

BAB III

METODE PENELITIAN

A. Pendekatan Penelitian

Pendekatan yang diterapkan dalam penelitian ini adalah pendekatan kuantitatif, yakni pendekatan yang bertumpu pada penggunaan data numerik dan teknik analisis statistik. Fatihudin (2020) menyatakan bahwa penelitian kuantitatif adalah penelitian yang menggunakan pendekatan secara objektif, mencakup pengumpulan dan analisis data kuantitatif serta menggunakan metode pengujian statistik. Penelitian kuantitatif mensyaratkan adanya proses pengumpulan data secara terstruktur hingga tahap interpretasi hasil secara sistematis. Selain itu, dalam penarikan kesimpulan, penelitian kuantitatif umumnya didukung oleh penyajian data dalam bentuk visual, seperti gambar, tabel, grafik, maupun bentuk representasi lainnya. Adapun jenis penelitian ini bersifat deskriptif, yaitu metode penelitian yang bertujuan untuk menggambarkan dan menjelaskan kondisi subjek atau fenomena secara apa adanya, tanpa menarik generalisasi untuk populasi secara keseluruhan.

B. Definisi Operasional Variabel

Sugiyono (2017) menjelaskan bahwa definisi operasional variabel merupakan variabel yang menunjukkan karakteristik atau ciri-ciri objek, yang memiliki aktivitas serta variasi tertentu yang ditentukan oleh peneliti dan selanjutnya digunakan sebagai dasar dalam penarikan kesimpulan. Oleh karena itu, berikut ini disajikan kesimpulan serta definisi operasional yang digunakan dalam penelitian ini:

Tabel 3. 1 Definisi Operasional Variabel

No	Variabel	Definisi Operasional Variabel	Indikator	Pernyataan/Instrumen	Sumber
1	Pengalaman Pelanggan (X1)	Pengalaman pelanggan adalah kesan dan respon pelanggan yang muncul selama mereka berinteraksi dengan Aola Cafe Lamongan, baik melalui suasana tempat, pelayanan, menu, maupun aktivitas konsumsi lainnya.	1. <i>Sense</i> (Merasakan) Pengalaman sensorik pelanggan selama berada di Aola Cafe (suasana, pencahayaan, kenyamanan ruang).	1. Suasana Aola Cafe terasa nyaman saat dikunjungi. 2. Pencahayaan di Aola Cafe enak dilihat dan tidak menyilaukan.	(Lubis et al., 2023)
			2. <i>Fell</i> (Perasaan) Tercermin dari emosi positif pelanggan yang muncul akibat pelayanan yang ramah, suasana Cafe yang nyaman, serta pengalaman menikmati produk yang sesuai harapan.	2. Saat berada di Aola Cafe, saya merasa senang dan rileks.	
			3. <i>Think</i> (Pemikiran) Penilaian dan proses berpikir pelanggan terkait konsep, menu, dan pelayanan yang diberikan Aola Café	3. Konsep dan pelayanan Aola Cafe terasa menarik dan sesuai kebutuhan saya.	
			4. <i>Act</i> (Tindakan) Respons perilaku pelanggan yang muncul ketika berada di Aola Cafe seperti aktivitas nongkrong, bekerja, belajar, atau menikmati hiburan di Cafe	4. Aola Cafe cocok sebagai tempat untuk kegiatan berkumpul atau bersantai.	
2.	Keragaman Produk (X2)	Keragaman produk adalah tingkat luasnya variasi menu makanan dan	1. Lebar Produk (<i>Product Mix Width</i>) Lebar produk adalah persepsi pelanggan terhadap banyaknya	1. Aola Cafe menyediakan banyak pilihan menu makanan dan minuman.	(Kotler et al., 2021)

		minuman yang ditawarkan oleh Aola Cafe Lamongan pada pelanggan berdasarkan rasa, jenis, porsi, dan ketersediaannya	lini atau jenis produk yang ditawarkan oleh Aola Cafe Lamongan. 2. Panjang Produk (<i>Product Mix Length</i>) Panjang produk adalah persepsi pelanggan Aola Cafe Lamongan terhadap jumlah item atau menu yang tersedia dalam seluruh lini produk 3. Kedalaman Produk (<i>Product Mix Depth</i>) menunjukkan jumlah variasi yang ditawarkan oleh Aola Cafe Lamongan untuk setiap produk, seperti variasi rasa, ukuran, atau kemasan. 4. Konsistensi Produk (<i>Product Mix Consistency</i>) Konsistensi produk adalah persepsi pelanggan terhadap kesesuaian dan keterkaitan antar produk yang ditawarkan oleh Aola Cafe Lamongan.	2. Aola Cafe memiliki banyak kategori pilihan dalam satu varian menu. 3. produk yang ada pada Aola Cafe Lamongan menawarkan variasi rasa yang banyak dan berbagai ukuran. 4. Produk yang ada pada Aola Cafe Lamongan sesuai dengan apa yang ditawarkan	
3.	Lokasi (X3)	Lokasi adalah tingkat kemudahan pelanggan dalam mengakses Aola Cafe Lamongan berdasarkan jarak, visibilitas, arus lalu lintas, parkir, dan kondisi lingkungan sekitar.	1. Akseibilitas Aola Cafe mudah dan dijangkau dari berbagai arah. 2. Visibilitas Aola Cafe mudah terlihat dari jalan utama Paciran. 3. Kondisi Lalu Lintas Perjalanan menuju Aola Cafe tidak terhambat kemacetan parah.	1. Aola Cafe mudah dijangkau dari lokasi saya. 2. Aola Cafe mudah terlihat dari jalan utama Paciran. 3. Aola Cafe berada di jalur yang tidak terlalu macet.	(Tjiptono & Chandra, 2019)

			4.Lahan Parkir Area parkir cukup untuk motor dan mobil pengunjung.	4. Area parkir Aola Cafe cukup luas dan aman.	
			5.Lingkungan Lingkungan sekitar Aola Cafe aman dan nyaman.	5.Lingkungan sekitar Aola Cafe nyaman dan mendukung aktivitas bersantai.	
			6.Persaingan Sekitar Lokasi Aola Cafe strategis dibandingkan Cafe - Cafe lain di sekitar Paciran.	6. Aola Cafe memiliki lokasi yang lebih strategis dibandingkan Cafe lain di sekitarnya.	
4.	Kepuasan Pelanggan (Y)	Kepuasan pelanggan adalah perasaan senang atau kecewa pelanggan setelah membandingkan harapan dengan pengalaman nyata yang mereka rasakan di Aola Cafe Lamongan.	1. Kepuasan Pelanggan Secara Menyeluruh Pelanggan merasa puas terhadap layanan dan suasana Aola Cafe . 2. Minat Pembelian Ulang Pelanggan berniat kembali membeli menu di Aola Cafe . 3. Kesiediaan Untuk Merekomendasikan Pelanggan bersedia mengajak atau menyarankan orang lain untuk berkunjung.	1.kualitas pelayanan yang diberikan oleh Aola Cafe lamongan sangat memuaskan. 2.pelanggan berniat membeli kembali menu di Aola Cafe . 3. pelanggan bersedia merekomendasikan Aola Cafe kepada teman atau keluarga.	(Tjiptono , 2011)

C. Populasi dan Teknik Sampling

Populasi adalah sebagai wilayah generalisasi yang terdiri atas, obyek/subyek yang mempunyai kuantitas dan karakteristik tertentu. Populasi juga merupakan keseluruhan elemen atau unsur yang akan kita teliti (Fatihudin, 2020). Populasi adalah semua objek atau subjek yang

mempunyai karakteristik dan kualitas tertentu, yang sebelumnya telah ditetapkan oleh peneliti sebagai titik fokus dalam kajian dan analisis. Dalam penelitian ini, populasi yang dijadikan sasaran meliputi seluruh pelanggan yang pernah melakukan pembelian di *Aola Cafe* Lamongan. Jenis populasi yang digunakan termasuk populasi tak terhingga (infinite population), karena jumlah pelanggan di *Aola Cafe* Lamongan tidak dapat diketahui secara pasti oleh peneliti. Berdasarkan pendapat (Sugiyono, 2017) menyatakan bahwasannya Sampel merupakan sebagian elemen dari populasi yang diambil untuk mencerminkan karakteristik populasi secara keseluruhan.

Tabel 3. 2 Penentuan Jumlah Sampel

**TABEL PENENTUAN JUMLAH SAMPEL ISAAC DAN
MICHAEL DARI POPULASI TERTENTU DENGAN TARAF
KESALAHAN 1%, 5%, DAN 10%**

N	s			N	s			N	s		
	1%	5%	10%		1%	5%	10%		1%	5%	10%
10	10	10	10	280	197	155	138	2800	537	310	247
15	15	14	14	290	202	158	140	3000	543	312	248
20	19	19	19	300	207	161	143	3500	558	317	251
25	24	23	23	320	216	167	147	4000	569	320	254
30	29	28	27	340	225	172	151	4500	578	323	255
35	33	32	31	360	234	177	155	5000	586	326	257
40	38	36	35	380	242	182	158	6000	598	329	259
45	42	40	39	400	250	186	162	7000	606	332	261
50	47	44	42	420	257	191	165	8000	613	334	263
55	51	48	46	440	265	195	168	9000	618	335	263
60	55	51	49	460	272	198	171	10000	622	336	263
65	59	55	53	480	279	202	173	15000	635	340	266
70	63	58	56	500	285	205	176	20000	642	342	267
75	67	62	59	550	301	213	182	30000	649	344	268
80	71	65	62	600	315	221	187	40000	653	345	269
85	75	68	65	650	329	227	191	50000	655	346	269
90	79	72	68	700	341	233	195	75000	658	346	270
95	83	75	71	750	352	238	199	100000	659	347	270
100	87	78	73	800	363	243	202	150000	661	347	270
110	94	84	78	850	373	247	205	200000	661	347	270
120	102	89	83	900	382	251	208	250000	662	348	270
130	109	95	88	950	391	255	211	300000	662	348	270
140	116	100	92	1000	399	258	213	350000	662	348	270
150	122	105	97	1100	414	265	217	400000	662	348	270
160	129	110	101	1200	427	270	221	450000	663	348	270
170	135	114	105	1300	440	275	224	500000	663	348	270
180	142	119	108	1400	450	279	227	550000	663	348	270
190	148	123	112	1500	460	283	229	600000	663	348	270
200	154	127	115	1600	469	286	232	650000	663	348	270
210	160	131	118	1700	477	289	234	700000	663	348	270
220	165	135	122	1800	485	292	235	750000	663	348	270
230	171	139	125	1900	492	294	237	800000	663	348	271
240	176	142	127	2000	498	297	238	850000	663	348	271
250	182	146	130	2200	510	301	241	900000	663	348	271
260	187	149	133	2400	520	304	243	950000	663	348	271
270	192	152	135	2600	529	307	245	1000000	663	348	271
								∞	664	349	272

Sumber: Jurnal penetian Isaac dan Michael

Penentuan jumlah sampel dalam penelitian ini menggunakan rumus Isaac dan Michael dengan tingkat kesalahan sebesar 5%. Berdasarkan perhitungan dari populasi sebanyak 350 responden, diperoleh jumlah sampel sebanyak 174 sampel. Jumlah ini dianggap telah memenuhi ukuran minimum sampel yang memadai untuk mewakili populasi dan menghasilkan data yang layak dianalisis secara statistic (Isaac & Michael, 1995).

D. Metode dan Teknik Pengumpulan Data

Metode pengumpulan data merupakan serangkaian prosedur yang dilakukan peneliti untuk memperoleh data yang diperlukan dalam suatu penelitian. Pengumpulan data memegang peranan penting karena kualitas hasil penelitian sangat ditentukan oleh ketepatan data yang diperoleh (Sugiyono, 2017).

Penelitian ini menggunakan data primer. Data primer adalah data yang diperoleh secara langsung dari sumber pertama, yaitu responden yang menjadi objek penelitian, tanpa melalui perantara (Sugiyono, 2017). Dalam penelitian ini, data primer diperoleh melalui penyebaran kuesioner kepada pelanggan Aola Cafe Lamongan.

Kuesioner merupakan seperangkat pertanyaan atau pernyataan tertulis yang disusun berdasarkan indikator setiap variabel penelitian. Penyebaran kuesioner dilakukan secara daring (online) menggunakan Google Form. Tautan (link) atau kode QR kuesioner dititipkan kepada kasir Aola Cafe Lamongan untuk diberikan kepada pelanggan yang

memenuhi kriteria sebagai responden penelitian setelah melakukan transaksi.

Peneliti memberikan apresiasi berupa potongan harga sebesar Rp5.000 kepada setiap pelanggan yang bersedia mengisi kuesioner. Apresiasi tersebut diberikan sebagai bentuk penghargaan atas waktu dan kesediaan responden dalam berpartisipasi pada penelitian ini serta tidak dimaksudkan untuk memengaruhi jawaban yang diberikan..

Seluruh data yang terkumpul kemudian diseleksi sesuai dengan kriteria sampel penelitian. Berdasarkan proses tersebut, diperoleh sebanyak 174 responden yang memenuhi persyaratan dan digunakan sebagai sampel dalam penelitian ini. Data yang telah terkumpul selanjutnya diolah dan dianalisis untuk menjawab tujuan penelitian serta menguji hipotesis yang telah ditetapkan.

E. Teknik Analisa Data

Teknik yang dilakukan dalam penelitian ini yaitu tabulasi hasil jawaban responden pada setiap item yang diajukan sebagai pertanyaan dalam penelitian. Penelitian ini menggunakan teknik analisis data yang menggunakan metode uji asumsi klasik, analisis regresi berganda dan uji hipotesis. Dalam mengolah serta menganalisa data, peneliti memerlukan program statistik, software IBM SPSS Statistic 26 for Windows, Adapun metode analisis data yang diterapkan dalam penelitian ini melibatkan tahapan-tahapan sebagai berikut:

1. Uji Instrumen

Sugiono, (2019) menjelaskan bahwa uji instrumen berperan penting dalam penelitian karena kualitas data yang diperoleh ditentukan oleh kualitas instrumen. Berfungsi untuk mengukur validitas dan reliabilitas pada data. Apabila instrumen yang digunakan dapat dipertanggungjawabkan, maka data yang diperoleh juga dapat dipertanggungjawabkan. Sehingga, diperlukan adanya uji instrumen dalam penelitian ini yang meliputi uji validitas dan uji reliabilitas. Penelitian ini menggunakan instrumen kuisisioner yang disampaikan oleh peneliti kepada responden dengan beberapa pertanyaan untuk memperoleh jawaban yang sebenarnya.

a. Uji Validitas

Uji validitas digunakan untuk mengetahui ketepatan atau kevalidan antara data obyek penelitian yang digunakan oleh peneliti untuk memperoleh data dari para responden. Penelitian ini menggunakan uji validitas *product moment pearson correlation* yang menggunakan prinsip mengkorelasikan antara masing-masing skor item dengan skor total yang diperoleh dari kuisisioner (Sugiono, 2019). Adapun dasar pengambilan keputusan dalam uji validitas *product moment* sebagai berikut:

- 1) Apabila nilai $\text{sig} < 0,05$, maka data kuisisioner dinyatakan valid
- 2) Apabila nilai $\text{sig} > 0,05$, maka data kuisisioner dinyatakan tidak valid

b. Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas digunakan untuk mengetahui tingkat ketetapan atau konsistensi data sehingga data tersebut dapat digunakan untuk mengukur variabel penelitian, meskipun data tersebut telah diolah berulang-ulang maka hasilnya akan tetap sama seperti semula (Ghozali, 2018). Uji reliabilitas dilihat berdasarkan nilai *cronchbach's alpha* dan nilai *composite reliability*. Adapun dasar pengambilan keputusan uji reliabilitas sebagai berikut:

- 1) Apabila nilai *cronchbach's alpha* $> 0,60$ maka data kuisisioner telah dinyatakan reliabel atau konsinten
- 2) Apabila nilai *cronchbach's alpha* $< 0,60$ maka data kuisisioner telah dinyatakan tidak reliabel atau tidak konsisten

2. Uji Asumsi Klasik

Uji asumsi klasik sering kali disebut sebagai uji prasyarat, merupakan serangkaian pengujian awal yang harus dipenuhi sebelum melaksanakan analisis lebih lanjut dalam penelitian, terutama untuk menguji hipotesis yang telah dirumuskan (Sugiyono & Susanto, 2015). Dengan kata lain, uji asumsi klasik adalah prosedur yang dilakukan sebelum penerapan analisis regresi linier berganda yang berfungsi memastikan bahwa data memenuhi syarat sehingga pengujian hipotesis dapat dilakukan secara valid.

Pengujian asumsi klasik dilakukan untuk menjamin bahwa data yang digunakan dalam analisis regresi sesuai dengan ketentuan model

yang berlaku. Dengan terpenuhinya asumsi klasik tersebut, analisis regresi linier berganda yang diterapkan dapat menghasilkan temuan yang valid dan dapat diandalkan. Oleh karena itu, sebelum melaksanakan analisis regresi linier berganda, penting untuk terlebih dahulu menjalankan serangkaian uji asumsi klasik, yang meliputi uji normalitas, uji multikolinearitas, dan uji heteroskedastisitas.

a. Uji Normalitas

Pengujian normalitas dilakukan menggunakan metode Kolmogorov–Smirnov dengan bantuan perangkat lunak IBM SPSS Statistics versi 26. Prosedur ini mempunyai tujuan untuk menilai apakah data yang digunakan berdistribusi mendekati bentuk distribusi normal. Data dianggap memenuhi asumsi normalitas apabila penyebarannya cenderung merata dan mengikuti garis diagonal dalam grafik normal P-Plot, tanpa adanya kecenderungan menceng ke salah satu sisi. Dengan kata lain, apabila sebaran titik-titik data secara keseluruhan berada dekat dan sejajar dengan garis diagonal, maka asumsi normalitas dapat dianggap terpenuhi. Namun, jika sebaran data tersebut menyimpang secara signifikan dari garis diagonal dan menunjukkan pola yang acak, maka model regresi tersebut dinyatakan tidak memenuhi persyaratan normalitas.

b. Uji Heteroskedastisitas

Uji heteroskedastisitas adalah Langkah dalam analisis regresi yang bertujuan untuk mengidentifikasi adanya perbedaan varians

residual di antara pengamatan yang dilakukan. Dengan kata lain, pengujian ini dilaksanakan dengan tujuan untuk mengetahui apakah sebaran galat dalam model regresi bersifat konstan atau mengalami perubahan pada setiap nilai pengamatan, sehingga hasil estimasi model tetap memenuhi asumsi klasik regresi (Ghozali, 2016). Jika variasi residual pengamatan cenderung tetap, maka keadaan ini disebut homoskedastisitas. Sebaliknya, jika terdapat perbedaan dalam variasi residual, maka model dianggap mengalami fenomena heteroskedastisitas. Sebagian dari cara untuk memeriksa adanya heteroskedastisitas adalah dengan mengamati pola sebaran data pada grafik scatterplot.

Apabila ada pola khusus yang teratur dalam distribusi titik-titik data, ini menunjukkan adanya heteroskedastisitas. Sebaliknya, jika titik-titik tersebut tersebar secara acak di atas dan di bawah nilai nol pada sumbu Y tanpa pola yang jelas, maka dapat disimpulkan bahwa tidak ada heteroskedastisitas yang terjadi..

c. Uji Multikolinieritas

Metode pengumpulan data yang diterapkan adalah data primer, yang berarti informasi yang diperoleh secara langsung oleh peneliti. Pengumpulan data dilakukan dengan berbagai metode seperti survei, wawancara, distribusi kuesioner, atau pengamatan terhadap objek penelitian. Dalam penelitian ini, teknik pengumpulan data yang diterapkan adalah kuesioner, yang disebarakan melalui

media online dan offline, dengan fokus kepada pelanggan *Aola Cafe* Lamongan. (Ghozali, 2016). Adapun keberadaan multikolinearitas dalam model regresi dapat diketahui melalui nilai *tolerance* dan VIF. Jika nilai *tolerance* lebih kecil dari 1 (<1) atau nilai VIF lebih besar dari 10, maka model regresi dikategorikan mengalami gejala multikolinearitas.

3. Analisis Regresi Linier Berganda

Penelitian ini mengimplementasikan analisis regresi linier berganda sebagai teknik analisis utama. Metode tersebut diterapkan pada studi yang melibatkan lebih dari satu variabel independen, sehingga dapat mengidentifikasi seberapa besar pengaruh dan hubungan variabel-variabel independen terhadap variabel dependen (Ghozali, 2016). Analisis regresi linier berganda digunakan untuk mengetahui “Pengaruh Kualitas Layanan, Kualitas Produk, Harga Dan Tempat Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada *Labuan Cafe* Brondong Lamongan”. Analisis regresi linier berganda dinyatakan dengan formula sebagai berikut:

$$Y = \alpha + \beta_1 X_1 + \beta_2 X_2 + \beta_3 X_3 + e$$

Keterangan :

Y : Kepuasan Pelanggan

α : Konstanta

$\beta_1, \beta_2, \beta_3$: Koefisien Regresi

X_1 : Pengalaman Produk

X_2 : Keragaman Produk

X_3 : Lokasi

e : Standart Error

4. Uji Koefisien Determinasi (R^2)

Koefisien determinasi (R^2) merupakan ukuran yang digunakan untuk mengetahui seberapa besar kemampuan model regresi dalam menjelaskan variasi variabel dependen melalui variabel independen. Menurut Ghozali (2021), koefisien determinasi pada dasarnya mengukur seberapa jauh kemampuan model dalam menerangkan variasi variabel dependen. Nilai koefisien determinasi berada pada rentang 0 sampai dengan 1. Nilai R^2 yang kecil menunjukkan bahwa kemampuan variabel independen dalam menjelaskan variasi variabel dependen sangat terbatas. Sebaliknya, nilai R^2 yang mendekati angka 1 menunjukkan bahwa variabel independen mampu memberikan hampir seluruh informasi yang dibutuhkan untuk memprediksi variasi variabel dependen.

Pada analisis regresi linear berganda, Ghozali (2021) menyarankan agar interpretasi koefisien determinasi menggunakan nilai *Adjusted R Square* karena nilai tersebut telah disesuaikan dengan jumlah variabel independen yang digunakan dalam model regresi. Oleh karena itu, nilai *Adjusted R Square* dianggap lebih mampu memberikan estimasi yang akurat dibandingkan nilai *R Square*.

Koefisien determinasi digunakan untuk mengetahui besarnya kemampuan variabel Pengalaman Pelanggan (X_1), Keragaman Produk (X_2), dan Lokasi (X_3) dalam menjelaskan variasi Kepuasan Pelanggan (Y) pada *Aola Cafe* Lamongan.

Tabel 3. 3 Pedoman Interpretasi Koefisien Determinasi (R^2)

Nilai Koefisien Determinasi (R^2)	Interpretasi
Mendekati 0	Kemampuan variabel independen dalam menjelaskan variasi variabel dependen sangat terbatas.
Mendekati 1	Variabel independen mampu memberikan hampir seluruh informasi yang dibutuhkan untuk memprediksi variasi variabel dependen.

Sumber: Ghazali (2021).

5. Uji Hipotesis

Dalam menguji hipotesis, peneliti menggunakan analisis regresi Bersama dengan uji t dan uji f sebagai alat bantu. Metode ini bertujuan untuk mengevaluasi seberapa kuat pengaruh variabel independen terhadap variabel dependen, baik secara terpisah maupun secara bersama-sama. Selain itu, tujuan ini juga adalah untuk menilai

sumbangan atau Tingkat signifikansi setiap variabel independen terhadap variabel dependen.

a. Uji t

Uji t dilaksanakan untuk menilai tingkat signifikansi pengaruh masing-masing variabel independen terhadap variabel dependen secara terpisah, dengan taraf signifikansi yang ditetapkan sebesar 0,05 ($\alpha = 5\%$). Tahapan yang ditempuh dalam pengujian hipotesis ini adalah sebagai berikut:

- 1) Membuat hipotesis dalam uraian kalimat dan dalam model *statistic*.
- 2) Menetapkan taraf signifikan 0,05.
- 3) Menetapkan kriteria keputusan.
 - a) H_0 diterima apabila nilai signifikansi (sig) $> 0,05$.
 - b) H_0 ditolak apabila nilai signifikansi (sig) $< 0,05$.
- 4) Membuat keputusan berdasarkan kriteria yang telah ditentukan.

b. Uji f

Uji f merupakan salah satu teknik analisis yang diterapkan untuk menilai apakah variabel-variabel independen secara bersama-sama maupun secara individu berkontribusi signifikan terhadap variabel dependen. Prosedur pengujian F ini dilaksanakan melalui beberapa tahap sebagai berikut:

- 1) Merumuskan hipotesis secara statistik.
- 2) Menentukan tingkat signifikansi (α)

Tingkat signifikan terhadap penelitian ini adalah 5% yang artinya adalah resiko mengambil keputusan adalah 5%.

- 3) Menentukan pengambilan keputusan uji F
 - a) Apabila nilai signifikan uji $F > 0,05$ maka H_0 diterima.
 - b) Apabila nilai signifikan uji $F < 0,05$ maka H_0 ditolak.

