

## **BAB III METODE PENELITIAN**

### **3.1 Desain Penelitian**

Menurut Moleong (2014: 71) desain adalah pedoman atau prosedur serta teknik dalam perncanaan penelitian yang bertujuan untuk membangun strategi yang berguna yang menghasilkan blueprint atau model penelitian. Desain penelitian dapat diartikan sebagai suatu rencana kerja yang terskruktur dalam hal hubungan – hubungan antara variabel. Desain penelitian meliputi proses pengumpulan data penelitian, artinya bahwa ini berarti penelitian meliputi perencanaan dan melakukan penelitian. Untuk rancangan perencanaan diawali dengan observasi dan evaluasi penelitian yang telah dilakukan dan telah dikenal, sampai dibentuknya kerangka diperlukan bukti yang lebih lanjut. Penelitian yang digunakan adalah penelitian yang bersifat kuantitatif, yaitu peneliti berusaha untuk menemukan pengaruh langsung dari variabel bebas, yaitu pengaruh promosi, citra perusahaan dan kualitas pelayanan terhadap keputusan pengambilan pinjaman pada Bank CTBC di Surabaya. Menurut Sugiyono (2012: 7) metode kuantitatif dapat diartikan sebagai metode penelitian yang berlandaskan pada filsafat positivisme, digunakan untuk meneliti pada populasi atau sampel tertentu. Pengumpulan data menggunakan instrumen penelitian, analisis data bersifat kuantitatif dengan tujuan untuk menguji hipotesis yang telah ditetapkan.

### **3.2 Tempat dan Waktu Penelitian**

#### **3.2.1 Tempat Penelitian**

Tempat pelaksanaan penelitian ini dilakukan pada kantor Bank CTBC yang ada di Surabaya, dalam bentuk penyebaran kuisioner yang berisi butir – butir pertanyaan untuk diberi tanggapan oleh para subjek penelitian.

#### **3.2.2 Waktu Penelitian**

Waktu penelitian yang digunakan oleh peneliti dalam penelitian ini yaitu dilaksanakan sejak tanggal dikeluarkannya ijin penelitian dan proses bimbingan yang berlangsung dalam kurun waktu kurang lebih dua bulan.

### **3.3 Jenis dan Sumber Data**

#### **3.3.1 Jenis Data**

Jenis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data primer, yaitu data yang dikumpulkan dan diolah sendiri oleh organisasi atau perorangan langsung dari sumbernya (Supranto, 2000).

#### **3.3.2 Sumber Data**

Karena jenis penelitian yang digunakan adalah kuantitatif, yaitu penelitian yang memuat apa dan kapan suatu kejadian serta siapa yang terlibat dengan menggunakan

data primer, yaitu data yang diperoleh secara langsung dalam hal ini dengan menggunakan survey lapangan, dengan metode pengumpulan lewat pembagian kuisioner kepada 75 nasabah yang mengambil pinjaman pada Bank CTBC di Surabaya.

### 3.4 Populasi dan Sampel

#### 3.4.1 Populasi

Menurut Hartono (2011: 46) populasi dengan karakteristik tertentu ada yang jumlahnya terhingga dan ada yang tidak terhingga. Populasi diartikan sebagai wilayah generalisasi yang terdiri atas objek atau subjek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk di pelajari kemudian dan ditarik kesimpulannya (Sugiyono 2016:115). Jadi populasi dalam penelitian ini adalah keseluruhan nasabah yang melakukan pengambilan pinjaman KTA (Kredit Tanpa Agunan) pada Bank CTBC di Surabaya yang diambil dalam jumlah 75 orang nasabah.

#### 3.4.2 Sampel

Menurut Sugiyono (2001: 56) mengemukakan bahwa sampel adalah sebagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi. Teknik pengambilan sampel yang digunakan dalam penelitian ini adalah *nonprobability sampling*, yang menurut Sugiyono (2009: 85) merupakan teknik untuk pengambilan sampel yang tidak memberi kesempatan atau peluang yang sama bagi setiap anggota populasi atau setiap unsur untuk dipilih menjadi sebuah sampel. Untuk menentukan jumlah sampel menggunakan metode Slovin (Umar, 2005: 108) yaitu sebagai berikut :

$$\eta = \frac{N}{1 + N e^2}$$

Sehingga diketahui jumlah sampelnya adalah 75 responden.

### 3.5 Teknik Pengumpulan Data

Sesuai dengan pengumpulan data yang dibutuhkan untuk mendapatkan data – data yang sesuai dan dibutuhkan dalam penelitian. Data yang dimaksud adalah tentang Promosi, Citra Perusahaan, dan Kualitas Pelayanan terhadap Keputusan Pengambilan Kredit. Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah : teknik kuisioner dan studi kepustakaan.

1. Kuisioner yaitu dengan menyebarkan daftar pertanyaan yang sudah terstruktur kepada responden baik secara langsung maupun tidak langsung. Kuisioner atau angket biasanya berbentuk pertanyaan atau pernyataan yang dapat dijawab sesuai bentuk angket. Apabila angket tertutup cara menjawab cukup dengan membubuhkan check list (√) pada kolom. Sementara itu, apabila angket bersifat terbuka, cara menjawabnya dengan mengisi jawaban pada kolom yang disediakan.

2. Studi Kepustakaan, dalam penelitian ini untuk mendapatkan data secara teoritis dari para ahli melalui sumber bacaan yang berhubungan dan menunjang terhadap penelitian baik dari buku, jurnal dan bacaan lainnya. Yang akan membantu peneliti dalam menyusun dan pengolahan data hingga pembahasan data yang diperoleh.

### **3.6 Definisi Variabel dan Definisi Operasional**

Definisi operasional akan memaparkan definisi pada tiap-tiap variabel dan menjelaskan apa saja yang menjadi indikator dari variabel yang sedang diteliti. Berdasarkan indentifikasi untuk penelitian ini, maka berikut akan dijelaskan yaitu :

#### **3.6.1 Definisi Variabel Penelitian**

Menurut Sugiyono (2017) variabel penelitian adalah segala sesuatu yang berbentuk apa saja yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari sehingga diperoleh informasi tentang hal tersebut, kemudian ditarik kesimpulannya. Penelitian ini memiliki empat variabel, yaitu variabel Promosi (X1), Citra Perusahaan (X2), Kualitas Pelayanan (X3) dan Keputusan Pengambilan Pinjaman (Y). Variabel – variabel tersebut akan dijelaskan sebagai berikut :

Variabel Bebas (Independen), yaitu :

1. Promosi (X1)

Menurut Kotler (2002), promosi merupakan informasi atau persuasi satu arah yang dibuat untuk mengarahkan seseorang atau organisasi kepada tindakan yang menciptakan pertukaran dalam pemasaran. Sedangkan menurut Susanto (2010:89) promosi diartikan sebagai upaya membujuk orang untuk menerima produk, konsep, dan gagasan.

2. Citra Perusahaan (X2)

Menurut (Jasfar, 2005), citra suatu perusahaan yang meliputi nama baik perusahaan, reputasi ataupun keahliannya merupakan faktor yang sering mempengaruhi keputusan. Menurut Setyobudi (2014) *Image* perusahaan dapat menjadi penyaring yang mempengaruhi persepsi konsumen atas pelayanan perusahaan.

3. Kualitas Pelayanan (X3)

Menurut Tjiptono (2013:278) mendefinisikan kualitas pelayanan sebagai tingkat keunggulan yang diharapkan dan pengendalian atas tingkat keunggulan tersebut untuk memenuhi keinginan pelanggan. Kualitas pelayanan merupakan persepsi pelanggan bila pelayanan dipersepsikan baik dan memuaskan jika jasa yang diterima melampaui harapan konsumen, maka kualitas pelayanan dipersepsikan sangat baik dan berkualitas, sebaliknya jika jasa yang diterima lebih rendah daripada yang diharapkan, maka kualitas pelayanan dipersepsikan buruk Swastha (2012 : 318).

Variabel Terikat (Dependen), yaitu :

1. Keputusan Pengambilan Pinjaman (Y)

Keputusan pengambilan kredit merupakan suatu tindakan memilih satu alternatif dari serangkaian alternatif yang ada (Schiffman, Kanuk, 2004). Dari pengertian tersebut dapat dikatakan bahwa keputusan mengambil kredit adalah sebuah tindakan untuk melakukan pilihan dalam pengambilan kredit dari beberapa alternatif pilihan.

### 3.6.2 Definisi Operasional

Menurut Sugiyono (2017:39) definisi dari operasionalisasi variabel adalah suatu atribut seseorang atau obyek, atau kegiatan yang mempunyai variasi tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya. Menurut indentifikasi variabel untuk penelitian ini akan dibahas pada berikut :

1. Promosi (X1)

Menurut Rambat Lupiyoadi (2013: 178) promosi merupakan salah satu variabel dalam bauran pemasaran yang sangat penting dilaksanakan oleh perusahaan dalam memasarkan produk jasa. Terdapat indikator – indikator promosi menurut Kotler dan Keller (2007: 272) yaitu sebagai berikut :

- 1) Frekuensi promosi adalah jumlah penjualan yang dilakukan dalam suatu waktu melalui media promosi penjualan.
- 2) Kualitas promosi adalah tolak ukur seberapa baik promosi penjualan dilakukan.
- 3) Kuantitas promosi adalah nilai atau jumlah promosi penjualan yang diberikan konsumen.
- 4) Waktu promosi adalah lamanya promosi yang dilakukan oleh perusahaan.
- 5) Ketepatan atau kesesuaian sasaran promosi merupakan faktor yang diperlukan untuk mencapai target yang diinginkan perusahaan.

2. Citra Perusahaan (X2)

Menurut Frank Jefkins (2007: 114) citra diartikan sebagai kesan seseorang atau individu tentang sesuatu yang muncul sebagai hasil dari pengetahuan dan pengalamannya. Terdapat empat elemen dalam pengukuran citra perusahaan, yaitu :

- 1) Kepribadian
- 2) Reputasi
- 3) Nilai
- 4) Identitas Perusahaan

3. Kualitas Pelayanan (X3)

Menurut Sembiring, et al (2014) kualitas layanan adalah memberikan kesempurnaan pelayanan yang dilakukan oleh penyedia layanan dalam memenuhi kebutuhan dan keinginan pelanggan serta

ketepatan penyampaiannya untuk mengimbangi harapan pelanggan. Parasuraman, Zeithaml dan Berry (dalam Hardiyansyah, 2011: 46) mengungkapkan bahwa indikator kualitas pelayanan adalah:

- 1) Bukti langsung (*tangibles*) meliputi fasilitas fisik, perlengkapan dan peralatan, penampilan pegawai, dan sarana komunikasi.
  - 2) Keandalan (*reliability*) adalah memberikan pelayanan yang memuaskan.
  - 3) Daya tanggap (*responsiveness*) adalah pelayanan yang cepat dan tanggap.
  - 4) Jaminan (*assurance*) adalah kemampuan untuk melaksanakan tugas sehingga menambah kepercayaan konsumen.
  - 5) Perhatian (*empathy*) adalah perhatian secara individual.
4. Keputusan Pengambilan Pinjaman (Y)

Menurut Schiffman, Kanuk (2004, pada Kuncoro & Adhitya 2010) keputusan nasabah dalam mengambil kredit adalah pemilihan dari dua atau lebih alternatif pilihan keputusan pengambilan kredit, artinya seseorang dalam membuat keputusan harus tersedia alternatif lainnya. Menurut Montra (2011: 42) terdapat indikator yang dapat dipakai untuk mengukur pengambilan keputusan sebagai berikut :

- 1) Persepsi kinerja karyawan.
- 2) Kepuasan kredit yang ditawarkan.
- 3) Penyedia informasi saat diminta.
- 4) Kepercayaan nama dan citra bank.

Menurut Sugiyono (2010:93), skala Likert digunakan untuk mengukur sikap, pendapat seseorang atau sekelompok orang tentang fenomena sosial. Untuk setiap pilihan jawaban diberi skor, maka responden harus menggambarkan, mendukung pernyataan, untuk digunakan jawaban yang dipilih. Dengan skala likert, maka variabel yang akan diukur dijabarkan menjadi indikator variabel. Kemudian indikator dijadikan sebagai titik tolak ukur menyusun item-item instrument yang dapat berupa pertanyaan-pertanyaan. Cara mengukurnya adalah dengan menghadapkan seorang responden dengan sebuah pertanyaan dan kemudian diminta untuk memberikan jawaban : sangat setuju, setuju, kurang setuju, tidak setuju dan sangat tidak setuju. Jawaban ini diberikan skor 1 sampai 5.

**Tabel 3.1**  
**Skala Likert**

Kategori	Keterangan
1	Sangat tidak setuju / sangat rendah
2	Tidak setuju / Rendah
3	Netral / Cukup
4	Setuju / Tinggi
5	Sangat setuju / Sangat tinggi

*Sumber : Sugiyono, (2014: 142)*

Pengukuran penelitian ini adalah dengan menggunakan skala likert.

1. Kategori Sangat Setuju (SS) diberi skor = 5
2. Kategori Setuju (S) diberi skor = 4
3. Kategori Kurang Setuju (S) diberi skor = 3
4. Kategori Tidak Setuju (TS) diberi skor = 2
5. Kategori Sangat Tidak Setuju (STS) diberi skor = 1

### 3.7 Proses Pengolahan Data

Menurut Moh Pabunda Tika (2005: 63-75) sebelum melakukan analisis data, perlu dilakukan pengolahan data terlebih dahulu. Tahap pengolahan data dalam penelitian ini meliputi *editing*, *coding* dan tabulasi.

#### 1. *Editing*

*Editing* atau pemeriksaan adalah pengecekan atau penelitian kembali data yang telah dikumpulkan untuk mengetahui dan menilai kesesuaian dan relevansi data yang dikumpulkan untuk bisa diproses lebih lanjut. Hal yang perlu diperhatikan dalam *editing* ini adalah kelengkapan pengisian kuisisioner, keterbacaan tulisan, kesesuaian jawaban dan relevansi jawaban.

#### 2. *Coding*

*Coding* atau pemberian kode adalah pengklasifikasian jawaban yang diberikan responden sesuai dengan macamnya. Dalam tahap koding biasanya dilakukan pemberian skor dan simbol jawaban responden agar nantinya bisa lebih mempermudah dalam pengolahan data.

#### 3. Tabulasi

Tabulasi merupakan langkah lanjut setelah pemeriksaan dan pemberian kode. Dalam tahap ini data disusun dalam bentuk tabel agar lebih mempermudah dalam menganalisis data sesuai dengan tujuan penelitian. Tabel yang digunakan dalam penelitian ini adalah table frekuensi yang dinyatakan dalam persen.

### 3.8 Metode Analisis Data

#### 3.8.1 Analisis Deskriptif

Menurut Sugiyono (2017:147) mendefinisikan metode deskriptif adalah metode yang digunakan untuk menganalisis data dengan cara mendeskripsikan atau menggambarkan data yang telah terkumpul sebagaimana adanya tanpa bermaksud membuat kesimpulan yang berlaku untuk umum atau generalisasi. Jawaban responden dapat di hitung menggunakan interval dengan rumus sebagai berikut :

$$I = \frac{\text{range}}{K} = \frac{5 - 1}{4} = 1,00$$

**Tabel 3.2**

Kategori Jawaban Responden

Kategori	Interval	Keterangan
1	1 – 1,80	Sangat tidak setuju / sangat rendah
2	1,81 – 2,60	Tidak setuju / Rendah
3	2,61 – 3,40	Netral / Cukup
4	3,41 – 4,20	Setuju / Tinggi
5	4,21 - 5	Sangat setuju / Sangat tinggi

Sumber : Sugiyono, (2014: 142)

#### 3.8.2 Uji Instrumen

##### a) Uji Validitas

Uji validitas, suatu kuesioner dikatakan valid jika pernyataan pada kuesioner mampu untuk mengungkapkan sesuatu yang akan dapat diukur oleh kuesioner tersebut (Ghozali, 2005:56). Kuisisioner dikatakan valid jika pertanyaan pada kuisisioner mampu untuk mengungkapkan sesuatu yang akan diukur oleh kuisisioner tersebut. Karena dalam penelitian ini, peneliti menggunakan skala likert, maka korelasinya menggunakan person product moment. Pengambilan keputusan tersebut sebagai berikut :

- a. Jika nilai  $r$  hitung  $>$   $r$  table, maka item soal kuisisioner tersebut dinyatakan valid
- b. Jika nilai  $r$  hitung  $<$   $r$  table, maka item soal kuisisioner tersebut dinyatakan tidak valid.

Yang akan digunakan alat analisis oleh peneliti adalah SPSS versi 22. Jika peneliti menemukan bahwa terdapat data ada yang tidak valid, maka peneliti akan melakukan pembenahan pada alat instrumen dengan cara menghilangkan atau menghapus butir-butir kuisisioner yang tidak valid, atau dengan memperbaiki struktur kalimat pertanyaannya, apabila sudah memenuhi persyaratan, yaitu data yang valid maka lanjut ke tahap berikutnya.

#### b) Uji Reliabilitas

Uji Reliabilitas, suatu kuesioner dapat dikatakan reliabel atau handal jika jawaban terhadap pertanyaan adalah konsisten atau stabil dari waktu ke waktu (Ghozali, 2006:41). Karena dalam penelitian ini menggunakan skala likert, maka pengujian reliabilitasnya adalah dengan menggunakan uji Cronbach's Alpha. Berikut cara pengambilan keputusan dengan uji Cronbach's Alpha :

- a. Jika nilai Cronbach's Alpha  $> 0,06$  maka kuisisioner dinyatakan reliabel atau konsisten.
- b. Jika nilai Cronbach's Alpha  $< 0,06$  maka kuisisioner dinyatakan tidak reliabel atau tidak konsisten.

Yang akan digunakan alat analisis oleh peneliti adalah SPSS versi 22. Jika peneliti menemukan bahwa terdapat data ada yang tidak valid, maka peneliti akan melakukan pembenahan pada alat instrument dengan cara menghilangkan atau menghapus butir-butir kuisisioner yang tidak valid, atau dengan memperbaiki struktur kalimat pertanyaannya.

#### 3.8.3 Analisis Regresi Linear Berganda

Analisis regresi pada dasarnya adalah studi mengenai pengaruh variabel dependen dengan satu atau lebih variabel independen dengan tujuan untuk mengestimasi dan atau memprediksi rata-rata populasi atau nilai-nilai variabel independen yang diketahui (Ghozali, 2005:92). Dalam penelitian ini, variabel bebasnya terdiri dari Promosi (X1), Citra Perusahaan (X2), dan Kualitas Pelayanan (X3) sedangkan variabel terikatnya yaitu Keputusan Pengambilan Kredit (Y). Dalam penelitian ini yaitu analisis regresi linear berganda sebagai berikut :

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

Keterangan :

Y = Keputusan Pengambilan Kredit (Variabel Terikat )

A = Bilangan Konstanta

b<sub>1</sub>= Koefisien Regresi Variabel Promosi

b<sub>2</sub>= Koefisien Regresi Variabel Citra Perusahaan

b<sub>3</sub>= Koefisien Regresi Variabel Kualitas Pelayanan

X<sub>1</sub> = Promosi

X<sub>2</sub> = Citra Perusahaan

X<sub>3</sub> = Kualitas Pelayanan

e = Faktor Gangguan

#### 3.8.4 Uji Asumsi Klasik

Uji asumsi klasik adalah persyaratan statistik yang harus dipenuhi pada analisis regresi linier berganda yang berbasis *ordinary least square* (OLS). Jadi analisis regresi yang tidak berdasarkan OLS tidak memerlukan persyaratan asumsi klasik. Uji ini perlu dilakukan untuk mengetahui normal tidaknya distribusi data, ada tidaknya multikolinieritas, dan terjadi tidaknya heteroskedastisitas.



a. Uji Multikolinieritas

Menurut Ghozali (2005:91-92) uji multikolinieritas bertujuan untuk menguji apakah model regresi ditemukan adanya korelasi antar variabel bebas (independen). Kriterianya sebagai berikut :

1. Jika nilai VIF  $> 10$ , maka dapat disimpulkan bahwa terjadi masalah multikolinieritas pada model regresi
2. Jika nilai VIF  $< 10$ , maka dapat disimpulkan bahwa tidak terjadi masalah multikolinieritas pada model regresi.

Jika terjadi multikolinieritas yakni korelasi yang tinggi antar variabel independen, ada dua pilihan yaitu membiarkan tetap mengandung multikolinieritas dan akan memperbaiki supaya terbebas dari masalah multikolinieritas. Maka yang dapat kita lakukan mentransformasi variabel ke dalam bentuk rasio Gujarati (2004:368).

b. Uji Heteroskedastisitas

Menurut Ghozali (2005:105), “uji heteroskedastisitas untuk menguji apakah dalam model regresi terjadi ketidaksamaan antar *variance* dari residual antara satu pengamatan ke pengamatan yang lain”. Jika dalam penelitian ini terjadi masalah heteroskedastisitas, solusi yang dapat dilakukan yaitu :

1. Melakukan transformasi data ke bentuk lain seperti : Log atau Ln
2. Mengganti metode pengujian heteroskedastisitas dengan metode yang Lain seperti : uji glejser
3. Mengurangi jumlah data
4. Menambah atau mengganti data atau jumlah sampel.

c. Uji Normalitas

Uji normalitas ini dilakukan untuk melihat apakah dalam model regresi variabel pengganggu atau residual memiliki distribusi normal (Ghozali, 2005:110). Uji ini sangat dibutuhkan sebelum melakukan proses pengolahan data. Dalam praktiknya, uji normalitas dapat dilakukan salah satunya dengan teknik Kolgomorov-smirnov. Langkah-langkah dalam melakukan uji ini adalah sebagai berikut :

1. Merumuskan Hipotesis
  - a.  $H_0$  : Data sampel berasal dari populasi yang berdistribusi normal.
  - b.  $H_1$  : Data sampel berasal dari populasi yang tidak berdistribusi normal.
2. Merumuskan Tingkat Signifikan

Dalam melakukan penelitian ini, peneliti menetapkan untuk menggunakan tingkat signifikansi sebesar 5% (0,05).

3. Menarik Kesimpulan
  - a. Jika nilai sig. (signifikasi)  $> 0,05$ , maka  $H_0$  diterima, yang artinya data tersebut berdistribusi normal.
  - b. Jika nilai sig. (signifikasi)  $< 0,05$ , maka  $H_0$  ditolak, yang artinya data

tersebut tidak berdistribusi normal.

Jadi jika nanti peneliti menemukan bahwa data tidak berdistribusi normal, maka peneliti akan melakukan perbaikan pada alat instrumen, yaitu kuisioner. Apabila sudah menemukan hasil dan memenuhi persyaratan, yaitu data berdistribusi normal, maka lanjut ke tahap selanjutnya.

### **3.9 Teknik Pengujian Hipotesis dan Analisis Data**

#### **3.9.1 Pengujian Hipotesis**

Pengujian hipotesis dilakukan dengan menggunakan :

##### 1. Uji T (Uji Parsial)

Uji parsial atau disebut juga uji t dalam analisis regresi linear berganda bertujuan untuk mengetahui apakah variabel bebas (X) secara parsial (sendiri-sendiri/masing-masing variabel) berpengaruh signifikan terhadap variabel terikat (Y). Berikut langkah-langkah yang harus dilakukan dalam uji t adalah :

##### a. Merumuskan Hipotesis

- $H_1$  : berarti tidak terdapat pengaruh antara variabel independen terhadap variabel dependen secara parsial.
- $H_0$  : Berarti terdapat pengaruh antara variabel independen terhadap variabel dependen secara parsial.

b. Menentukan nilai signifikan ( $\alpha$ ), dalam hal ini peneliti menggunakan nilai signifikan sebesar 5% (0,05).

##### c. Perhitungan nilai t

$$t_{\text{tabel}} = t_{\alpha/2, n-k}$$

keterangan :

t tabel = t sesuai dalam tabel uji t

a = tingkat signifikan

n = jumlah responden

k = jumlah variabel

##### d. Perbandingan t hitung dengan t table sebagai berikut :

- Jika nilai t hitung  $>$  t tabel maka  $H_1$  diterima dan  $H_0$  ditolak, artinya Berpengaruh Signifikan. Bahwa variabel bebas memiliki pengaruh signifikan terhadap variabel terikat.
- Jika nilai t hitung  $<$  t tabel maka  $H_1$  ditolak dan  $H_0$  diterima, artinya tidak berpengaruh signifikan. Bahwa variabel bebas tidak memiliki pengaruh signifikan terhadap variabel terikat.

##### 2. Uji F (Uji Simultan)

Uji F digunakan untuk mengetahui pengaruh variabel bebas secara bersama sama (simultan) terhadap variabel terikat. Signifikan berarti hubungan yang terjadi dapat berlaku untuk populasi. Pada penelitian ini uji F digunakan untuk melihat signifikan pengaruh  $X_1$ ,  $X_2$ ,  $X_3$  secara simultan terhadap variabel Y, dengan

menggunakan tingkat signifikan ( $\alpha$ ) sebesar 0,05. Berikut dasar pengambilan keputusan pada uji F, adalah :

a. Jika probabilitas (signifikansi)  $> 0,05$  ( $\alpha$ ) atau  $F_{hitung} < F_{tabel}$  berarti hipotesis tidak terbukti maka  $H_0$  diterima  $H_a$  ditolak bila dilakukan secara simultan. Artinya, bahwa tidak ada pengaruh secara simultan antara variabel bebas  $X_1$ ,  $X_2$ ,  $X_3$  terhadap variabel terikat  $Y$ .

b. Jika probabilitas (signifikansi)  $< 0,05$  ( $\alpha$ ) atau  $F_{hitung} > F_{tabel}$  berarti hipotesis terbukti maka  $H_0$  ditolak dan  $H_a$  diterima bila dilakukan secara simultan. Artinya bahwa ada pengaruh secara simultan antara variabel bebas  $X_1$ ,  $X_2$ ,  $X_3$  terhadap variabel terikat  $Y$ .

c. Koefisien Determinasi ( $R^2$ )

Analisis ini digunakan untuk mengetahui besarnya pengaruh variabel-variabel bebas terhadap variabel terikat secara simultan.

### **3.9.2 Analisis Data**

Lexy J. Moleong (2000) analisis data adalah proses mengorganisasikan dan mengurutkan data ke dalam pola, kategori, dan satuan uraian dasar sehingga dapat ditemukan tema dan dapat dirumuskan hipotesis kerja, seperti yang disarankan oleh data. Jadi analisis data dalam penelitian ini menggunakan teknik analisis regresi linier berganda. Analisis regresi pada dasarnya adalah studi mengenai ketergantungan variabel dependen dengan satu atau lebih variabel independen dengan tujuan untuk mengestimasi dan atau memprediksi rata-rata populasi atau nilai-nilai variabel independen yang diketahui (Ghozali, 2005:92).

Jika hasil dari analisis menunjukkan signifikan, maka garis regresi dapat diramalkan sebagai hubungan yang kuat antara nilai-nilai variabel bebas dan variabel terikatnya.