah penelitian ini. Dalam penelitiannya, peneliti menggunakan pengujian hipotesis atau eksplanatori dalam bentuk desain penelitian kausalitas. Penelitian kausalitas merupakan desain penelitian yang disusun dalam rangka melakukan penelitian kemungkinan ditemukan hubungan pengaruh sebab-akibat antarvariabel (Sanusi, 2017: 14). Variabel yang dimaksud yang akan dipakai adalah variabel independen dan variabel dependen yang bertujuan dalam mengetahui pengaruh kepercayaan, citra perusahaan, dan *customer experience* pada loyalitas pelanggan dalam menggunakan pelayanan pada PT Armada Lintas Samudra.

#### **3.2 Sifat Penelitian**

Riset ini memiliki sifat replikasi yang mana riset ini berupa pengembangan dari riset sebelumnya atau penelitian terdahulu. Peneliti menggunakan sifat penelitian replikasi yang mengambil variabel, indikator, dan objek penelitian yang sudah pernah digunakan. Penelitian replikasi adalah pengulangan yang disengaja dari penelitian sebelumnya untuk menguatkan atau memutuskan hasil sebelumnya (Sudramanto et al., 2021). Perbedaan antara riset sebelumnya dengan riset ini yaitu pada objek atau instansi dimana riset akan dilakukan serta periode waktu

peneliti melakukan penelitian. Peneliti melakukan penelitian ini atas dasar keingintahuan pengaruh variabel independen (kepercayaan, citra perusahaan, dan *customer experience*) pada variabel dependen (loyalitas pelanggan) agar dapat menjadi bahan pertimbangan dan bahan evaluasi bagi perusahaan agar lebih baik lagi untuk kedepannya.

### 3.3 Lokasi dan Periode Penelitian

#### 3.3.1 Lokasi Penelitian

Riset yang peneliti laksanakan bertempat di PT Armada Lintas Samudra yang terletak di lokasi Ruko Golden Gate Blok F No. 06, Sei Jodoh, Batu Selicin, Kec. Lubuk Baja, Kota Batam, Kepulauan Riau 29433.

#### 3.3.2 Periode Penelitian

**Tabel 3.1** Periode Penelitian

| Tahapan Penelitian           | Bulan  |   |   |   |        |   |   |   |        |   |   |   |        |   |   |   |        |   |   |   |
|------------------------------|--------|---|---|---|--------|---|---|---|--------|---|---|---|--------|---|---|---|--------|---|---|---|
|                              | Sep-22 |   |   |   | Oct-22 |   |   |   | Nov-22 |   |   |   | Dec-22 |   |   |   | Jan-23 |   |   |   |
|                              | 1      | 2 | 3 | 4 | 1      | 2 | 3 | 4 | 1      | 2 | 3 | 4 | 1      | 2 | 3 | 4 | 1      | 2 | 3 | 4 |
| Pengajuan Judul              | ■      |   |   |   |        |   |   |   |        |   |   |   |        |   |   |   |        |   |   |   |
| Penulisan BAB I              |        | ■ | ■ | ■ | ■      |   |   |   |        |   |   |   |        |   |   |   |        |   |   |   |
| Penulisan BAB II             |        |   |   |   | ■      | ■ | ■ |   |        |   |   |   |        |   |   |   |        |   |   |   |
| Penulisan BAB III            |        |   |   |   |        | ■ | ■ | ■ |        |   |   |   |        |   |   |   |        |   |   |   |
| Pengumpulan Data             |        |   |   |   |        |   |   |   | ■      | ■ | ■ | ■ |        |   |   |   |        |   |   |   |
| Pengolahan Data              |        |   |   |   |        |   |   |   |        | ■ | ■ | ■ | ■      | ■ |   |   |        |   |   |   |
| Penyampaian Hasil Penelitian |        |   |   |   |        |   |   |   |        |   |   |   |        |   | ■ | ■ | ■      | ■ |   |   |

Sumber: Peneliti, 2022

### 3.4 Populasi dan Sampel

#### 3.4.1 Populasi

Populasi ialah segala perkumpulan bagian yang memperlihatkan ciri khas tertentu yang mampu digunakan kemudian dibuat kesimpulannya (Sanusi, 2017: 87). Jumlah populasi dari riset ini ialah pelanggan dari PT Armada Lintas

Samudra yang pernah dan hingga saat ini masih menggunakan jasa pelayanan perusahaan dalam mengekspor dan mengimpor barangnya yang berjumlah 197 pelanggan.

#### **3.4.2 Teknik Penentuan Besar Sampel**

Sampel ialah bagian dari populasi. Dikatakan sampel yang baik ketika sampel tersebut mampu mewakili sifat dari populasinya yang ditunjukkan melalui tingkat ketepatannya (Sanusi, 2017: 88).

Penentuan besarnya sampel untuk riset ini ialah jumlah sampel sama banyaknya dengan populasi. Peneliti menjadikan seluruh pelanggan yang masih menggunakan jasa pelayanan PT Armada Lintas Samudra sebagai sampel yaitu berjumlah 197 responden.

#### **3.4.3 Teknik *Sampling***

Teknik *sampling* ialah bagaimana cara peneliti dalam mengambil sampel yang dapat diwakilkan dari sejumlah populasi yang telah tersedia (Sanusi, 2017: 88). Peneliti menggunakan *non-probabilty sampling* yaitu sampel jenuh dimana semua sampel yang digunakan sama banyaknya dengan jumlah yang ada pada populasi yaitu berjumlah 197 responden.

#### **3.5 Sumber Data**

Sumber-sumber data yang peneliti gunakan pada riset ini didapat dari dua sumber diantaranya sumber data primer dan sumber data sekunder. Sumber data primer yaitu data yang pertama kali peneliti kumpulkan dan catat, sedangkan

sumber data sekunder ialah data dari pihak lain yang telah dikumpulkan atau disediakan (Sanusi, 2017: 104). Sumber data dapat dibagi menjadi:

1. Sumber data primer yang peneliti peroleh dengan langsung dengan melakukan pengumpulan data melalui penyebaran kuesioner.
2. Sumber data sekunder yang peneliti dapatkan dengan tidak langsung yaitu melalui data seperti buku dan jurnal.

### **3.6 Metode Pengumpulan Data**

Metode yang digunakan dalam proses mengumpulkan data untuk riset ini ialah dengan menggunakan kuesioner (*google form*). Kuesioner atau daftar isian merupakan seperangkat susunan pertanyaan atau pernyataan dengan standar dan sistematis dengan begitu pertanyaan atau pernyataan yang serupa mampu diberikan kepada masing-masing responden (Sanusi, 2017).

Peneliti menyampaikan kuesioner kepada pelanggan yang pernah dan hingga saat ini masih menggunakan jasa yang ditawarkan oleh PT Armada Lintas Samudra. Hal ini bertujuan agar peneliti dapat mengetahui dan mendapatkan data yang relevan untuk penelitian tentang pengaruh kepercayaan, citra perusahaan, dan *customer experience* terhadap loyalitas pelanggan.

Kategori pertanyaan yang akan peneliti gunakan adalah pertanyaan tertutup. Yang dimaksud pernyataan tertutup ialah pertanyaan yang kemungkinan responden tidak diberikan kesempatan untuk menjawab pertanyaan lain atau dengan kata lain jawabannya telah ditetapkan terlebih dahulu (Sanusi, 2017: 59).

Skala pengukuran pada kuesioner riset ini ialah menggunakan Skala Likert. Yang dimaksud skala likert ialah jumlah sikap responden pada saat merespons pernyataan yang berhubungan dengan indikator suatu variabel atau konsep yang sedang diukur. Tujuan dari skala likert supaya dapat pendapat seseorang, sikap atau sekumpulan orang mengenai suatu kejadian tertentu. Skala Likert umumnya terdapat lima tingkatan, yaitu (Kandasamy et al., 2020):

1. Sangat Tidak Setuju dengan bobot 1
2. Tidak Setuju dengan bobot 2
3. Netral dengan bobot 3
4. Setuju dengan bobot 4
5. Sangat Setuju dengan bobot 5

### 3.7 Definisi Operasional Variabel Penelitian

Operasional variabel dalam penelitian bertujuan menjabarkan variabel agar menjadi operasional dan spesifik sehingga tidak multi tafsir dan bisa diukur dalam rangka memperoleh data tentang nilai dari variabel yang bersangkutan (Sugeng, 2022: 202). Pada riset ini ada variabel dependen (Y) dan variabel independen (X). Variabel dependen yang peneliti teliti adalah tentang loyalitas pelanggan dan variabel independennya mencakup tentang kepercayaan, citra perusahaan, dan *customer experience*.

**Tabel 3.2** Operasional Variabel Dependen dan Independen

| Variabel                           | Definisi Operasional   | Indikator  | Skala         |
|------------------------------------|--|--|---------------|
| <b>Kepercayaan (X<sub>1</sub>)</b> | Kepercayaan konsumen adalah suatu keyakinan terhadap satu pihak tentang perilaku dan | 1. <i>Integrity</i><br>2. <i>Benevolence</i><br>3. <i>Competence</i> | <i>Likert</i> |

|   |   |   |               |
|---|---|---|---------------|
|   | <p>maksud pihak lainnya dengan begitu keyakinan pelanggan diartikan sebagai keinginan pelanggan bahwa perusahaan dalam memenuhi keinginan pelanggan dapat diandalkan dan dipercayai.</p> <p>(Sirdeshmukh <i>et al.</i>, 2010) dalam (Pertiwi, 2021: 94)</p>                                       | (Sari & Yasa, 2020: 25)   |               |
| <p><b>Citra Perusahaan (X<sub>2</sub>)</b></p>    | <p>Citra perusahaan ialah perkumpulan pandangan pelanggan pada perusahaan yang menciptakan suatu jasa atau produk yang didalamnya terdapat jaringan distribusi, kredibilitas perusahaan ataupun popularitas perusahaan.</p> <p>(Guo Li <i>et al.</i>, 2011) dalam (Sari &amp; Yasa, 2020: 14)</p> | <ol style="list-style-type: none"> <li>1. <i>Personality</i></li> <li>2. <i>Reputation</i></li> <li>3. <i>Value/Ethic</i></li> <li>4. <i>Corporate Identity</i></li> </ol> <p>(Yolanda et al., 2021: 15-16)</p> | <i>Likert</i> |
| <p><b>Customer Experience (X<sub>3</sub>)</b></p> | <p><i>Customer experience</i> ialah perhitungan dari kesan dan perasaan yang pelanggan dapatkan melalui komunikasi dengan perusahaan, misalnya dengan</p>   | <ol style="list-style-type: none"> <li>1. <i>Sense</i></li> <li>2. <i>Feel</i></li> <li>3. <i>Think</i></li> <li>4. <i>Act</i></li> <li>5. <i>Relate</i></li> </ol> <p>(Tusyanah, 2022: 66-</p>                 | <i>Likert</i> |

|                                       |  |   |               |
|---------------------------------------|--|---|---------------|
|                                       | <p>mengonsumsi atau membeli produk perusahaan, serta mendapatkan informasi tentang perusahaan.</p> <p>(Thomas, 2017) dalam (Keni &amp; Sandra, 2021)</p>   | 69)   |               |
| <p><b>Loyalitas Pelanggan (Y)</b></p> | <p>Loyalitas pelanggan ialah kepuasan konsumen. Kepuasan konsumen pada perusahaan bisa muncul dikarenakan ditemukan pengalaman dalam melakukan transaksi dengan perusahaan, dengan begitu memberikan respon yang positif dan konsumen.</p> <p>(Kurniasari dan Ernawati, 2012) dalam (Supertini et al., 2020)</p> | <p>1. <i>Repeat Purchase</i><br/>2. <i>Retention</i><br/>3. <i>Referalls</i></p> <p>(Sari &amp; Yasa, 2020)</p> | <i>Likert</i> |

Sumber: Peneliti, 2022

### 3.8 Metode Analisis Data

Pada riset ini, teknik analisis data yang peneliti gunakan ialah data kuantitatif yang bertujuan untuk menemukan pengaruh dari variabel independen pada variabel dependen. Tujuan lain dari analisis data adalah untuk mengetahui teknik analisis data yang peneliti gunakan atas data yang terkumpul pada riset ini

dan cara pengujiannya. Pada riset ini, ditemukan hipotesis penelitian yang akan kebenarannya diuji. Hipotesis melukiskan relasi antara dua variabel atau lebih supaya mengetahui apakah variabel-variabel tersebut saling berhubungan atau tidak dengan variabel lainnya atau variabel antara satu dengan yang lainnya berpengaruh atau tidak. Dalam riset ini, alat bantu untuk menguji atau menganalisis data-data yang ada dengan menggunakan *software* SPSS. Teknik analisis data pada riset ini diantaranya uji pengaruh, uji asumsi klasik, uji kualitas data, dan analisis deskriptif.

### **3.8.1 Analisis Statistik Deskriptif**

Analisis deskriptif menjelaskan kondisi suatu kejadian yang nantinya akan diolah sesuai dengan fungsinya. Kemudian dari hasil olahan tersebut akan disajikan dalam bentuk angka sehingga memudahkan pembacanya untuk memahami makna dari data yang telah diolah.

Analisis deskriptif ialah suatu analisis yang mendeskripsikan data yang akan dibuat baik itu secara kelompok ataupun dari sendiri. Tujuan analisis deskriptif supaya membuat gambaran data menjadi lebih faktual, sistematis dan akurat sesuai dengan fakta yang berhubungan dengan kejadian yang diteliti (Prihatiningsih, 2022: 73).

Analisis deskriptif pada riset ini bertujuan untuk memberikan informasi atau menceritakan dari variabel independen yakni kepercayaan, citra perusahaan, dan *customer experience* serta variabel dependen adalah loyalitas pelanggan.



### 3.8.2 Uji Kualitas Data

#### 3.8.2.1 Uji Validitas

Uji validitas dimaksudkan guna mengukur seberapa cermat suatu uji melakukan fungsinya. Maksud dari pengujian ini supaya mengukur sah atau tidaknya suatu kuesioner. Kemudian ukuran yang menyatakan hubungan keeratan antara satu variabel dengan variabel lainnya ialah koefisien korelasi atau biasanya disebut sebagai korelasi Pearson (*Pearson product moment*). Adapun persyaratan dalam pengujian ini yaitu dengan melakukan perbandingan terhadap nilai r hitung (*Pearson Correlation*) dengan nilai r tabel. Nilai yang pada r hitung (*Pearson Correlation*) ini kemudian akan digunakan sebagai tolak ukur yang menyatakan valid atau tidaknya item pertanyaan pada riset. (Darma, 2021: 7)

Uji signifikansi koefisien korelasi pada tingkat 0,05 biasanya digunakan untuk menetapkan kelayakan item. Artinya, suatu item dikatakan valid jika menunjukkan korelasi yang signifikan melalui skor total item tersebut.

$$r = \frac{n(\sum xy) - (\sum x)(\sum y)}{[(n.\sum x^2 - (\sum x)^2)][n.\sum y^2 - (\sum y)^2]}$$

**Rumus 3. 1** Uji Validitas

Keterangan:

- r = Koefisien korelasi
- n = Jumlah data
- x = Variabel independen
- y = Variabel dependen

Angka pada pengujian akan dibuktikan dengan menggunakan uji dua sisi dengan taraf signifikansi 0,05 (menggunakan SPSS). Adapun persyaratan penerimaan suatu data apabila:

1. Jika  $r \text{ hitung} \geq r \text{ tabel}$  (uji dua sisi dengan sig 0,05) dengan begitu item pernyataan akan dikatakan saling berhubungan dan signifikan pada skor total item itu, sehingga item dikatakan valid.
2. Jika  $r \text{ hitung} < r \text{ tabel}$  (uji dua sisi dengan sig 0,05) dengan begitu pernyataan akan dikatakan saling tidak berhubungan signifikan pada skor total item itu, sehingga item dikatakan tidak valid.

### 3.8.2.2 Uji Reliabilitas

Kemudian dalam jurnal (Darma, 2021: 17), uji reliabilitas memperlihatkan sejauh mana suatu hasil pengukuran tetap jika diulangi dua kali atau lebih. Pengujian reabilitas diukur melalui pernyataan yang digunakan. Pelaksanaan uji reabilitas melalui cara melakukan perbandingan nilai pada *Cronbrach's Alpha* pada tingkat atau taraf signifikan yang digunakan. Adapaun kriteria dalam pengujian ini yaitu:

1. Dapat juga diperhatikan dengan menggunakan nilai batasan penentu (0,6).
2. Jikalau nilai *Cronbrach's Alpha* > nilai signifikan (0,6), maka data reliabel
3. Jika nilai *Cronbrach's Alpha* < nilai signifikan (0,6), dengan begitu data tidak reliabel

### 3.8.3 Uji Asumsi Klasik

Terdapat empat jenis uji yang seringkali dipakai dalam uji asumsi klasik, diantaranya:

#### 3.8.3.1 Uji Normalitas

Menurut (Siregar, 2014) tujuan dari pengujian ini supaya dalam menguji data riset baik variabel dependen ataupun variabel independen berdistribusi normal ataupun tidak. Suatu data akan dikatakan baik jikalau data memiliki pola yang distribusi normal, yakni distribusi data yang bentuknya menyerupai lonceng (*bell shaped*). Terdapat beberapa metode dalam menguji normalitas data yaitu menggunakan *One Sample Kolmogorov-Smirnov*, grafik (normal P-P Plot), dan grafik *histogram* (Matondang & Nasution, 2022: 25)

#### 3.8.3.2 Uji Multikolinearitas

Menurut (Febry & Teofilus, 2020: 55) tujuan penggunaan uji ini supaya menguji apakah terdapat korelasi (hubungan) antar variabel bebas dan independen. Dan dikatakan model regresi yang baik seharusnya tidak terjadi hubungan antara variabel bebas.

Supaya mengetahui ada atau tidaknya gejala multikolinearitas pada model regresi, dengan begitu mampu dijalankan beberapa cara diantaranya adalah:

- Memperhatikan nilai korelasi antar variabel independen
- Memperhatikan nilai *tolerance* dan *Variance Inflating Factor* (VIF)

Adapun dasar pengambilan keputusan pada uji multikolinearitas dengan *tolerance*, diantaranya:

1. Jikalau nilai *tolerance* > dari 0,10, artinya tidak terjadi multikolinearitas
2. Jikalau nilai *tolerance* < dari 0,10, artinya terjadi multikolinearitas

Dan adapun dasar pengambilan keputusan pada uji multikolinearitas dengan *Variance Inflating Factor* (VIF), diantaranya:

1. Jika nilai VIF < 10, artinya tidak terjadi multikolinearitas
2. Jika nilai VIF > 10, artinya terjadi multikolinearitas

### 3.8.3.3 Uji Heteroskedastisitas

Uji Heterokedastisitas bertujuan untuk menguji apakah pada model regresi terjadi ketidaksamaan variasi dari nilai residual satu pengamatan ke pengamatan lainnya. Jikalau varian dari residual satu pengamatan yang lain tetap, dengan begitu akan disebut heteroskedastisitas. Suatu model regresi yang baik yaitu yang homoskedastisitas atau tidak terjadi heteroskedastisitas.

Dalam analisis statistik, terdapat beberapa cara dalam mengerahui ada atau tidaknya gejala heterokedastisitas, salah satunya dengan menggunakan uji Glejser. Penggunaan cara kerja pada uji ini ialah dengan cara melaksanakan regresi variabel independen pada nilai *absolute residual* atau Abs\_RES. (Febry & Teofilus, 2020: 59)

Dan adapun dasar pengambilan keputusan pada uji heterokedastisitas dengan menggunakan uji glejser, diantaranya:

1. Jikalau nilai signifikansi (Sig.) < dari 0,05, dengan begitu dikatakan terjadi heterokedastisitas

2. Jikalau nilai signifikansi (Sig.) > dari 0,05, dengan begitu dikatakan tidak terjadi heterokedastisitas

### 3.8.4 Uji Pengaruh

#### 3.8.4.1 Analisis Regresi Linear Berganda

Pada dasarnya regresi linear berganda termasuk perluasan dari linear sederhana, yakni dengan menjumlahkan variabel bebas yang terdahulu memiliki satu atau lebih dari variabel bebas. Analisis regresi berganda bertujuan untuk menghubungkan antara dua variabel independen atau lebih dengan variabel dependen. Pada riset ini ditemukan tiga variabel bebas (X) dan satu variabel terikat (Y), dengan begitu rumus untuk regresi linear berganda dapat digambarkan sebagai berikut:

$$Y = a + b_1X_1 + b_2X_2 + b_3X_3 + \dots + b_nX_n + e$$

**Rumus 3. 2** Regresi Linear Berganda

Keterangan:

Y = Loyalitas Pelanggan

X<sub>1</sub> = Kualitas Pelayanan

X<sub>2</sub> = Citra Perusahaan

X<sub>3</sub> = *Customer Experience*

a = Konstanta

b<sub>1</sub>, b<sub>2</sub>, b<sub>3</sub> = Koefisien Regresi

e = variabel pengganggu/*Error disturbance*

$X_n$  = Variabel independen ke - n

#### **3.8.4.2 Analisis Koefisien Determinasi ( $R^2$ )**

Kata lain dari koefisien determinasi ( $R^2$ ) yaitu koefisien determinasi majemuk (*multiple coefficients of determination*). Pada koefisien ini memberikan penjelasan tentang besaran variabel terikat (Y) dalam memberikan penjelasan terhadap variabel bebas dengan bersamaan. Koefisien ini digunakan dalam pengukuran tingkat hubungan antara variabel terikat (Y) terhadap seluruh variabel bebas yang menjelaskan dengan bersamaan dan nilainya selalu positif. (Sanusi, 2017: 136)

### **3.9 Uji Hipotesis**

Pengujian ini sering disebut sebagai dugaan yang bersifat sementara terhadap suatu peristiwa tertentu didalam suatu persoalan yang akan dianalisis dengan regresi yang mana regresi itu harus diuji kebenarannya terlebih dahulu. Pengujian ini juga menguji signifikansi koefisien regresi linear berganda secara parsial yang berhubungan pada pernyataan hipotesis penelitian. Uji hipotesis terbagi menjadi dua yaitu: (Sanusi, 2017: 144)

#### **3.9.1 Uji Parsial (Uji T)**

Pengujian ini sering disebut sebagai uji parsial yang merupakan salah satu pengujian pertama yang biasanya digunakan dalam analisis regresi linear. Tujuan dari pengujian ini supaya mengetahui apakah variabel-variabel independen secara parsial berpengaruh nyata atau tidak pada variabel dependen. Tingkat taraf signifikansi yang digunakan yaitu 0,05. (Sa'adah, 2021: 35)

$$t_{\text{hitung}} = \frac{r\sqrt{n-2}}{\sqrt{1-r^2}}$$

**Rumus 3. 3 Uji t**

Keterangan:

t = Nilai uji t hitung

r = Koefisien korelasi

$r^2$  = Koefisien determinasi

n = Jumlah sampel

Dilakukan pengujian ini supaya mengetahui apakah variabel bebas secara parsial (sendiri-sendiri) signifikan berpengaruh pada variabel terikat. Pelaksanaan pengujian ini dengan cara melakukan perbandingan pada T hitung dengan T tabel.

Pengambilan keputusan:

- 1) Jika T hitung > T tabel, dengan begitu tolak  $H_0$  dan  $H_1$  diterima (signifikan)
- 2) Jika T hitung < T tabel, dengan begitu terima  $H_0$  dan  $H_1$  ditolak (tidak signifikan)

Atau nilai signifikansi:

- 1) Jikalau Sig. <  $\alpha$  (0,05), dengan begitu tolak  $H_0$  sehingga  $H_1$  diterima (signifikan)
- 2) Jikalau Sig. >  $\alpha$  (0,05), dengan begitu terima  $H_0$  sehingga  $H_1$  ditolak (tidak signifikan)

### 3.9.2 Uji Simultan (Uji F)

Menurut (Sa'adah, 2021: 32) penggunaan uji ini supaya mengetahui apakah variabel-variabel independen secara simultan berpengaruh signifikan pada variabel dependen. Tingkat kepercayaan dalam pengujian ini yaitu 0,05. Jikalau hasil perhitungan nilai F lebih melebihi dari nilai F tabel, dengan begitu variabel independen secara simultan berpengaruh signifikan pada variabel dependen. Pengujian seluruh variabel independen secara bersamaan berpengaruh pada variabel dependen.

$$F_{\text{hitung}} = \frac{R^2/k}{(1-R^2)/(n-k-1)}$$

**Rumus 3. 4 Uji F**

Keterangan :

F : Rasio

$R^2$  : Koefisien

n : Jumlah data atau kasus

k : Jumlah variabel bebas

Aturan dalam uji F diantaranya:

- 1) Jikalau F Hitung > dari F Tabel, dengan begitu tolak  $H_0$  dan  $H_1$  diterima (signifikan)
- 2) Jikalau F Hitung < dari F Tabel, dengan begitu terima  $H_0$  dan  $H_1$  ditolak (tidak signifikan)



Nilai signifikansi:

- 1) Jikalau Sig.  $< 0,05$ , dengan begitu tolak  $H_0$  dan  $H_1$  diterima (signifikan)
- 2) Jikalau Sig.  $> 0,05$ , dengan begitu terima  $H_0$  dan  $H_1$  ditolak (tidak signifikan)