



## BAB III

### METODE PENELITIAN



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang  
© Hak cipta milik IBIKKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)

#### A. Objek Penelitian

Pada penelitian ini yang menjadi objek penelitian adalah *coffee shop* Kata /ko•pi/ di Jakarta Utara. Penelitian dilakukan dengan menyebarkan kuesioner dengan subjek penelitian adalah pelanggan *coffee shop* Kata /ko•pi/ di Jakarta Utara

#### B. Desain Penelitian

Menurut Cooper dan Schindler (2017 : 147), pendekatan yang digunakan dalam metode penelitian ini bias ditinjau dari berbagai perspektif yang berbeda, yaitu:

##### 1. Berdasarkan tingkat penyelesaian pertanyaan penelitian

Penelitian ini termasuk dalam penelitian formal, karena penelitian ini dimulai dengan identifikasi masalah dan dimana tujuan akhirnya adalah untuk menjawab identifikasi masalah tersebut.

##### 2. Berdasarkan metode pengumpulan data

Penelitian ini dilakukan dengan cara *survey*, karena penelitian ini mengajukan pertanyaan kepada subjek dan mengumpulkan jawaban-jawabannya melalui cara-cara personal atau non-personal. Data yang dihasilkan dari data isian yang harus diisi dan diberikan kepada subjek penelitian

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.
2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.



### 3. Berdasarkan kontrol peneliti terhadap variabel

Penelitian ini menggunakan desain *ex-post facto*, dimana penulis mampu memanipulasi variabel-variabel yang ada. Penulis dapat melaporkan apa yang terjadi atau tidak terjadi.

### 4. Berdasarkan tujuan studi

Penelitian ini termasuk dalam studi deskriptif, karena penelitian ini dilakukan untuk memaparkan nilai preferensi merek.

### 5. Berdasarkan dimensi waktu

Penelitian ini menggunakan studi lintas-seksi (*cross-sectional*), yaitu studi yang dilaksanakan satu kali dan mencerminkan “potret” dari suatu keadaan pada suatu saat tertentu.

### 6. Berdasarkan cakupan topik

Penelitian ini menggunakan studi statistik karena penelitian ini diuji secara kuantitatif dengan menggunakan uji statistik.

### 7. Berdasarkan lingkungan penelitian

Penelitian ini tergolong sebagai penelitian lapangan (*field studies*) karena subjek dan obyek penelitian berada dalam lingkungan nyata yang sebenarnya.

### 8. Berdasarkan persepsi partisipan

Dalam penelitian ini persepsi subjek yang diusahakan adalah subjek tidak merasa ada penyimpangan dari rutinitas sehari-hari.

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.
2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.



## C. Variabel Penelitian

### 1. Variabel Dependen dan Variabel Independen

Kualitas produk adalah kemampuan sebuah produk dalam memperagakan fungsinya, hal ini termasuk keseluruhan durabilitas, reliabilitas, ketepatan, kemudahan pengoperasian, dan reparasi produk juga atribut produk lainnya.

Kualitas layanan merupakan sesuatu yang dipersepsikan oleh pelanggan. Pelanggan akan menilai kualitas sebuah layanan yang dirasakan berdasarkan apa yang mereka deskripsikan dalam benak mereka. Pelanggan akan beralih apabila yang lain lebih mampu memahami kebutuhan spesifik pelanggan dan memberikan layanan yang lebih baik.

Kepuasan Pelanggan merupakan bentuk dari perbandingan pelanggan antara kinerja dan ekspektasi. Pelanggan memiliki kebutuhan dan juga keinginan yang berbeda-beda antara satu dengan yang lainnya. Perusahaan perlu mengetahui apa saja yang menjadi kebutuhan dan juga keinginan pelanggan. Setelah perusahaan sudah memenuhi dua aspek selanjutnya yang perlu dilakukan oleh perusahaan adalah melakukan inovasi agar produk yang ditawarkan menjadi lebih baik lagi dan sesuai dengan apa yang menjadi keinginan dan kebutuhan dari pelanggan.

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.



Tabel 3.1 Dimensi dan Indikator dari Kualitas Produk

Variabel	Dimensi	Indikator	Skala
<p><b>Hak cipta milik IBI KKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)</b></p> <p><b>Kualitas Produk</b></p> <p><b>Kotler dan Keller (2016: 393)</b></p> <p><b>Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie</b></p>	1. <i>Form</i> (bentuk)	<ul style="list-style-type: none"> <li>Kata /ko•pi/ memiliki bentuk yang menarik</li> <li>Ukuran yang dimiliki minuman Kata /ko•pi/ sesuai dengan keinginan anda</li> </ul>	Interval
	2. <i>Features</i> (fitur)	<ul style="list-style-type: none"> <li>Kata /ko•pi/ selalu menawarkan pilihan rasa yang banyak</li> <li>Kata /ko•pi/ menawarkan warna produk yang menarik</li> </ul>	Interval
	3. <i>Conformance quality</i> (kesesuaian kualitas)	<ul style="list-style-type: none"> <li>Rasa minuman yang ditawarkan oleh Kata /ko•pi/ sesuai dan tidak berubah</li> <li>Ukuran minuman Kata /ko•pi/ konsisten dan tidak berubah-ubah</li> </ul>	Interval
	4. <i>Durability</i> (ketahanan)	<ul style="list-style-type: none"> <li>Minuman Kata /ko•pi/ dapat bertahan dengan cukup lama</li> <li>Rasa minuman Kata /ko•pi/ dapat bertahan dan tidak berubah bila disimpan lama</li> </ul>	Interval
	5. <i>Reliability</i> (keandalan)	<ul style="list-style-type: none"> <li>Kemasan yang dipakai oleh Kata /ko•pi/ aman untuk dipakai dan ramah lingkungan</li> <li>Ketersediaan variasi rasa minuman Kata /ko•pi/ selalu tersedia</li> </ul>	Interval
	6. <i>Style</i> (gaya)	<ul style="list-style-type: none"> <li>Bentuk minuman Kata /ko•pi/ mempunyai bentuk yang unik</li> <li>Varisai warna Kata /ko•pi/ unik dan beragam</li> </ul>	Interval

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

- a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.
2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.



**Tabel 3.2 Dimensi dan Indikator dari Kualitas Layanan**

Variabel	Dimensi	Indikator	Skala
<b>Hak cipta milik IBI KKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)</b> Kualitas Layanan Kotler dan Keller (2016:442) Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie	1.Keandalan ( <i>Reliability</i> )	<ul style="list-style-type: none"> <li>Karyawan Kata /ko•pi/ melayani konsumen dengan baik</li> <li>Karyawan Kata /ko•pi/ memberikan informasi produk yang akurat</li> </ul>	Interval
	2.Dayatanggap ( <i>Responsiveness</i> )	<ul style="list-style-type: none"> <li>Karyawan Kata /ko•pi/ mampu melayani pesanan dengan cepat</li> <li>Karyawan Kata /ko•pi/ cepat tanggap menghadapi masalah yang diajukan konsumen</li> </ul>	Interval
	3.Jaminan ( <i>Assurance</i> )	<ul style="list-style-type: none"> <li>Karyawan Kata /ko•pi/ melayani konsumen dengan ramah dan sopan</li> <li>Informasi yang diberikan karyawan Kata /ko•pi/ mudah di pahami konsumen</li> </ul>	Interval
	4. Empati ( <i>Empathy</i> )	<ul style="list-style-type: none"> <li>Karyawan Kata /ko•pi/ memberikan pelayanan yang dibutuhkan pelanggan</li> <li>Karyawan Kata /ko•pi/ sudah baik dalam menangani kritik dan saran dari Anda</li> </ul>	
	5.Bukti fisik ( <i>tangible</i> )	<ul style="list-style-type: none"> <li>Ruangan yang disediakan Kata /ko•pi/ dapat memberikan rasa nyaman bagi konsumen</li> <li>Penampilan karyawan Kata /ko•pi/ rapi dan bersih</li> </ul>	

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.



Tabel 3.3 Dimensi dan Indikator dari Kepuasan Pelanggan

Varibel	Dimensi	Indikator	Skala
<b>Keputusan Pelanggan</b> Hak cipta milik IBI KKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie) (2013:99) Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang	1. <i>Serviceability</i>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Anda puas dengan kemudahan penyampaian keluhan kepada Kata /ko•pi/</li> <li>• Anda puas atas kecepatan penanganan keluhan yang anda sampaikan</li> </ul>	Interval
	2. <i>Communication</i>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Anda puas dengan kemampuan karyawan dalam menyampaikan berbagai informasi</li> <li>• Anda puas dengan kemampuan karyawan dalam berkomunikasi secara baik dan menggunakan bahasa yang sesuai</li> </ul>	Interval
	3. <i>Courtesy</i>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Anda puas dengan kesopanan karyawan dari Kata /ko•pi/</li> <li>• Anda puas dengan sikap bersahabat dari karyawan coffeeshop ini</li> </ul>	Interval
	4. <i>Tangibles</i>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Anda puas dengan disain outlet dan interior dari coffeeshop ini</li> <li>• Anda puas dengan penampilan rapi dan menarik dari Karyawan Kata /ko•pi/</li> </ul>	Interval
	5. <i>Understanding Customer</i>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Anda puas dengan kemampuan karyawan dalam menangani kebutuhan Anda</li> <li>• Anda puas dengan kemampuan karyawan dalam menangani keinginan Anda</li> </ul>	Interval

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:  
 a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.  
 b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.  
 2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.



#### D. Teknik Pengambilan Sampel

Penelitian ini menggunakan teknik pengambilan *non probability sampling*.

Pendekatan yang digunakan adalah *judgement sampling*, yaitu teknik pengambilan sampel yang dilakukan dengan memilih satuan sampling atas dasar pertimbangan tertentu.

#### E. Teknik Pengumpulan Data

Data yang dikumpulkan dalam penelitian ini adalah data primer yang merupakan data didapat langsung dari sumber pertama ( subjek penelitian ) melalui komunikasi dengan menggunakan kuesioner yang disebarakan kepada 100 responden yang merupakan pelanggan *coffee shop* Kata /ko•pi/ di Jakarta Utara. Berdasarkan daftar pertanyaan pada kuesioner yang dibuat oleh peneliti, untuk menentukan penilaian skor atas jawaban yang diberikan oleh responden. Peneliti menetapkan nilai masing-masing jawaban yang diperoleh berdasarkan Skala Linkert dengan kriteria :

Tabel 3.4 Skala Linkert

Bobot	Peringkat
1	Sangat Tidak Setuju
2	Tidak Setuju
3	Cukup Setuju
4	Setuju
5	Sangat Setuju



## F. Teknik Analisis Data

### 1. Analisis Deskriptif

#### a. Rata-Rata Hitung (*Mean*)

Rata-rata hitung atau mean dilakukan dengan cara menjumlahkan seluruh nilai data suatu kelompok sampel pada setiap variabel / dimensi / indikator, kemudian dibagi dengan jumlah sampel tersebut.

#### b. Rentang Nilai

Data primer yang telah diperoleh dari kuisisioner selanjutnya dikelompokkan ke dalam rentang skala untuk menentukan posisi nilai skor suatu variabel / dimensi / indikator. Dengan rumus sebagai berikut :

$$Rn = \frac{m - 1}{m}$$

#### Keterangan :

Rn = Rentang Nilai

m = Jumlah kategori

#### Rentang Skala

Tabel 3.5 Rentang Skala

Rentang Skala	Kualitas Produk	Kualitas Layanan	Kepuasan Pelanggan
1,00 - 1,79	Sangat Tidak Baik	Sangat Tidak Baik	Sangat Tidak Puas
1,80 - 2,59	Tidak Baik	Tidak Baik	Tidak Puas
2,60 - 3,39	Cukup	Cukup	Cukup
3,40 - 4,19	Baik	Baik	Puas
4,20 - 5,00	Sangat Baik	Sangat Baik	Sangat Puas



## 2. Uji Validitas

Menurut Ghozali (2016: 52), uji validitas digunakan untuk mengukur sah atau valid tidaknya suatu variabel. Suatu variabel dikatakan valid jika pertanyaan pada kuisioner mampu untuk mengungkapkan sesuatu yang akan diukur oleh kuisioner tersebut. Jadi validitas ingin mengukur apakah pernyataan dalam kuisioner yang sudah dibuat betul-betul dapat mengukur apa yang hendak diukur.

Pengujian validitas dilakukan dengan melalui program *SPSS ver. 24*. Dalam pengambilan keputusan uji validitas ini, peneliti menggunakan rumus Korelasi *Pearson Product Moment* sebagai berikut:

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

### Keterangan :

- r = korelasi
- x = skor tiap pertanyaan
- y = skor total
- n = jumlah responden

## 3. Uji Reliabilitas

Menurut Ghozali (2016: 47), suatu kuisioner dikatakan reliabel atau handal apabila jawaban seseorang terhadap pernyataan konsisten atau stabil dari waktu ke waktu. Uji reliabilitas dapat menggunakan rumus Cronbach's Alpha, sebagai berikut:

$$r_{11} = \left[ \frac{k}{k-1} \right] \left[ \frac{1-\sum s_b^2}{\sum s_t^2} \right]$$

### Keterangan :

- r<sub>11</sub> = reliabilitas internal seluruh instrument

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.
2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.



- k = jumlah
- $\sum s_i^2$  = jumlah varian butir
- $\sum s_i^2$  = varian total

#### 4. Analisis Regresi Ganda

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

##### a. Estimasi Parameter Persamaan Regresi

Model persamaan Regresi yang digunakan dalam penelitian ini adalah

$$Y = \beta_0 + \beta_1 X_1 + \beta_2 X_2 + \varepsilon$$

##### Keterangan :

- Y = Kepuasan Pelanggan
- $\beta_0$  = Konstanta
- $X_1$  = Kualitas Produk
- $X_2$  = Kualitas Layanan
- $\varepsilon$  = Error
- $\beta_1$  dan  $\beta_2$  = Koefisien Regresi

Dalam Analisis Regresi Ganda, terdapat 4 uji asumsi klasik, dan terdapat 2 uji lainnya, yaitu uji F dan uji t.

##### b. Uji Asumsi Klasik

##### Uji Normalitas

Menurut Ghozali (2016: 154), uji normalitas bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi, variabel pengganggu atau residual memiliki distribusi normal. Uji statistik dapat digunakan untuk menguji normalitas residual adalah uji statistik non – parametrik Kolmogorov – Smirnov (K-S)

Uji K-S dilakukan dengan membuat hipotesis:

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.



$H_0$ : data residual berdistribusi normal

$H_a$ : data residual tidak berdistribusi normal

Jika terdapat normalitas, maka residual akan terdistribusi secara normal dan independen. Metode pengambilan keputusan untuk uji normalitas yaitu jika signifikansi  $> 0,05$  maka data residual berdistribusi secara normal. Sebaliknya, bila angka probabilitas  $< 0,05$  maka data residual tidak berdistribusi secara normal.

### Uji Multikolinieritas

Menurut Ghozali (2016: 103), uji multikolinieritas bertujuan untuk menguji apakah model regresi ditemukan adanya korelasi antar variabel bebas (*independent*). Jika variabel *independent* saling berkorelasi, maka variabel – variabel ini tidak ortogonal. Variabel ortogonal adalah variabel *independent* yang nilai korelasi antar sesama variabel *independent* sama dengan nol. Dasar pengambilan keputusannya adalah sebagai berikut:

- a. Jika  $VIF < 10$  dan  $TOL > 0.1$  maka bebas multikolinieritas.
- b. Jika  $VIF > 10$  dan  $TOL < 0.1$  maka terdapat multikolinieritas..

### Uji Heteroskedastisitas

Menurut Ghozali (2016:134), uji heteroskedastisitas bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi terjadi ketidaksamaan *variance* dari residual satu pengamatan ke pengamatan yang lain. Jika *variance* dari residual satu pengamatan ke pengamatan lain tetap, maka disebut homoskedastisitas dan jika berbeda disebut heteroskedastisitas. Model regresi yang baik yaitu jika tidak terjadi heteroskedastisitas.



Untuk menguji terjadi atau tidak terjadinya heteroskedastisitas menggunakan:

$$ABSRES = \beta_0 + \beta_1 X_1 + \beta_2 X_2 + \epsilon$$

Keterangan :

ABSRES = Kepuasan Pelanggan

$\beta_0$  = Konstanta

$X_1$  = Kualitas Produk

$X_2$  = Kualitas Layanan

$\epsilon$  = Error

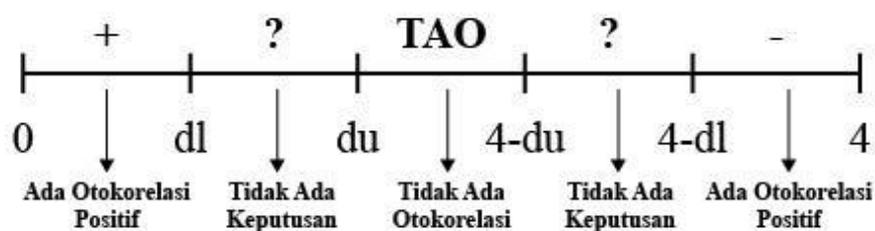
$\beta_1$  dan  $\beta_2$  = Koefisien Regresi

Telah terjadi heteroskedastisitas jika Sig. ( $\beta_1$ ) dan Sig. ( $\beta_2$ ) > 0,05.

### Uji Otokorelasi

Menurut Ghozali (2016:107), uji otokorelasi bertujuan menguji apakah dalam model regresi linear ada korelasi antara kesalahan pengganggu pada periode t dengan kesalahan pengganggu pada periode t-1 (sebelumnya). Jika terjadi korelasi, maka dinamakan ada problem otokorelasi. Otokorelasi muncul karena observasi yang berurutan sepanjang waktu berkaitan satu sama lainnya.

Gambar 3.1 Uji Otokorelasi





**c. Uji Keberartian Model (Uji F)**  
Menurut Ghozali (2016:95), ketepatan fungsi regresi sampel dalam menaksir nilai aktual dapat diukur dari Goodness of Fitnya. Secara statistik setidaknya ini dapat diukur dari nilai koefisien determinasi, nilai statistik F dan nilai statistik t. Perhitungan statistik disebut signifikan secara statistik apabila nilai uji statistiknya berada dalam daerah kritis ( daerah dimana  $H_0$  tolak ). Sebaliknya disebut tidak signifikan bila nilai uji statistiknya berada dalam daerah  $H_0$  diterima.

Hipotesis nol ( $H_0$ ) yang hendak diuji adalah apakah semua parameter dalam model sama dengan nol, atau:

$$H_0: \beta_1 = \beta_2 = 0$$

$$H_a: \text{Paling sedikit ada satu } \beta_i \neq 0$$

(1) Dari tabel Anova diperoleh nilai F hitung dan sig F untuk model regresi.

(2) Bandingkan nilai sig F dengan  $\alpha = 0,05$

- a. Jika nilai Sig. F  $\geq 0,05$  maka model tidak layak untuk digunakan dalam penelitian
- b. Jika nilai Sig. F  $\leq 0,05$  maka model penelitian layak untuk digunakan dalam penelitian.

**d. Uji Hipotesis Penelitian (Uji t)**

Menurut Ghozali (2016:97), uji statistik t pada dasarnya menunjukkan seberapa jauh pengaruh satu variabel penjelas/independen secara individual dalam menerangkan variasi variabel dependen. Hipotesis nol ( $H_0$ ) yang hendak diuji adalah apakah suatu parameter ( $\beta_i$ ) sama dengan nol atau:

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.

$H_0: \beta_i = 0$

Artinya, apakah suatu variabel independen bukan merupakan penjelas yang signifikan terhadap variabel dependen. Hipotesis alternatifnya ( $H_a$ ) parameter suatu variabel lebih besar dari nol atau:

$H_a: \beta_i > 0$

Artinya, variabel independen berpengaruh positif terhadap variabel dependen.

Kriteria pengambilan keputusan adalah sebagai berikut:

(1) Jika nilai Sig < 0,05 maka terima  $H_a$  dan tolak  $H_0$ . Berarti variabel independen berpengaruh positif terhadap variabel dependen.

Jika nilai Sig > 0,05 maka tolak  $H_0$  dan terima  $H_a$ . Berarti variabel independen tidak berpengaruh positif terhadap variabel dependen.