

BAB III

METODE PENELITIAN

3.1. Objek Penelitian

Objek penelitian merupakan suatu permasalahan yang dijadikan sebagai topik penulisan dalam rangka menyusun suatu laporan. Penelitian ini dilakukan untuk memperoleh data-data yang berkaitan dengan objek penelitian tersebut yaitu The Southbank Club.

Didalam penelitian ini, penulis mengemukakan dua variabel yang akan diteliti. Adapun variabel yang akan diteliti didalam penelitian ini adalah:

1. Variabel *Independent* (Variabel Bebas), yaitu variabel yang menjadi sebab terjadinya atau terpengaruhnya variabel *dependent* (variabel tidak bebas). Variabel *independent* (Variabel X1) dalam penelitian ini adalah *Store Atmosphere* dan (variabel X2) Harga.
2. Variabel *dependent* (variabel tidak bebas), yaitu variabel yang dipengaruhi oleh variabel *independent*. Variabel *dependent* (variabel Y) dalam penelitian ini adalah Loyalitas Pelanggan.

Store Atmosphere dan Harga merupakan faktor penyebab, sedangkan Loyalitas Pelanggan faktor akibat. Objek penelitian ini dilakukan pada konsumen yang datang dan melakukan pembelian di The Southbank Club.

3.1.1. Metode Penelitian

Menurut Nazir dalam Hamdi (2014:2) penelitian adalah terjemahan dari kata inggris *research* yang berarti mencari dengan arti sebenarnya adalah mencari kembali. Secara jelasnya penelitian merupakan usaha untuk menemukan, mengembangkan dan melakukan verifikasi terhadap kebenaran suatu peristiwa atau suatu pengetahuan dengan menggunakan metode ilmiah. Menurut Sugiyono (2014:2) metode yang dipilih berhubungan erat dengan prosedur, alat serta desain penelitian yang digunakan. Metode penelitian secara

umum diartikan sebagai cara ilmiah untuk mendapatkan data dengan tujuan dan kegunaan tertentu.

Dalam penelitian ini, penulis menggunakan metode penelitian deskriptif dan verifikatif. Metode Deskriptif menurut Sugiyono (2011:21) mendefinisikan: "Metode deskriptif adalah metode yang digunakan untuk menggambarkan atau menganalisis suatu hasil penelitian tetapi tidak digunakan untuk membuat kesimpulan yang lebih luas."

Tujuan penelitian deskriptif adalah untuk membuat deskripsi, gambaran atau lukisan secara sistematis, faktual dan akurat mengenai fakta-fakta, sifat-sifat atau hubungan antar fenomena yang diselidiki.

Sedangkan metode verifikatif menurut Sugiyono (2012:55) adalah: "Metode verifikatif merupakan penelitian yang bertujuan untuk mengetahui hubungan antara dua variabel atau lebih".

Metode deskriptif dan verifikatif ini digunakan untuk menguji lebih dalam mengenai pengaruh store atmosphere dan harga terhadap loyalitas pelanggan The Soutbank Club.

3.2. Operasionalisasi Variabel

Operasionalisasi variabel diperlukan untuk menentukan jenis, indikator, serta skala dari variabel-variabel yang terkait dalam penelitian, sehingga pengujian hipotesis dengan alat bantu statistik dapat dilakukan secara benar sesuai dengan judul penelitian mengenai pengaruh *Store Atmosphere* dan Harga terhadap Loyalitas Pelanggan, maka variabel-variabel yang terkait dalam penelitian ini adalah:

1. Variabel *Store Atmosphere* sebagai variable independen pertama (X1).
2. Variabel Harga sebagai variable independen kedua (X2).
3. Variabel Loyalitas Pelanggan sebagai variabel dependent (Y).

Untuk lebih jelasnya rincian masing-masing variabel dapat dijelaskan dalam Tabel 3.1 berikut ini:

Tabel 3.1.
Operasionalisasi Variabel

Variabel	Konsep Variabel	Sub Variabel	Indikator	Skala
Store Atmosphere (X1)	Store Atmosphere adalah “merupakan karakteristik fisik toko yang dapat menunjukkan <i>image</i> (kesan) toko dan menarik konsumen” Berman dan Evan (2012:36)	<i>Exterior</i>	- Papan nama - Pintu masuk - Daerah sekitar - Tempat parkir	Ordinal
		<i>Interior</i>	- Pencahayaan - Aroma - Musik - Suhu ruangan - Kebersihan - Tingkat pelayanan	Ordinal
		<i>Store Layout</i>	- Bar - Kasir - Toilet - Dj - Sofa/Table	Ordinal
		<i>Interior Display</i>	- Kemenarikan bangunan - Kelengkapan fasilitas - Kenyamanan	Ordinal
Harga (X2)	Harga merupakan sejumlah uang yang dikeluarkan untuk sebuah produk atau jasa, atau sejumlah nilai yang ditukarkan oleh konsumen untuk memperoleh manfaat atau kepemilikan atau penggunaan atas sebuah produk atau jasa”. Kotler & Amstrong (2016:324)	Keterjangkauan harga	Harga terjangkau oleh daya beli atau kemampuan konsumen	Ordinal

Variabel	Konsep Variabel	Sub Variabel	Indikator	Skala
		Kesesuaian harga dengan kualitas produk	Harga yang ditawarkan sesuai dengan kualitas	Ordinal
		Daya saing harga	Harga yang bisa bersaing dengan pesaing	Ordinal
		Kesesuaian harga	Harga sesuai dengan manfaat yang didapat	Ordinal
Loyalitas pelanggan (Y)	Lebih mengacu pada wujud perilaku dan unit-unit pengambilan keputusan untuk melakukan pembelian secara terus-menerus terhadap barang atau jasa suatu perusahaan yang dipilih Griffin dalam Etan Sopiha (2010:104)	Pembelian ulang	Kontinuitas melakukan pembelian	Ordinal
		Pembelian antar lini produk	Pembelian produk tambahan yang jenisnya berbeda	Ordinal
		Mereferensikan kepada orang lain	Memberikan saran kepada orang lain	Ordinal
		Menunjukkan kekebalan terhadap tarikan pesaing	Tidak tertarik pada produk lain atau menolak produk pesaing	Ordinal

3.3. Sumber Dan Teknik Penentuan Data

Sumber data yang diperlukan dalam penelitian ini dibagi dalam dua jenis, yaitu sebagai berikut

1. Data Primer

Merupakan data yang diperoleh secara langsung dari obyek yang diteliti baik dari pribadi (responden) maupun dari satu instansi yang mengolah data untuk keperluan penelitian, seperti dengan cara melakukan wawancara, kuisisioner secara langsung dengan pihak-pihak yang berhubungan dengan penelitian yang dilakukan.

2. Data Sekunder

Merupakan data yang berfungsi sebagai pelengkap data primer. Data sekunder dapat diperoleh dengan cara membaca, mempelajari, dan memahami melalui media lain yang bersumber dari literatur, buku-buku, serta catatan-catatan kuliah yang menunjang penelitian ini

1. Populasi

Populasi merupakan objek atau subjek yang memenuhi kriteria tertentu yang telah ditentukan oleh peneliti. Menurut Sugiyono (2012:297) tentang pengertian populasi yaitu:

“populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri atas objek atau subjek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulan.”

Pada penelitian ini populasi yang diambil adalah konsumen yang telah membeli dan datang ke The Southbank Club Jl. Sumatera No. 5-7 Bandung pada bulan Juli 2018 yaitu sebanyak 1500 orang.

2. Sampel

Sampel adalah sebagian atau wakil populasi yang diteliti (Arikunto; 2010). Mengenai ukuran sampel menurut Sitepu (1994) dapat ditempuh melalui tiga tahap perhitungan yaitu menentukan perkiraan harga koefisien korelasi (ρ) terkecil antara variabel bebas dengan variabel terikat, menentukan taraf nyata (α) dan kuasa uji ($1 - \beta$), dan menentukan ukuran sampel secara iteratif.

Iterasi pertama:

$$n = \left[\frac{(Z_{1-\alpha} + Z_{1-\beta})^2}{U' \rho^2} \right] + 3 \quad \text{sedangkan} \quad U' \rho = 1/2 \text{Ln} \left[\frac{(1+\rho)}{1-\rho} \right]$$

Dimana $Z_{1-\alpha} + Z_{1-\beta}$ merupakan konstanta yang diperoleh dari distribusi normal.

Iterasi kedua menggunakan rumus:

$$n = \left[\frac{(Z_{1-\alpha} + Z_{1-\beta})^2}{(U' \rho)^2} \right] + 3$$

Keterangan:

$Z_{1-\alpha}$:Konstanta yang diperoleh dari tabel distribusi normal

$Z_{1-\beta}$:Konstanta yang diperoleh dari tabel distribusi normal

Sedangkan,

$$U' \rho = 1/2 \text{Ln} \left[\frac{(1+\rho)}{1-\rho} \right] + \left[\frac{\rho}{2(n-1)} \right]$$

Apabila ukuran sampel minimal iteratif pertama dan kedua harganya sama dengan bilangan satunya maka iterasi berhenti. Apabila belum sama perlu dilakukan iterasi ketiga dengan menggunakan rumus seperti pada iterasi kedua. Mengenai koefisien korelasi terkecil variabel-variabel bebas dari penelitian yang menganalisis dua variabel bebas diperoleh harga 0,32. Dengan dasar pertimbangan tersebut dalam penelitian ini diperkirakan korelasi terkecil dari variabel adalah 0,32 dan taraf nyata yang diinginkan sebesar 5%. Dengan demikian diperoleh harga:

$$\rho = 0,32$$

$$Z_{1-\alpha} = 1,645 \text{ dan } Z_{1-\beta} = 1,645$$

a. Menghitung $U' \rho =$

$$U' \rho = 1/2 \text{Ln} \left[\frac{(1+\rho)}{1-\rho} \right]$$

$$U' \rho = 1/2 \text{Ln} \left[\frac{(1+0.32)}{1-0.32} \right] = 0.3316$$

Maka:

$$n = \left[\frac{(Z_{1-\alpha} + Z_{1-\beta})^2}{U' \rho^2} \right] + 3$$

$$n = \left[\frac{(1.645 + 1.645)^2}{(0.3316)^2} \right] + 3 = 98.41$$

$$n1 = 98$$

b. Menghitung $U'_{\rho} =$

$$U'_{\rho} = 1/2 \text{Ln} \left[\frac{(1+\rho)}{1-\rho} \right] + \left[\frac{\rho}{2(n-1)} \right]$$

$$U'_{\rho} = 1/2 \text{Ln} \left[\frac{(1+0.32)}{1-0.32} \right] + \left[\frac{0.34}{2(98-1)} \right] = 98.41$$

$$n_2 = 98$$

Karena n_1 dan n_2 telah mencapai harga yang sama yaitu 98 maka ukuran sampel dibulatkan sebesar 100 konsumen The Southbank Club.

Metode pengambilan sampel dalam penelitian ini adalah *non probability sampling* dengan menggunakan teknik *convenience sampling*. Sekaran (2010:276) menjelaskan bahwa teknik *convenience sampling* merupakan pengumpulan informasi dari anggota populasi yang dengan senang hati bersedia memberikannya. Teknik ini dipilih oleh penulis karena merupakan cara terbaik untuk memperoleh informasi secara cepat dan efisien.

Untuk menyaring setiap responden dapat dilakukan dengan menggunakan *screening question* yang terdapat pada kuesioner penelitian.

3.4. Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini adalah:

1. Penelitian Lapangan (*Field Research*)

Yaitu penelitian yang dilakukan secara langsung di perusahaan yang menjadi objek penelitian. Data yang diperoleh merupakan data primer yang diperoleh dengan cara:

a. *Observasi* (Pengamatan Langsung), yaitu dengan cara melakukan pengamatan secara langsung dilokasi untuk memperoleh data yang diperlukan.

b. Wawancara, yaitu teknik pengumpulan data dengan memberikan pertanyaan-pertanyaan kepada pihak-pihak yang berkaitan dengan masalah yang di bahas.

c. Angket (*Kuesioner*)

Kuesioner merupakan teknik pengambilan data yang dilakukan dengan cara memberikan seperangkat pertanyaan atau pernyataan tertulis kepada responden untuk menjawab, berupa daftar pertanyaan yang dibuat dengan metode pertanyaan terstruktur (tertutup dan terbuka) kepada 100 responden tentang variabel *store atmosphere*, Harga dan Loyalitas Pelanggan.

1. Uji Validitas

Validitas instrument penelitian berarti instrument tersebut dapat digunakan untuk mengukur apa yang yang mesti diukur. Sementara validitas hasil penelitian merupakan derajat ketepatan antara data yang terjadi pada objek penelitian dengan data yang dapat dilaporkan oleh peneliti. Dengan demikian data yang valid adalah data yang tidak berbeda antara data yang dilaporkan oleh peneliti dengan data yang sesungguhnya yang ada pada objek penelitian (Sugiyono, 2015:123)

Menurut (Sugiyono, 2015:123), uji validitas dilakukan dengan menggunakan teknik korelasi product moment guna menghitung korelasi antara masing-masing pertanyaan dengan skor total. Hal ini dilakukan untuk mengetahui pernyataan-pernyataan mana yang valid dan mana yang tidak valid. Berikut adalah rumus untuk menguji validitas dengan menggunakan teknik korelasi product moment:

$$r = \frac{N(\sum XY) - (\sum X \sum Y)}{\sqrt{\sum X^2 - (\sum X)^2 (N \sum Y^2 - (\sum Y)^2)}}$$

Dimana :

r = Koefisien korelasi product moment

X = Skor masing-masing butir suatu variabel

Y = Skor total seluruh butir dalam suatu variabel

N = Banyaknya subjek/jumlah responden

Langkah dalam menguji validitas dilakukan dengan cara menguji jumlah pertanyaan yang ada dalam kuesioner tersebut, apakah valid dan reliable untuk mengetahui apakah pertanyaan-pertanyaan tersebut dapat mengukur konsep.

Menurut Sugiyono (2015:125) menyatakan bahwa valid berarti instrument tersebut dapat digunakan untuk mengukur apa yang seharusnya diukur. Kuesioner dinyatakan valid jika pertanyaan pada kuesioner mampu untuk mengungkapkan suatu yang akan diukur oleh kuesioner tersebut. Dengan demikian semua item kuesioner yang digunakan untuk mengukur variabel yaitu promosi dan kualitas layanan terhadap loyalitas konsumen.

Proses penyajian dilakukan dengan cara melakukan analisis setiap pertanyaan yang terdapat pada kuesioner untuk tiap dimensi. Kriteria yang terdapat pada kuesioner adalah:

- i. *Jika r hitung $\geq r$ tabel, maka kuesioner tersebut valid*
- ii. *Jika r hitung $\leq r$ tabel maka kuesioner tersebut tidak valid*

2. Uji Reliabilitas

Reliabilitas bertujuan untuk mengetahui sejauh mana hasil pengukuran tetap konsisten apabila pengukuran diulang dua kali atau lebih terhadap gejala yang sama dengan alat pengukur yang sama pula (Siregar, 2012:87). Untuk melihat reliabilitas masing-masing instrumen yang digunakan, peneliti menggunakan koefisien Cronbach Alpha (α) dengan menggunakan SPSS (Statistical Product and Service Solution) versi 2.0 untuk jenis pengukuran interval. Suatu instrumen dikatakan reliabel jika nilai Cronbach Alpha lebih besar dari batasan yang ditentukan yakni 0,6 atau nilai korelasi hasil perhitungan lebih besar dari pada nilai dalam tabel dan dapat digunakan untuk penelitian, yang dirumuskan:

$$a = \frac{k}{k-1} \left(1 - \frac{\sum s_i}{s_t} \right)$$

Keterangan:

a	= Koefisien reliabilitas
k	= Jumlah item pertanyaan yang diuji
$\sum s_i$	= Jumlah varian skor tiap item
s_t	= Varians total

3.5. Rancangan Analisis dan Uji Hipotesis

3.5.1. Rancangan Uji Deskriptif

Penelitian ini memiliki jumlah kategori sebanyak 5, sesuai dengan kategori yang digunakan dalam setiap pernyataan dalam kuesioner. Kelima kategori tersebut diharapkan mampu menggambarkan setiap variabel yang diteliti dalam penelitian ini. Skor tertentu mempunyai rentang dari 1 sampai dengan 5. Skor tersebut mempunyai kegunaan dalam menghitung nilai skor terendah dan tertinggi, ini akan digunakan pada rentang kalsifikasi skor untuk setiap variabel.

Untuk setiap ítem pernyataan, nilai skor terendah adalah 100 dan yang tertinggi adalah sebesar 500. Skor terendah didapat dari perkalian jumlah pernyataan (1 butir pernyataan) dengan skor jawaban terendah (yaitu = 1), kemudian dikalikan dengan total responden (100 orang). Maka akan menghasilkan skor terendah sebesar: $1 \times 1 \times 100 = 100$. Untuk skor tertinggi per ítem pernyataan didapat dari perkalian jumlah pernyataan (1 butir pernyataan) dengan skor jawaban tertinggi (yaitu = 5), kemudian dikalikan dengan total responden (100 orang). Maka akan menghasilkan skor tertinggi sebesar: $1 \times 5 \times 100 = 500$.

Dengan diperolehnya skor minimal dan maksimal tersebut, maka rentang dari setiap ítem pernyataan tersebut bisa dicari dengan menggunakan rumus diatas. Hasil penghitungannya adalah sebagai berikut :

$$\text{Rentang Skor} = \frac{\text{Skor Maksimal} - \text{Skor Minimal}}{\text{Jumlah Kategori}}$$

$$\text{Rentang} = \frac{500 - 100}{5}$$

$$\text{Rentang} = 80$$

Dengan diperolehnya rentang tersebut maka tanggapan responden per item pernyataan dapat diklasifikasikan sebagai berikut :

Tabel 3.2.

Rentang Klasifikasi Skor Per Item Pernyataan

Rentang Skor			Kategori
100	-	180	Sangat Tidak Setuju
181	-	261	Tidak Setuju
262	-	342	Cukup Setuju
343	-	423	Setuju
424	-	500	Sangat Setuju

3.5.2. Rancangan Uji Hipotesis

Analisis yang digunakan dalam penelitian ini adalah analisis jalur. Adapun tahapannya adalah sebagai berikut:

1. Transformasi Data

Pada teknik analisis jalur memerlukan syarat data yang mempunyai tingkat pengukuran sekurang-kurangnya interval, jadi untuk keperluan tersebut data ordinal yang diperoleh dari kuesioner terlebih dahulu di konversi menjadi data interval menggunakan *Methods of Successive Interval* (MSI) dengan langkah-langkah sebagai berikut :

- a. Perhatikan setiap item pernyataan.
- b. Untuk setiap item, hitung frekuensi jawaban (f), berapa responden yang mendapat skor 1,2,3,4, atau 5.

- c. Tentukan proporsi (p) dengan cara membagi frekuensi dengan jumlah responden.
- d. Hitung proporsi kumulatif (p_k).
- e. Cari nilai Z untuk setiap proporsi kumulatif yang diperoleh dengan menggunakan tabel normal.
- f. Tentukan nilai skala (*scale value*) untuk setiap nilai Z dengan rumus:

$$\text{Scale Value} = \frac{(\text{Density at lower limit}) - (\text{Density at upper limit})}{(\text{Area below upper limit}) - (\text{Area below lower limit})}$$
- g. Menyiapkan pasangan data dari variabel independen dan variabel dependen dari semua sampel penelitian untuk pengujian hipotesis.
- h. Menyiapkan pasangan data dari variabel independen dan variabel dependen dari semua sampel penelitian untuk pengujian hipotesis.

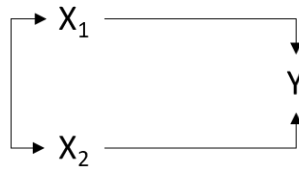
2. Uji Pengaruh

Pengujian hipotesis penelitian dilakukan dengan menggunakan analisis jalur. Alasan menggunakan analisis jalur adalah untuk mengetahui besarnya variabel promosi dan pengetahuan terhadap minat.

Data yang telah diperoleh dari hasil kuesioner, selanjutnya dimasukkan ke dalam program excell. Setelah itu, data tersebut dimasukkan ke dalam program SPSS untuk ditabulasikan. Kemudian dilakukan pengujian hipotesis dengan menggunakan analisis jalur. Menurut (Juanim 2004:23) Untuk efektifitas penggunaan analisis jalur, dalam penelitian ini memenuhi persyaratan asumsi sebagai berikut. Pertama, Hubungan antar variabel dalam model adalah linear dan adaptif. Kedua, Seluruh error (residual) diasumsikan tidak berkorelasi dengan yang lainnya. Ketiga, Variabel diasumsikan dapat diukur secara langsung. Keempat, Model hanya berbentuk rekrusive. Kelima, Variabel – variabel diukur oleh skala interval.

Data yang telah diperoleh dari hasil kuesioner, selanjutnya dimasukkan ke dalam program excell. Setelah itu, data tersebut dimasukkan ke dalam program SPSS untuk ditabulasikan. Kemudian dilakukan pengujian hipotesis dengan

menggunakan analisis jalur. Berikut ini adalah gambar struktur hubungan diantara variable :



Gambar 3.1.
Struktur Hubungan Variabel

Keterangan :

X_1 = Store Atmosphere

X_2 = Harga

Y = Loyalitas Pelanggan

Analisis jalur dalam penelitian ini dilakukan dengan menggunakan program LISREL dengan bantuan program-program komputer lainnya seperti program Excell dan SPSS. Adapun langkah-langkah manual yang dilakukan dalam analisis jalur adalah sebagai berikut (Sitepu; 1995:26) :

- a. Berdasarkan data hasil konversi dihitung koefisien korelasi sederhana antar variabel bebas dengan rumus :

$$r_{yx_i} = \frac{n \sum_{h=1}^n X_i Y - \sum_{h=1}^n X_i \sum_{h=1}^n Y}{\sqrt{\left\{ n \sum_{h=1}^n X_i^2 - \left(\sum_{h=1}^n X_i \right)^2 \right\} \left\{ n \sum_{h=1}^n Y^2 - \left(\sum_{h=1}^n Y \right)^2 \right\}}} \quad i = 1,2,3,4,5$$

- 1) Hitung invers dari matriks korelasi antar sesama variabel bebas.
- 2) Hitung koefisien jalur dengan rumus:

$$P_{yx} = \sum_{i,j=1}^7 CR_{ij} r_{yx_i}$$

Keterangan :

P_{yx_i} : Merupakan koefisien jalur dari variabel X_1 terhadap variabel Y

r_{yx_i} : Korelasi antara variabel Y dengan variabel X_i

CR_{ij} : Unsur elemen pada baris ke-i dan kolom ke-j dari matriks invers korelasi

- 3) Hitung pengaruh secara keseluruhan variabel X_i terhadap Y dengan menggunakan rumus:

$$R^2_{yx_1x_2\dots x_7} = \sum_{i=1}^7 P_{yx_i} r_{yxi}$$

- 4) Hitung koefisien jalur variabel lainnya diluar variabel X_i terhadap Y dengan menggunakan rumus:

$$P_{y\epsilon} = \sqrt{1 - R^2_{yxi}}$$

Setelah koefisien jalur dihitung selanjutnya dilakukan pengujian hipotesis untuk membuktikan apakah variabel independen yang sedang diteliti berpengaruh signifikan terhadap variabel dependen. Dalam rancangan uji hipotesis ini terdapat beberapa hal yang akan diuji. Menurut Juanim (2004 : 63-66), beberapa hal yang harus diuji dan dianalisis tersebut adalah sebagai berikut :

3.5.3. Pengujian Secara Parsial (Uji-t)

Uji t (test significance individual parameter) digunakan untuk menguji pengaruh variabel bebas terhadap variabel terikat secara parsial. Adapun langkah-langkah dalam uji t ini adalah sebagai berikut:

1. Membuat hipotesis, yaitu:

$H_0 : P = 0$: Variabel bebas secara parsial tidak berpengaruh terhadap variabel terikat.

$H_a : P \neq 0$: Variabel bebas secara parsial berpengaruh terhadap variabel terikat.

1. Menetapkan besarnya nilai α (level of significance) yaitu 0,05.
2. Mengambil keputusan dengan ketentuan:
 - a. Jika nilai thitung menurut hasil perhitungan lebih kecil daripada nilai ttabel (thitung < ttabel), maka H_0 diterima dan H_a ditolak.

- b. Jika nilai thitung menurut hasil perhitungan lebih besar daripada nilai ttabel ($t_{hitung} > t_{tabel}$), maka H_0 ditolak dan H_a diterima.

3.5.4. Pengujian Secara Simultan (Uji-f)

Uji f digunakan untuk mengetahui pengaruh variabel bebas terhadap variabel terikat secara simultan.

Adapun langkah-langkah dalam uji f ini adalah sebagai berikut:

1. Membuat hipotesis, yaitu:

H_0 : Variabel bebas secara bersama-sama tidak berpengaruh terhadap variabel terikat.

H_a : Variabel bebas secara bersama-sama berpengaruh terhadap variabel terikat.

2. Menetapkan besarnya nilai α (level of significance) yaitu 0,05.
3. Mengambil keputusan dengan ketentuan:
 - a. Jika nilai fhitung menurut hasil perhitungan lebih kecil daripada nilai ftabel ($f_{hitung} < f_{tabel}$), maka H_0 diterima dan H_a ditolak.
 - b. Jika nilai fhitung menurut hasil perhitungan lebih besar daripada nilai ftabel ($f_{hitung} > f_{tabel}$), maka H_0 ditolak dan H_a diterima.

3.5.5. Koefisien Determinasi (R^2)

Nilai Koefisien determinasi (R^2) menunjukkan persentase pengaruh semua variabel independen terhadap variabel dependen baik secara parsial maupun simultan. Koefisien determinasi dapat dirumuskan sebagai berikut :

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

Keterangan :

KD = Koefisien determinasi

R^2 = Koefisien korelasi yang dikuadratkan

Pedoman bagi interpretasi koefisien determinasi (tingkat pengaruh) menurut Sugiyono (2014 : 249), yaitu :

Tabel 3.3.
Interpretasi Koefisien Determinasi

Nilai Koefisien Determinasi	Tingkat Keeratan
82% – 100%	Pengaruh sangat tinggi/kuat
49% – 81%	Pengaruh Tinggi
17% – 48%	Pengaruh kurang kuat
5% – 16%	Pengaruh rendah tapi pasti
0% – 4%	Pengaruh rendah/lemah sekali

Statistik uji di atas mengikuti distribusi t dengan derajat bebas $n-k-1$ dan kriteria uji yang digunakan adalah “*tolak H^0 jika $t_{hitung} > t_{tabel}$* pada tingkat kepercayaan 1- dan derajat bebas $(n-k-1)$.”