

BAB III

METODE PENELITIAN

Melalui bab ketiga, peneliti akan memaparkan penjelasan terkait metode penelitian yang digunakan hingga teknik analisis data dalam penelitian ini agar memudahkan dalam menemukan jawaban dari hipotesis penelitian yang telah diajukan.

A. Pendekatan Penelitian

Pendekatan yang digunakan penelitian ini adalah pendekatan kuantitatif. Penelitian kuantitatif adalah pendekatan penelitian yang menghasilkan penemuan-penemuan yang dapat dicapai dengan menggunakan prosedur statistik dan cara lain dari kuantifikasi atau pengukuran (Nugroho & Haritanto, 2022). Sedangkan menurut Yusuf dalam Nugroho dan Haritanto, pendekatan kuantitatif merupakan penelitian yang memandang tingkah laku manusia dapat diramal dari realitas sosial, objektif, dan dapat diukur (Nugroho & Haritanto, 2022).

. Penelitian kuantitatif ini dapat dikonstruksi sebagai strategi penelitian yang menekankan kuantifikasi dalam pengumpulan data analisis dengan pendekatan deduktif. Oleh karena itu, penelitian kuantitatif merupakan sebuah penyelidikan tentang masalah sosial berdasarkan pada pengujian sebuah teori yang terdiri dari variabel-variabel, diukur dengan angka, dan dianalisis dengan prosedur statistik untuk menemukan apakah generalisasi prediktif teori tersebut benar (Sugiyono, 2017).

Penelitian kuantitatif termasuk dalam paradigma positivisme. Paradigma

positivisme biasanya hanya menganalisis permukaan yang tampak tanpa memahami makna yang lebih dalam. Paradigma ini juga bertujuan untuk mencapai generalisasi dimana memang ada hal-hal seperti perilaku manusia yang tidak bisa digeneralisasikan dan masih ada unsur subjektivitasnya (Neuman, 2014).

Penelitian ini menggunakan paradigma positivis, untuk menemukan atau memperoleh konfirmasi tentang hubungan sebab akibat yang biasa dipergunakan untuk memprediksi pola-pola umum suatu gejala sosial atau aktivitas manusia (Neuman, 2014, p. 71). Variabel-variabel pada penelitian ini dianalisa melalui *hypothetico-deductive method*, yaitu suatu metode yang melibatkan pengujian hipotesis dimana hipotesis tersebut dideduksi dari hipotesis lain yang tingkat abstraksinya atau perumusan konseptualnya lebih tinggi.

Selain itu, jenis penelitian menunjuk pada cara dan batasan pengambilan serta pengolahan data yang digunakan. Dalam penelitian ini, peneliti menggunakan jenis eksplanatori. Menurut Mulyadi, tujuan dari penelitian kuantitatif dengan desain eksplanatori atau biasa disebut sebagai *explanatory research* adalah sebagai penguji keterkaitan antar variabel. Ketika menggunakan metode kuantitatif, hipotesis atau dugaan sementara akan dilakukan percobaan untuk menghasilkan hasil benar atau tidak. Dugaan sementara biasanya merumuskan tentang suatu hubungan antar variabel penelitian (Mulyadi, 2011).

Jenis penelitian eksplanatori dipakai untuk menjelaskan faktor-faktor yang berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan pada PT. Mitra Utama

Indotrans. Jenis penelitian eksplanatori tidak cukup dengan hanya menggambarkan apa adanya data, tapi juga menjelaskannya dan melihat korelasinya dengan variabel-variabel lain (Burhan, 2020).

Selain itu, penelitian ini dikategorikan sebagai penelitian eksplanatif karena penelitian ini dilakukan untuk menemukan penjelasan tentang mengapa suatu kejadian atau gejala terjadi (Praseto & Jannah, 2016). Jenis penelitian eksplanatif berfungsi untuk menjelaskan hubungan kausal antara variabel-variabel melalui pengujian hipotesis. Format eksplanatif dimaksudkan untuk menjelaskan hubungan perbedaan atau pengaruh satu variabel dengan variabel lain karena itulah penelitian eksplanatif menggunakan sampel dan hipotesis (Burhan, 2020).

Penelitian eksplanatif digunakan untuk menguji prediksi atau prinsip teori, memperluas penjelasan teori, memperluas teori menjadi isu atau topik baru, mendukung prediksi, menghubungkan isu atau topik dengan prinsip secara umum, menentukan penjelasan mana yang paling baik dan tepat, dan mencari sebab dan alasan mengapa sesuatu itu terjadi. Hasil akhir penelitian ini adalah gambaran mengenai hubungan sebab akibat (Praseto & Jannah, 2016).

Berdasarkan pengertian diatas, maka dapat dilihat bahwa penelitian kuantitatif mengaitkan data statistik untuk pengukuran untuk menemukan hasil penelitian. Peneliti dalam penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif yang merupakan bagian dari paradigma positivism dengan jenis yang digunakan adalah eksplanatori untuk menguji adakah pengaruh antara kualitas layanan, kepercayaan pelanggan dan persepsi harga terhadap kepuasan pelanggan pada PT. Mitra Utama Indotrans.

B. Populasi dan Sampel

Populasi pada penelitian ini yaitu perusahaan yang menggunakan jasa PT. Mitra Utama Indotrans pada tahun 2021, 2022, 2023, dan 2024 yang mana berjumlah 72 perusahaan. Populasi ini didapatkan melalui data langsung dari salah satu narasumber yang merupakan pegawai di PT. Mitra Utama Indotrans dengan rincian sebagai berikut:

Tabel 3. 1 Populasi Penelitian

| No | Tahun | Jumlah Perusahaan yang Menggunakan Jasa |
|--------------|-------|---|
| 1. | 2021 | 16 |
| 2. | 2022 | 15 |
| 3. | 2023 | 19 |
| 4. | 2024 | 22 |
| Total | | 72 |

Sumber: Data PT. Mitra Utama Indotrans, 2024

Dikarenakan sudah menguraikan populasi dalam penelitian ini, maka selanjutnya dapat ditentukan berapa jumlah sampel yang akan digunakan untuk menghimpun data. Sampel ditentukan dengan menggunakan teknik sampling. Penelitian ini menggunakan teknik sampling jenuh atau *total sampling* yang berasal dari *Non-probability sampling* yakni teknik pengambilan sampel yang tidak memberi peluang atau kesempatan sama bagi setiap unsur atau anggota populasi untuk dipilih menjadi sampel (Neuman, 2014). Teknik tersebut menggunakan semua bagian populasi yang sesuai kriteria menjadi sampel dalam penelitian, sehingga dapat dikatakan bahwa sampel dalam penelitian ini adalah 72 perusahaan yang menggunakan jasa PT. Mitra Utama Indotrans. Kuesioner akan diisi oleh salah satu perwakilan perusahaan sampel yakni

karyawan dengan posisi yang berkaitan langsung dengan keputusan untuk memilih Mitra Utama Indotrans sebagai layanan logistik perusahaan sampel seperti manajer rantai logistik, direktur atau kepala gudang.

Peneliti memilih menggunakan seluruh populasi dikarenakan ingin mendapatkan pemahaman yang menyeluruh dan representatif tentang kepuasan pelanggan terhadap layanan PT. Mitra Utama Indotrans. Dengan menggunakan total sampling, peneliti dapat menghindari bias sampling yang mungkin terjadi jika hanya sebagian kecil populasi yang diambil sebagai sampel. Selain itu, penggunaan total sampling juga memungkinkan peneliti untuk menghasilkan generalisasi yang lebih kuat tentang populasi, karena semua anggota populasi memiliki kesempatan untuk diwakili dalam penelitian. Dengan demikian, penggunaan *total sampling* dalam penelitian ini diharapkan dapat menghasilkan hasil yang lebih akurat dan dapat diandalkan.

C. Identifikasi Variabel

Penelitian ini memiliki 4 variabel dimana terdapat 3 variabel bebas atau independen dan 1 variabel terikat atau dependen dengan penjelasan sebagai berikut:

1. Variabel Independen

X_1 = Kualitas Layanan

X_2 = Kepercayaan

X_3 = Persepsi Harga

2. Variabel Dependen

Y = Kepuasan Pelanggan

D. Definisi Operasional Variabel

Definisi operasional merujuk pada suatu pengertian yang memberikan penjelasan mengenai suatu variabel dalam bentuk yang dapat diukur. Penjelasan operasional ini penting untuk menyediakan informasi yang diperlukan dalam mengukur variabel yang sedang diselidiki (Dekanawati et al., 2023). Definisi operasional dalam konteks penelitian ini dapat dirinci sebagai berikut:

Tabel 3. 2 Definisi Operasional Penelitian

| No | Variabel | Definisi Operasional Variabel | Indikator | Definisi Operasional Indikator | Jumlah Instrumen |
|----|---|---|---|--|------------------|
| 1. | Kualitas Layanan (X1) (Sinollah & Masruro, 2019) | Kualitas pelayanan dalam penelitian ini mencakup semua elemen yang mampu memenuhi keinginan dan kebutuhan pelanggan (Sinollah & Masruro, 2019). | Keandalan (<i>Reliability</i>) | merujuk pada kemampuan untuk memberikan layanan sesuai dengan janji yang telah diungkapkan. | 2 |
| | | | Responsifitas (<i>Responsiveness</i>) | mencakup respons dan kesiapan karyawan dalam membantu pelanggan dengan memberikan layanan yang cepat dan tanggap. | 2 |
| | | | Jaminan (<i>Assurance</i>) | melibatkan ketrampilan karyawan dalam memahami produk secara akurat, kualitas keramahan, perhatian, dan kesopanan dalam memberikan layanan, ketrampilan dalam menyampaikan informasi, kemampuan untuk menjamin keamanan penggunaan layanan yang ditawarkan, dan kemampuan untuk membangun kepercayaan pelanggan terhadap perusahaan. | 3 |
| | | | Empati (<i>Empathy</i>) | melibatkan perhatian individual yang diberikan perusahaan kepada pelanggan, seperti kemudahan kontak dengan perusahaan, kemampuan karyawan untuk berkomunikasi dengan pelanggan, dan upaya perusahaan untuk memahami keinginan serta kebutuhan pelanggan. | 3 |
| | | | Fisik (<i>Tangibles</i>) | melibatkan penampilan fasilitas fisik seperti gedung dan ruangan, ketersediaan tempat parkir, kebersihan, kerapian, dan kenyamanan ruangan, kelengkapan peralatan | 3 |

| | | | | | |
|----|---|---|---|--|---|
| | | | | komunikasi, serta penampilan keseluruhan karyawan. | |
| 2. | Kepercayaan (X2) (Kotler & Keller, 2016) | Kepercayaan didefinisikan sebagai seluruh pengetahuan dan kesimpulan yang dibuat oleh pelanggan terhadap suatu objek, atribut, atau manfaatnya. Objek tersebut bisa berupa produk, individu, perusahaan, atau hal lain yang menjadi pusat kepercayaan dan sikap seseorang hingga harapan pelanggan (Kotler & Keller, 2016). | Kesungguhan (<i>Benevolence</i>) | Tingkat kepercayaan seseorang terhadap penjual dalam berperilaku baik terhadap konsumen. | 2 |
| | | | Kemampuan (<i>Ability</i>) | Penilaian terhadap kemampuan penjual dalam meyakinkan pembeli dan memberikan jaminan kepuasan serta keamanan selama bertransaksi. | 2 |
| | | | Integritas (<i>Integrity</i>) | Tingkat keyakinan seseorang terhadap kejujuran penjual dalam menjaga dan memenuhi kesepakatan yang telah dibuat dengan konsumen. | 2 |
| | | | Kesediaan untuk Bergantung (<i>Willingness to Depend</i>) | Tingkat kesiapan konsumen untuk bergantung pada penjual, termasuk penerimaan risiko atau konsekuensi negatif yang mungkin timbul. | 2 |
| 3. | Persepsi Harga (X3) (Kotler & Armstrong, 2018) | Persepsi harga didefinisikan sebagai persepsi suatu layanan yang diberikan dianggap pelanggan mahal, murah, atau standar dapat bervariasi berdasarkan interpretasi pelanggan terhadap harga yang muncul dari pengalaman dan pandangan mereka (Kotler & Armstrong, 2018). | Keterjangkauan harga | Keterjangkauan harga mencakup strategi penetapan harga oleh penjual atau produsen yang selaras dengan kemampuan beli setiap segmen konsumen, sehingga memastikan harga dapat dijangkau oleh berbagai kelompok pembeli. | 2 |
| | | | Kesesuaian harga dengan kualitas produk | Kesesuaian harga dengan kualitas produk melibatkan perencanaan harga oleh penjual atau produsen, yang sejalan dengan kualitas produk yang dapat dinikmati oleh konsumen. | 2 |
| | | | Kemampuan bersaing harga | Daya saing harga mencakup strategi penawaran harga yang berbeda dari penjual atau produsen yang bersaing dengan tawaran yang diberikan oleh produsen lain untuk jenis produk yang serupa. | 2 |
| | | | Pertimbangan harga sebanding dengan manfaat yang diperoleh | Kesesuaian harga dengan manfaat yang dirasakan mencakup penentuan harga yang disesuaikan oleh penjual atau produsen, agar sejalan dengan manfaat yang diperoleh konsumen dari produk yang dibeli. | 2 |
| 4. | Kepuasan Pelanggan (Y) (Tjiptono & Gregorius) | Kepuasan pelanggan dalam penelitian ini didefinisikan sebagai evaluasi pelanggan terhadap produk atau | Kesesuaian Harapan | Tingkat keselarasan antara harapan pelanggan terhadap kinerja produk dengan pengalaman yang mereka rasakan. | 3 |

| | | | | | |
|--|----------------|--|--------------------------------|---|---|
| | Chandra, 2012) | layanan berdasarkan sejauh mana produk atau layanan tersebut memenuhi kebutuhan dan harapan mereka (Tjiptono & Gregorius Chandra, 2012). | Minat untuk Berkunjung Kembali | Kesediaan pelanggan untuk kembali atau melakukan pembelian ulang terkait produk. | 3 |
| | | | Kesediaan Merekomendasikan | Keinginan pelanggan untuk merekomendasikan produk yang telah mereka rasakan kepada teman atau keluarga. | 2 |

Sumber: Olahan Peneliti, 2024

E. Teknik Pengumpulan Data

1. Data Primer

Uma Sekaran mengemukakan bahwa data primer adalah data yang dikumpulkan dari situasi aktual ketika peristiwa terjadi. Untuk memperoleh data tersebut, peneliti menggunakan kuesioner sebagai alat pengumpulan data. Kuesioner dibagikan kepada responden yang dituju (Sekaran, 2014). Kuesioner dalam penelitian ini akan dibagikan peneliti melalui *Google Form* agar tidak mengganggu waktu kerja sampel penelitian dan fleksibel dalam pengerjaannya.

Data primer pada kuesioner dalam penelitian ini menggunakan metode likert 1 hingga 4. Peneliti menggunakan skala likert 1-4 bukan 1-5 dikarenakan berpegang pada pendapat Hadi dalam Hartanto yang menilai bahwa kelemahan instrumen kuesioner skala Likert dengan lima skala adalah data penelitian menjadi banyak yang hilang, sebagaimana dikemukakan bahwa kategori jawaban *Undeciden* mempunyai arti ganda, bisa diartikan belum dapat memutuskan atau memberi jawaban (Hartanto, 2017).

Tabel 3.3 Skala Likert

| Skor | Pernyataan |
|------|---------------------|
| 1 | Sangat Tidak Setuju |
| 2 | Tidak Setuju |
| 3 | Setuju |
| 4 | Sangat Setuju |

Sumber: (Hartanto, 2017)

F. Teknik Pengolahan Data

Menurut Maghfirah sebelum melakukan analisis data, langkah awal yang perlu dilakukan adalah pengolahan data. Proses pengolahan data dalam penelitian ini mencakup tahapan *editing*, *coding* dan tabulasi (Maghfirah, 2021):

1. *Editing*

Editing yang juga disebut pemeriksaan, merupakan langkah pengecekan dan peninjauan ulang terhadap data yang telah terkumpul. Tujuannya adalah untuk menilai kesesuaian dan relevansi data yang telah dikumpulkan, sehingga data tersebut dapat diproses lebih lanjut. Pada tahap *editing*, perhatian diberikan terhadap kelengkapan pengisian kuesioner, keterbacaan tulisan, kecocokan jawaban, dan relevansi jawaban yang telah diberikan.

2. *Coding*

Pemberian kode atau proses pemberian simbol pada jawaban responden merupakan metode untuk mengklasifikasikan respon sesuai jenisnya. Dalam tahap pengkodean, umumnya dilakukan penilaian dan pemberian simbol pada jawaban responden, bertujuan

untuk memfasilitasi pengolahan data lebih efisien.

3. Tabulasi

Tabulasi merupakan langkah berikutnya setelah melakukan pemeriksaan dan memberikan kode pada data. Pada fase ini, data diatur secara terstruktur dalam bentuk tabel untuk memudahkan analisis sesuai dengan tujuan penelitian.

Pada penelitian ini, untuk melakukan pengolahan data, digunakan software analisis statistika, yakni SPSS (*Statistical Package for Social Sciences*) versi 25. Pemilihan SPSS ini dilakukan dengan tujuan membantu peneliti dalam menganalisis dan menghitung data penelitian sesuai dengan teknik analisis data yang telah diajukan.

G. Uji Instrumen

Uji Validitas dan uji reliabilitas adalah suatu uji yang dilakukan untuk melihat kevalidan dan kehandalan dalam suatu instrument yang digunakan untuk mengambil data penelitian. Peneliti akan menggunakan bantuan SPSS versi 25.0 untuk pengujian validitas dan reliabilitas.

1. Uji Validitas

Ketika melakukan sebuah penelitian, uji validitas sangat dibutuhkan untuk mengukur baik atau tidaknya sebuah instrumen yang mengumpulkan data yang nantinya digunakan untuk kebutuhan penelitian. Menurut Sanjaya, uji validitas mengukur seberapa jauh pengukuran yang kita lakukan itu tepat untuk mengukur apa yang hendak diukur. Terdapat tiga ketepatan penilaian dalam uji validitas, yakni dapat dinilai melalui validitas konten, validitas konstruk dan validitas kriteria (Sanjaya, 2015). Pada

penelitian ini, peneliti menggunakan validitas kriteria internal karena peneliti menetapkan instrumennya sendiri sebagai sebuah kriteria penilaian. Ketika menggunakan validitas kriteria, ketepatannya dinilai dengan cara menyandingkan instrumen dengan kriteria yang ada. Adapun rumus yang digunakan dalam penelitian ini adalah rumus product moment dari Karl Pearson dalam Sugiyono dengan penjelasan rumus sebagai berikut (Sugiyono, 2017):

$$r_{xy} = \frac{N (\Sigma XY) - (\Sigma X). (\Sigma Y)}{\sqrt{\{N. \Sigma X^2 - (\Sigma X)^2\}. \{N. \Sigma Y^2 - (\Sigma Y)^2\}}}$$

Keterangan:

- r = r hitung
 X = hasil keseluruhan skor item
 Y = Skor variabel
 N = banyaknya individu pada sampel

Kriteria uji validitas sebagai berikut :

- 1) Jika r hitung > r tabel, maka instrumen penelitian dianggap valid
- 2) Jika r hitung < r tabel, maka instrumen penelitian dianggap tidak valid.

2. Uji Reliabilitas

Reliabilitas adalah indeks yang menunjukkan sejauh mana suatu alat pengukur dapat dipercaya atau diandalkan. Sehingga uji reliabilitas dapat digunakan untuk mengetahui konsistensi alat ukur, apakah alat ukur tetap konsisten jika pengukuran tersebut diulang. Alat ukur dikatakan reliabel jika menghasilkan hasil yang sama meskipun dilakukan pengukuran berkali-kali (Notoatmodjo, 2015). Dari pernyataan ini kita bisa

menarik kesimpulan jika uji reabilitas mengukur variabel yang berasal dari pertanyaan yang digunakan.

Uji ini dilakukan dengan cara membandingkan hasil nilai Cronbach alpha dengan tingkat atau taraf signifikan yang digunakan. Suatu variabel akan reliabel jika Cronbach alpha $> 0,60$ (Kriyantono, 2018). Uji reliabilitas dilakukan dengan membandingkan nilai cronbach's alpha dengan tingkat signifikansi yang digunakan. Peneliti akan menggunakan bantuan SPSS versi 25.0 dalam melakukan uji tersebut. Kriteria pengujian reliabilitas menurut Creswell adalah sebagai berikut (Creswell, 2014):

- 1) Nilai *Cronbach's alpha* $>$ nilai signifikan, maka instrumen tersebut dianggap reliabel.
- 2) Jika nilai *Cronbach's alpha* $<$ pada tingkat yang signifikan, instrumen dianggap tidak dapat diandalkan.

H. Teknik Analisis Data

1. Uji Asumsi Klasik

Pada uji asumsi klasik dalam penelitian ini, peneliti akan melakukan beberapa uji yakni uji normalitas, uji multikolinieritas, uji heteroskedastisitas. Hal ini dikarenakan peneliti akan menguji data untuk menemukan jawaban hipotesis penelitian menggunakan uji analisis regresi berganda.

a. Uji Normalitas

Uji normalitas merupakan salah satu bagian dari uji asumsi klasik yang biasanya dilakukan ketika peneliti melakukan analisis regresi berganda. Menurut Ghazali, uji normalitas berguna untuk menguji

variabel dependen dan independen terdistribusi secara normal atau tidak. Hal ini berlaku pada model regresi. Adapun ciri dari model distribusi yang baik adalah mempunyai distribusi data yang normal atau paling tidak menuju mendekati normal. Normal yang dimaksud adalah distribusi data yang seimbang, tidak berbelok ke kanan ataupun kiri (Ghozali, 2015). Dalam menguji normalitas dalam penelitian ini, peneliti memakai bantuan SPSS versi 25.0. Untuk menarik kesimpulan, cara uji yang peneliti gunakan adalah *Test of Normality Kolmogorov-Smirnov* yang mana dikatakan normal jika nilai signifikansi kurang dari 0,05.

b. Uji Multikolinieritas

Uji multikolinieritas adalah sebuah uji yang digunakan untuk menemukan keberadaan hubungan antar variabel independen atau bebas. Ghozali mengatakan bahwa uji multikolinieritas berfungsi sebagai alat yang dapat melihat apakah terdapat hubungan yang sempurna antar variabel. Adapun Ghozali juga menjelaskan bahwasanya alat ukur dari uji multikolinieritas ini dapat dilihat melalui nilai VIF. Data yang dianggap bisa bebas dari indikasi multikolinieritas adalah data yang memiliki nilai VIF kurang dari 10 (Ghozali, 2015).

c. Uji Heteroskedastisitas

Uji heteroskedastisitas, model regresi diuji. Uji ini berperan dalam menguji tentang apakah suatu model regresi mengalami persamaan sebuah varian pada model yang berbeda atau tidak sama. Jika tetap maka

itu bisa disebut sebagai homokedastitas, namun jika tidak maka disebut heteroskedastisitas (Ghozali, 2015). Pengujian heteroskedastisitas dapat diuji melalui scatterplot pada SPSS.

2. Uji Hipotesis

Setelahnya, jika keseluruhan asumsi klasik dipenuhi, maka peneliti menguji hipotesis data yang dimiliki. Dalam penelitian ini, peneliti menggunakan analisis regresi linier berganda dimana terdapat beberapa uji hipotesis untuk mencari tahu jawaban dari rumusan masalah penelitian ini, yakni Uji T (Uji Parsial), Uji F (Uji Simultan) dan Uji R (Uji Koefisien Determinasi).

a. Uji Analisis Regresi Berganda

Untuk mengetahui persamaan-persamaan antar variabel dalam penelitian ini, peneliti menggunakan rumus analisis regresi berganda yang dapat diketahui dari hasil uji parsial (uji T) melalui SPSS sebagai berikut:

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

Keterangan:

Y = Kepuasan Pelanggan

α = Konstanta

b_1 = Koefisien regresi variabel X_1

X_1 = Kualitas Layanan

b_2 = Koefisien regresi variabel X_2

X_2 = Kepercayaan

b_3 = Koefisien regresi variabel X_3

X3 = Persepsi Harga

b. Uji Parsial (Uji T)

Uji parsial (Uji T) adalah uji yang digunakan untuk melihat dampak atau pengaruh parsial dari setiap variabel, yakni variabel bebas dan terikat (Notoatmodjo, 2015). Uji T dapat dilakukan dengan menggunakan program perangkat lunak SPSS. Dengan persentase taraf kesalahan senilai 5% (0,05) dengan 95% tingkat taraf signifikansi, berikut merupakan standar ketentuan diterima tidaknya hipotesis dalam uji ini.

- 1) H_0 ditolak bila $\text{sig.} > 0,05$ atau $t \text{ hitung} < t \text{ tabel}$
- 2) H_0 diterima bila $\text{sig.} \leq 0,05$ atau $t \text{ hitung} > t \text{ tabel}$

c. Uji Simultan (Uji F)

Pada uji F adalah tahap uji yang dimaksudkan untuk mencari tahu keterkaitan atau pengaruh dari variabel bebas terhadap variabel terikat, hal tersebut dilakukan secara keseluruhan. Untuk mencari tahu besarnya pengaruh yang ditimbulkan, uji hipotesis yang menyeluruh adalah suatu keharusan. Secara garis besar, uji simultan adalah kombinasi dari perhitungan dan analisa tentang variabel bebas terhadap variabel terikat (Sugiyono, 2015). Dengan persentase taraf kesalahan senilai 5% (0,05) dengan 95% tingkat taraf signifikansi, berikut merupakan standar ketentuan diterima tidaknya hipotesis dalam uji ini.

- 1) H_0 ditolak bila $\text{sig.} > 0,05$ atau $f \text{ hitung} < f \text{ tabel}$
- 2) H_0 diterima bila $\text{sig.} \leq 0,05$ atau $f \text{ hitung} > f \text{ tabel}$

d. Uji Koefisien Determinasi (R^2)

Peneliti juga melakukan uji koefisien determinasi atau R^2 yang merupakan suatu analisis yang berguna untuk menelaah tingkatan pengaruh antara variabel bebas dan variabel terikat. Analisis determinasi ini diperlukan untuk mengetahui seberapa besar pengaruh yang terjadi di antara kedua variabel tersebut (Ghozali, 2015).

