

BAB III

METODE PENELITIAN

3.1 Waktu dan Lokasi Penelitian

3.1.1 Waktu penelitian

Kegiatan penelitian ini dimulai dari tanggal 13 September 2022 - 28 Februari 2023. Dari penelitian ini, peneliti bertujuan untuk mengetahui pengaruh persepsi harga, promosi penjualan dan kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan (Gading Kuning).

3.1.2 Lokasi penelitian

Penelitian ini dilakukan pada perusahaan Gading Kuning yang berada di Jl. Sunan Drajat No. 88 & 90, Kauman, Sidoarjo, Kab. Lamongan.

3.2 Jenis Penelitian

Jenis penelitian menurut Sugiyono (2018) adalah cara ilmiah untuk memperoleh data dengan tujuan dan kegunaan tertentu.

Menurut A Wiratna Sujarweni (2018) Penelitian kuantitatif adalah jenis penelitian yang menghasilkan penemuan-penemuan yang dapat dicapai (diperoleh) dengan menggunakan prosedur-prosedur statistik atau cara lain dari kuantifikasi (pengukuran).

Menurut *Creswell* (2013), metode penelitian kuantitatif merupakan pendekatan untuk menguji teori objektif dengan menguji hubungan antar variabel. Variabel ini, pada gilirannya, dapat diukur dengan menggunakan instrumen, sehingga data jumlah dapat dianalisis dengan menggunakan prosedur *statistic*.

Menurut Aliaga dan Gunderson (2002), metode penelitian kuantitatif adalah penyelidikan masalah sosial, yang menjelaskan fenomena dengan mengumpulkan data numerik yang dianalisis menggunakan metode berbasis matematis misalnya *statistic*

khusus.

Menurut beberapa ahli diatas dapat disimpulkan bahwa penelitian kuantitatif adalah metode penelitian yang berkaitan dengan angka-angka yang dianalisis dengan teknik statistik untuk menganalisa hasilnya.

Jenis penelitian yang dilakukan dalam penelitian ini adalah penelitian asosiatif kausal dengan teknik kuantitatif. Menurut Sugiyono (2016), penelitian asosiatif kausal adalah penelitian yang bertujuan untuk mengetahui hubungan antara dua variabel atau lebih. Dengan penelitian ini maka akan dapat dibangun suatu teori yang berfungsi untuk menjelaskan, meramalkan dan mengontrol suatu gejala. Hubungan kausal merupakan hubungan yang sifatnya sebab-akibat, salah satu variabel (independen) mempengaruhi variabel yang lain (dependen).

Penelitian asosiatif menggunakan teknik analisis kuantitatif atau statistik. Penelitian kuantitatif merupakan salah satu jenis penelitian yang spesifikasinya yang bersifat sistematis, terencana, dan terstruktur dengan jelas sejak awal hingga pembuatan desain penelitiannya. Demikian pula pada tahap kesimpulan penelitian akan lebih baik bila disertai dengan gambar, tabel, grafik, atau tampilan lainnya.

Penelitian ini menggunakan metode kuantitatif dikarenakan data yang akan diolah merupakan data rasio dan yang menjadi fokus dari penelitian ini adalah untuk mengetahui besarnya pengaruh antar variabel yang diteliti.

1.3 Teknik Penarikan Sampel

3.3.1 Populasi

Menurut Sugiyono (2016), populasi adalah generalisasi yang terdiri atas obyek atau subyek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya.

Dari kesimpulan tersebut maka populasi yang diambil dalam penelitian ini

yaitu konsumen pada Gading Kuning Lamongan sebagai berikut.

Tabel 3. 1 Populasi Konsumen Gading Kuning Lamongan

No	Bulan	Jumlah pelanggan
1	Januari	4.825
2	Februari	4.975
3	Maret	4.978
4	April	4.929
5	Mei	2.941
6	Juni	2.811
7	Juli	2.765
8	Agustus	4.353
9	September	3.849
10	Oktober	3.995
11	November	4.938
12	Desember	3.856
13	Total	49.915

Sumber : Gading Kuning Lamongan 2021

Jadi dari data diatas selama penelitian maka populasi pada Gading Kuning Lamongan adalah sebanyak 49.915 pelanggan di Gading Kuning pada tahun 2021.

3.3.2 Sampel

Menurut Sugiyono (2019) sampel adalah bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi tersebut.

Menurut Sugiyono (2015:81) Untuk menentukan ukuran sampel dari populasi maka peneliti ini menggunakan rumus slovin yaitu sebagai berikut :

$$n =$$

$$n = =$$

$$n = = 99,80$$

$$n = 100 \text{ Responden (dibulatkan)}$$

n = Ukuran sampel

N = Ukuran populasi

N_e = % kelonggaran ketidaktelitian karena pengambilan

sampel yang masih di tolelir ($10\% = 0,1$)

Berdasarkan jumlah populasi maka peneliti mengambil jumlah sampel dalam penelitian ini sebanyak 100 orang.

1.4 Metode Pengumpulan Data

3.4.1 Jenis data

1.4.1.1 Data primer

Sugiyono (2018) menyatakan bahwa ini mengacu pada sumber data yang memberikan data langsung kepada pengumpul data. Peneliti di Gading Kuning Lamongan pengumpulan datanya dengan wawancara terhadap supervisor dan melakukan *survey*.

Data primer merupakan data yang didapat lantasi dari subjek penelitian; dalam skenario ini, peneliti menerapkan instrumen yang sudah ditentukan untuk mendapatkan data atau kabar secara lantasi. Isu utama yang dikumpulkan oleh peneliti untuk menjawab pertanyaan penelitian.

1.4.1.2 Data sekunder

Sugiyono (2018) mengklaim bahwa hal ini mengacu pada sumber data yang secara tidak langsung menyampaikan informasi pengumpulan data, seperti melalui orang lain atau dokumen .

Data yang bersifat sekunder telah tersedia dalam berbagai bentuk. Sumber data ini sering kali terdiri dari data statistik atau data yang telah mengalami pemrosesan supaya bisa diaplikasikan. Data sekunder dalam penelitian ini adalah data mengenai kepuasan pelanggan di Gading Kuning Lamongan.

1.4.2 Teknik pengumpulan data

1.4.2.1 Observasi

Menurut Sugiyono (2016), observasi merupakan metode pengumpulan data yang memiliki kualitas yang unik jika dibandingkan dengan metode lainnya. Proses yang kompleks meliputi proses biologis dan psikologis.

Menurut Kriyantono (2008), “metode observasi merupakan kegiatan mengamati secara langsung tanpa mediator sesuatu objek untuk melihat dengan dekat kegiatan yang dilakukan objek tertentu.

Dalam metode ini pengumpulan data dengan melakukan observasi atau pengamatan langsung dilapangan yaitu pada Gading Kuning Lamongan.

1.4.2.2 Wawancara

Menurut Anwar Sanusi (2014), “metode wawancara merupakan tehnik pengumpulan data yang menggunakan pertanyaan secara lisan kepada subjek peneliti”. Wawancara langsung ditunjukkan kepada karyawan. Metode ini digunakan untuk mengetahui tentang harga, promosi dan kualitas pelayanan yang dilakukan pada Gading Kuning Lamongan.

Wawancara dapat dilakukan secara terstruktur maupun tidak terstruktur, melalui tatap muka / telepon, seperti dijelaskan Sugiyono (2017) :

1) Wawancara Terstruktur

Wawancara terstruktur adalah wawancara di mana peneliti telah menyiapkan instrument penelitian berupa pertanyaan tertulis yang jawabannya telah disiapkan (misalnya dalam bentuk pilihan

ganda).

2) Wawancara Tidak Terstruktur

Wawancara tidak terstruktur adalah wawancara bebas di mana peneliti tidak menggunakan pedoman wawancara yang tersusun sistematis dan lengkap untuk pengumpulan datanya. Pedoman wawancara hanya garis besar permasalahan yang akan ditanyakan.

1.4.2.3 Kuesioner

Menurut Sugiyono (2017) Kuesioner adalah strategi pengumpulan data yang dilakukan dengan cara menyampaikan serangkaian pertanyaan atau pernyataan tertulis kepada responden untuk dijawab.

Informasi yang dikumpulkan dalam penelitian ini akan digunakan untuk menjawab isu-isu yang sudah ada, sehingga harus akurat dan benar-benar kredibel.

Akan ada pernyataan yang relevan secara logis dengan masalah penelitian dalam informasi lapangan ini, dan setiap pertanyaan mempunyai jawaban yang akan digunakan untuk menguji hipotesis.

1.4.2.4 Dokumentasi

Menurut Anwar Sanusi (2014), “cara dokumentasi biasanya dilakukan untuk mengumpulkan data sekunder dari berbagai sumber, baik secara pribadi maupun kelembagaan”. Pada metode pengumpulan data ini dengan tehnik pengumpulan data dengan menggunakan cara mencari catatan- catatan atau dokumen-dokumen yang ada dan telah dipublikasi oleh Gading Kuning Lamongan

a. Metode studi pustaka

Menurut Sugiyono (2012), “metode studi pustaka merupakan

kajian teoritis, referensi serta literatur ilmiah lainnya yang berkaitan dengan budaya, nilai dan norma yang berkembang pada situasi sosial yang diteliti". Metode ini dilakukan dengan cara mendapatkan informasi yang berhubungan dengan pokok pembahasan Tugas Akhir ini. Data yang diperoleh dari buku literature yang ada hubungannya dengan Tugas Akhir seperti pada jurusan Ekonomi dan buku- buku perusahaan.

Teknik pengumpulan data dalam penelitian ini adalah berupa kuisisioner yang disebar dan dibagikan ke calon kandidat sampel. Metode pengumpulan data dalam penelitian ini diperoleh dengan melakukan pengukuran terhadap subjek penelitian. Alat ukur yang digunakan dalam penelitian ini adalah berupa skala. Metode skala merupakan suatu metode pengumpulan data yang berisikan suatu daftar pertanyaan yang harus dijawab oleh subjek secara tertulis (Sugiyono, 2006). Skala yang akan digunakan untuk kuisisioner tersebut adalah skala likert, skala likert digunakan untuk mengukur sikap, pendapat dan persepsi seseorang tentang kejadian atau gejala sosial (Riduwan dan Kuncoro, 2011).

Model skala dibuat berdasarkan model skala likert. Item-item yang disusunderdiri dari jenis favourable dan unfavourable. Pernyataan favourable adalah pertanyaan yang mendukung objek yang diukur, sedangkan pernyataan unfavourable adalah pernyataan yang tidak mendukung objek yang diukur. Subjek di minta untuk menjawab dengan memberikan tanda silang (√) pada kolom yang sesuai. Pada setiap kuisisioner peneliti menggunakan 5 jawaban

alternatif pada setiap aitemnya, yaitu Sangat Setuju (SS), Setuju (S), KurangSetuju (KS), Tidak Setuju (TS) dan Sangat Tidak Setuju (STS).

Tabel 3. 2 Instrumen Skala Likert

No.	Keterangan	Bobot
1.	Sangat Setuju (SS)	5
2.	Setuju (S)	4
3.	Kurang Setuju (KS)	3
4.	Tidak Setuju (TS)	2
5.	Sangat Tidak Setuju (STS)	1

Sumber: (Sugiyono, 2016)

Skala Likert adalah skala yang dapat digunakan untuk mengukur sikap, pandangan, dan persepsi seseorang terhadap suatu kejadian, klaim Sugiyono (2016). Variabel penelitian dan fenomenanya sama.

Menurut Gulo (2002), “metode pengumpulan data merupakan aktifitas yang dilakukan guna mendapatkan informasi yang diperlukan dalam rangka mencapai tujuan dari suatu penelitian”. Jika dilihat dari pengertian metode pengumpulan data menurut ahli metode pengumpulan data berupa suatu pernyataan tentang sifat, keadaan, kegiatan tertentu dan sejenisnya.

3.5 Operasional Variable

a. Persepsi harga (X1)

Menurut Fandy Tjiptono (2015) Harga akan menjadi pertimbangan yang cukup penting bagi konsumen dalam memutuskan pembeliannya terhadap sebuah produk. Konsumen akan membandingkan harga dari beberapa produk pilihan mereka kemudian mengevaluasi apakah harga tersebut sesuai atau tidak dengan nilai produk serta jumlah uang yang harus dikeluarkan. Selain itu, konsumen akan menyesuaikan dengan daya belinya. Indikator harga menurut Dewi Safitri (2018)

terdiri dari sebagai berikut:

1. (*Price Acceptance*) / harga produk dapat diterima oleh akal sehat dan memilih harga yang lebih murah.
2. (*Price Evaluation*) / membandingkan harga dengan berbagai merek yang dipasarkan dan membandingkan harga dengan pembelian sebelumnya.
3. (*Perceived Worth*) / harga sesuai kualitas.

b. Promosi (X2)

Menurut Malau (2017), “Promosi penjualan adalah bentuk perpuasi langsung melalui penggunaan berbagai insentif yang dapat diatur untuk merangsang pembelian produk dengan segala dan meningkatkan jumlah barang yang dibeli pelanggan”. Indikator promosi menurut Syah Putra (2020) Sebagai berikut :

1. (Pesan promosi) yaitu standar penilaian baik buruknya suatu pesan yang disampaikan kepada pasar dalam promosi
2. (Media promosi) yaitu sarana yang digunakan oleh perusahaan untuk melangsungkan kegiatan promosi.
3. (Waktu promosi) adalah lamanya waktu yang digunakan pada saat promosi berlangsung.
4. (Frekuensi promosi) adalah jumlah promosi penjualan yang dilakukan dalam suatu waktu.

c. Kualitas pelayanan (X3)

Menurut Abdullah dan Tantri (2019) kualitas layanan adalah keseluruhan ciri dan karakteristik suatu barang atau jasa yang berpengaruh pada kemampuannya untuk memuaskan kebutuhan yang dinyatakan maupun yang tersirat. Kualitas Pelayanan yang diberikan oleh perusahaan untuk dapat memenuhi harapan

konsumennya.

Indikator Menurut Richa Mega Puspita (2018) antara lain :

1. Keandalan (*Reability*)

Kemampuan untuk memberikan pelayanan sesuatu dengan yang telah dijanjikan dengan tepat yang meliputi kesesuaian kinerja dengan harapan pelanggan yang berarti ketepatan waktu, pelayanan yang sama untuk semua pelanggan, sikap simpatik dan akurasi yang tinggi.

2. Kesadaran (*Awareness*)

Kesadaran pegawai dalam membantu konsumen yang membutuhkan bantuan.

3. Perhatian (*Attention*)

Perhatian berupa informasi atau tindakan kepada konsumen agar membuat konsumen nyaman dalam pelayanan.

4. Ketepatan (*Acuracy*)

Ketepatan dalam memberpelayanan kepada konsumen dengan baik.

d. Kepuasan pelanggan (Y)

Menurut Park dalam (Irawan 2021), mengungkapkan kepuasan pelanggan adalah suatu perasaan pelanggan sebagai respon terhadap produk barang atau jasa yang telah dikonsumsi.

Kepuasan menjadi faktor penting penunjang keberhasilan perusahaan, oleh karena itu perusahaan harus mampu mengetahui dan mempelajari kepuasan konsumennya. Indikator kepuasan konsumen menurut Monica (2019) adalah:

1. Barang dan jasa berkualitas.

Produk berkualitas baik dan layanan prima.

2. Relationship marketing upaya.

Menjalin relasi jangka panjang dengan para pelanggan.

3. Program promosiloyalitas

Memberikan semacam penghargaan kepada pelanggan.

3.6 Metode Analisis Data

Pengelompokan data berdasarkan variabel dan jenis responden, memetabolisme data berdasarkan variabel dari seluruh responden, menyajikan data untuk setiap variabel yang diteliti, melakukan perhitungan untuk menjawab rumusan masalah, dan melakukan perhitungan untuk menguji hipotesis yang telah dikemukakan adalah semua bagian dari data analisis (Sugiyono, 2014). Tujuan dari analitik ini merupakan untuk menilai sejauh mana tiap-tiap variabel independen mempunyai pengaruh pada variabel terkait. Rumus yang diterapkan merupakan sebagai berikut:

a. Uji validitas

Menurut Imam Ghozali (2018) menegaskan bahwa uji validitas adalah tes yang digunakan untuk menilai validitas atau reliabilitas suatu angketKuesioner dianggap valid kalau pertanyaan dan kuesionernya benar. Berkaitan dengan hal hal yang demikian, maka pertanyaan validitas instrumen (*survey*) akan mengungkapkan apakah instrumen hal yang demikian kapabel mengevaluasi hal yang diujikan, pada spot mana dia dapat dikatakan valid.

Nilai Y rumus kolerasi yang digunaka adalah:

$$r_{xy} = \frac{n \cdot (\sum XY) - (\sum X) \cdot (\sum Y)}{\sqrt{[(n \cdot \sum X^2 - (\sum X)^2)(n \cdot \sum Y^2 - (\sum Y)^2)]}}$$

dimana:

r_{xy} = Koefisien korelasi antara variabel X

dan Y n = Jumlah responden

$\sum X$ = Jumlah X skor (sekor butir)

ΣY	= Jumlah skor total
ΣXY	= Jumlah skor total dikali dengan skor pertanyaan
ΣX^2	= Jumlah kuadrat skor pertanyaan
ΣY^2	= Jumlah kuadrat skor total

Setelah diketahui dari hasil perhitungan besarnya korelasi, kemudian dibandingkan dengan table r produk moment dengan $\alpha = 10\%$ dengan kriteria sebagai berikut:

1. Jika $r_{hitung} \geq r_{table}$ maka valid
2. Jika $r_{hitung} \leq r_{table}$ maka tidak valid

Penulis menggunakan rumus produk moment karena rumus ini mengkolerasi sejumlah faktor dengan skor total.

a. Uji reliabilitas

Menurut Sugiyono (2017) menyatakan bahwa uji reliabilitas adalah sejauh mana hasil pengukuran dengan menggunakan objek yang sama akan menghasilkan data yang sama. Suatu kuisioner dikatakan reliabel atau handal kalau jawaban seseorang terhadap pernyataan konsisten atau stabil dari waktu ke waktu. Teknik ini digunakan sebagai pengukur reabilitas yaitu dengan rumus Spearman Brown (teknik belah ganjil genap), yang rumusnya sebagai berikut:

$$r_i = \frac{2r_b}{1+r_b}$$

r_i = Realibilitas instrument

r_b = Indeks korelasi produk moment kedua belahan

Setelah diketahui dari hasil perhitungan besarnya korelasi, kemudian dibandingkan dengan table r produk moment dengan $\alpha = 10\%$ dengan kriteria sebagai berikut:

1. Jika $r_{xy \text{ hitung}} \geq r_{table}$, maka reliable

2. Jika r_{xy} hitung $\leq r$ table, maka tidak reliable

Adalah suatu perluas dari teknis regresi apabila terdapat lebih satu variabel bebas untuk mengadakan prediksi terhadap variabel terikat.

b. Analisis regresi linier berganda

Analisis regresi linier berganda merupakan analisis yang bertujuan untuk memprediksi seberapa besar pengaruh antar satu atau dua variabel bebas (independen) terhadap satu variabel terikat (dependen). Dalam penelitian ini persamaan regresi yang digunakan dengan rumus Sugiyono (2016) sebagai berikut:

$$KA = a + b_1 P + b_2 ITG + b_3 K + b_4 IDP + e$$

Keterangan:

KA = Kualitas Audit a = Konstanta

b = Koefisien Regresi

P = Profesionalisme ITG = Integritas

K = Kompetensi IDP = Independensi e = Error

c. Korelasi berganda

Uji ini dilakukan untuk mengetahui bagaimana derajat kekuatan hubungan variabel independen dengan variabel dependen. Menurut Ridwan dan Sunarto (2013) mengemukakan bahwa analisis korelasi berfungsi untuk mencari besarnya hubungan dan kontribusi variabel satu bebas (X) atau lebih secara parsial dengan variabel terikat (Y). Analisis ini bertujuan untuk menentukan suatu besaran yang menyatakan bagaimana kuat hubungan suatu variabel dengan variabel lain yakni

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

variabel X terhadap variabel Y. Rumus untuk mencari koefisien korelasi product

momen adalah sebagai berikut:

Keterangan:

r = Koefisien Korelasi Product Moment

X = Variabel Independen

Y = Variabel Dependen n = Jumlah Sampel

Untuk bentuk atau arah hubungan, nilai koefisien korelasinya dinyatakan dalam positif (+) dan negatif (-) atau $(-1 \leq Kk \leq +1)$ dengan asumsi:

1. Jika koefisien korelasi bernilai positif maka variabel- variabel berkorelasi positif, artinya jika variabel yang satu naik/ turun maka variabel yang lainnya juga naik/ turun. Semakin dekat nilai koefisien korelasi ke +1 semakin kuat korelasi positifnya. Jika koefisien korelasi bernilai negatif maka variabel-variabel berkorelasi negatif, artinya jika variabel yang satu naik/ turun maka variabel lainnya juga naik/ turun. Semakin dekat nilai korelasi ke -1 semakin kuat korelasi negatifnya.
2. Jika koefisien korelasi bernilai (0) nol maka variabel tidak menunjukkan korelasi. Untuk mengetahui suatu pengaruh kuat atau tidaknya maka dapat dilihat pada tabel di bawah ini dimana angka korelasi berkisar antara -1 s/d +1. Semakin mendekati 1 maka korelasi semakin mendekati sempurna.

Interpretasi angka korelasi (Sugiyono, 2014) adalah sebagai berikut:

Tabel 3. 3 Interpretasi angka korelasi

Selang Koefisien Korelasi	Kekuatan Hubungan
0 – 0,199	Sangat Lemah
0,20 – 0,399	Lemah
0,40 – 0,599	Sedang
0,60 – 0,799	Kuat
0,80 – 1,0	Sangat Kuat

Sumber: Sugioyo (2013)

d. Koefisiensi determinasi

Menurut Ghozali (2016), uji koefisien determinasi bertujuan untuk mengukur seberapa jauh. Koefisien determinasi juga disebut koefisien menurut (KP) adalah kuadrat dari nilai koefisien korelasi, artinya perubahan variabel dependen (variabel Y) yang disebabkan variabel independen (variabel X) yakni sebesar kuadrat koefisien korelasi (r^2). dengan rumusan sebagai berikut:

$$KD = r^2 \times 100\%$$

Keterangan:

$$KD = \text{Koefisien Determinasi} \quad r = \text{Koefisien Kolerasi}$$

e. Uji t

Uji-t fundamental, menurut Ghozali (2016), menunjukkan kepentingan relatif dari masing-masing variabel independen dalam menjelaskan variasi variabel dependen. Tingkat signifikansi 0,005 (atau 5 persen) digunakan untuk pengujian.

Dengan menggunakan kriteria, hipotesis diterima atau ditolak:

Dengan kreteria sebagai berikut:

$$t = \frac{r\sqrt{n-2}}{\sqrt{1-r^2}}$$

Jika $t_{hitung} < t_{tabel}$, maka H_0 di terima. Jika $t_{hitung} > t_{tabel}$, maka H_0 di tolak.

Langkah – langkah prosedur uji statistic adalah sebagai berikut:

1. $H_0 : b_1 = 0$, tidak ada pengaruh variable X_i terhadap variable Y.

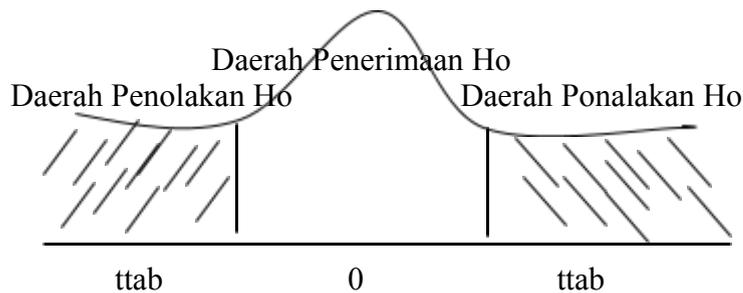
$H_0 : b_1 \neq 0$, terdapat pengaruh variable X_i terhadap variable Y.

2. Menentukan tingkat signifikat (α).

3. Hitung DF atau derajat keabsahan (DK) denga rumus $DF = n - 2$.

4. Pada table student t, cari nilai t table atau nilai t kritis (t_a)
5. Kesimpulan: bandingkan nilai t_h dengan nilai t_a . Bila $t_h > t_a$ maka H_0 ditolak, maka H_a di terima, yaitu terhadap pengaruh variable X_1 terhadap variable Y .
Bila $t_h < t_a$ maka H_0 diterima, H_a ditolak.

Gambar 3. 1 Kurva Daerah Penolakan dan Penerimaan Hipotesis dalam Uji t



f. Uji F

Pengujian ini dilakukan dengan melihat nilai signifikansi F pada output hasil regresi menggunakan SPSS dengan signifikansi level,05 ($\alpha=5\%$). Jika nilai signifikansi lebih besar dari α maka koefisien ditolak, dan jika lebih kecil dari α maka hipotesis diterima. Dengan rumus sebagai berikut:

$$f_h = \frac{R^2(n-k-1)}{k(1-R^2)}$$

Dimana:

R^2 = Koefisien Determinasi

k = jumlah variable independen = jumlah sample

Dengan kriteria sebagai berikut:

Jika $f_{hitung} < f_{tabel}$, maka H_0 di terima. Jika $f_{hitung} > f_{tabel}$, maka H_0 di tolak.

Langkah – langkah prosedur uji statistic adalah sebagai berikut:

1. Rumuskan hipotesis yang mencakup H_0 dan H_a

2. Tentukan tingkat signifikat (α)
3. Hitung DF dengan rumus: $df = n - k - 1$.
4. Cari nilai table F dalam table distribusi F
5. Kesimpulan: Bandingkan nilai F hitung dengan F table.

Bila $F_{hitung} > F_{tabel}$ maka H_0 ditolak dan H_a di terima, sebaliknya jika

$F_{hitung} < F_{tabel}$ maka H_0 diterima dan H_0 di tolak.

