BAB III
METODE PENELITIAN

A. Pendekatan Dan Jenis Penelitian

Penelitian ini menjelaskan tentang pengaruh promosi dan kualitas pelayanan terhadap loyalitas pelanggan di *Re-Share* Rabbani Sidoarjo. Dalam penelitian ini metode penelitian yang digunakan adalah metode penelitian kuantitatif. Metode penelitian 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/statistik, dengan tujuan untuk menguji hipotesis yang telah ditetapkan.[55]

Jenis penelitian yang dilakukan peneliti menggunakan jenis penelitian assosiatif. Penelitian assosiatif merupakan penelitian yang bertujuan untuk mengetahui hubugan antara dua variabel atau lebih.[56] Jadi disini ada variabel indipenden (variabel yang mempengraruhi) dan dependen (dipengaruhi). Ada tiga variabel dalam penelitian ini, yaitu dua variabel bebas (promosi dan kualitas pelayanan) dan satu variabel terikat yaitu loyalitas pelanggan.

B. Lokasi Penelitian

Penelitian ini dilaksanakan di *Re-Share* Rabbani Sidoarjo yang berlokasi di Jalan Yos Sudarso No 2A. Lokasi penelitian tersebut mudah dijangkau oleh peneliti, sehingga pelaksanaan penelitian berjalan dengan lancar.

---

[55] Sugiyono, 2012, *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif Dan R&D,* Alfabeta, Bandung, Hal 8

[56] Syofian Siregar, 2015, *Metode Penelitian Kuantitatif ; dilengkapi perbandingan perhitungan manual & spss, edisi pertama* Kencana, Jakarta, Hal. 7

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

C. Populasi, Sampel dan Teknik Sampling

1. Populasi

Menurut Arikunto, Populasi adalah keseluruhan subjek penelitian.[57] Dalam suatu penelitian kuantitatif, hal yang pertama kali dilakukan adalah penentuan populasi. Menentukan populasi merupakan keharusan dan persyaratan yang harus dipenuhi atau dengan kata lain apabila populasi sudah ditentukan maka baru dapat dilakukan penelitian. Sehingga variabel yang akan diteliti dan diukur menjadi jelas dan valid jumlahnya. Dengan demikian memudahkan dan melancarkan pelaksanaan penelitian. Adapun populasi yang dimaksudkan dalam penelitian ini adalah pelanggan *Re-Share* Rabbani Sidoarjo. Populasi yang ada di *Re-Share* Rabbani Sidoarjo adalah 363. Populasi didapat dari rata-rata penjualan tiga bulan terakhir, yaitu selama bulan Februari, Maret, dan April 2016.

2. Sampel

Sampel adalah bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi tersebut. Bila populasi besar, dan peneliti tidak mungkin mempelajari semua yang ada pada populasi, untuk itu sampel yang diambil harus benar-benar representatif (mewakili).[58] Jadi, sampel merupakan sebagian atau wakil populasi yang diteliti. Sampel yang diambil bagian dari populasi itu sendiri sehingga tidak semua pelanggan melainkan sebagiannya saja untuk diambil sampel. Pada penelitian ini jumlah populasi ada 363, oleh

---

[57] Suharsimi Arikunto, 2010, *prosedur penelitian ; suatu pendekatan prakti,*. Rineka Jakarta, Cipta, Jakarta, Hal. 173.

[58] Sugiyono, 2012, *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif Dan R&D,* Alfabeta, Bandung, Hal 81

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

karena itu untuk menentukan ukuran sampel penelitian dari populasi tersebut dapat menggunakan rumus Solvin sebagai berikut:[59]

$$n = \frac{N}{1 + Ne^2}$$

Dimana:

n = Sampel

N = populasi

e = perkiraan tingkat kesalahan

Populasi dalam penelitian ini adalah 363, dan tingkat kesalahan yang akan digunakan adalah 10% atau 0.1

$$n = \frac{N}{1 + Ne^2}$$

$$n = \frac{363}{1 + 363.(0.1)^2}$$

$$n = \frac{363}{1 + 363.0.01}$$

$$n = \frac{363}{1 + 3{,}63}$$

$$n = \frac{363}{4{,}63} = 78{,}40$$

Berdasarkan perhitungan yang diperoleh di atas maka ukuran sampel yang diteliti adalah 78 responden. Jadi dalam pelaksanakan penelitian menggunakan 78 pelanggan *Re-Share* Rabbani Sidoarjo yang menjadi responden dalam penelitian ini.

[59] Syofian Siregar, 2015, *Metode Penelitian Kuantitatif ; dilengkapi perbandingan perhitungan manual & spss, edisi pertama*, Kencana,. Jakarta, Hal 34

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

3. Teknik *Sampling*

Teknik *Sampling* dalam penelitian ini menggunakan *non-probability sampling* dengan teknik *sampling* insidentil. Maksud dari *non probability sampling* adalah teknik pengambilan sampel yang tidak memberi peluang /kesempatan sama bagi setiap unsur atau anggota populasi untuk dipilih menjadi sampel. *Sampling* insedintal adalah teknik penentuan sampel berdasarkan kebetulan, yaitu siapa saja yang secara kebetulan/insidental bertemu dengan peneliti dapat digunakan sebagai sampel, bila dipandang orang yang kebetulan ditemui itu cocok sebagai sumber data.[60] Peneliti mengambil sampel di *Re-Share* Rabbani Sidoarjo dengan cara siapa saja pelanggan yang datang untuk membeli produk Rabbani dengan kriteria yang telah ditentukan peneliti.

D. Variabel dan Indikator Penelitian

1. Variabel

Variabel adalah adalah segala sesuatu yang berbentuk apa saja yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari sehingga diperoleh informasi tentang hal tersebut, kemudian ditarik kesimpulannya.[61] Jenis variabel yang akan digunakan dalam penelitian ini adalah variabel indipenden atau bebas dan variabel dependen atau terikat. Variabel dalam penelitian ini terdiri dari tiga macam variabel, yaitu satu variabel terikat dan dua variabel bebas.

---

[60] Sugiyono, 2015, *Statistika Untuk Penelitian*, Bandung, Alfabeta, Hal 67
[61] Sugiyono, 2015, *Statistika Untuk Penelitian*, Bandung, Alfabeta,Hal 3

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

a. Variabel bebas (variabel independen) merupakan variabel yang mempengaruhi variabel lain atau menghasilkan akibat pada variabel yang lain, yang pada umumnya berada dalam urutan tata waktu yang terjadi lebih dulu. Keberadaan variabel ini dalam penelitian kuantitatif merupakan variabel yang menjelaskan terjadinya fokus atau topik penelitian. variabel bebas dalam penelitian ini adalah promosi dan kualitas pelayanan

b. Variabel terikat (variabel dependen) merupakan variabel yang diakibatkan / dipengaruhi oleh variabel bebas. Keberadaan variabel dalam penelitian kuantitatif adalah sebagai variabel yang dijelaskan dalam fokus atau topik penelitian.[62] Variabel terikat dalam penelitian ini adalah loyalitas pelanggan.

2. Indikator

Indikator dari variabel pada penelitian ini dengan judul "Pengaruh Promosi dan Kualitas Pelayanan terhadap Loyalitas Pelanggan" yang dipakai diidentifikasi sebagai berikut:

Tabel 3.1 : Variabel dan Indikator Promosi, Kualitas Layanan, dan Loyalitas Pelanggan

No	Variabel	Indikator	Sub Indikator
1	Promosi (X1)	1. Iklan	a. Penemuan informasi tentang produk/perusahaan dari berbagai media mudah.
			b. Design media yang digunakan menarik
			c. Informasi yang disampaikan dalam berbagai media jelas

[62] Nanang Martono, 2010, *Statistik Sosial Teori Dan Aplikasi Program Spss,* Gaya Media, Yogyakarta,Hal. 22-23

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

			d. Pesan yang terkandung dalam berbagai media dapat dipercaya.
			e. Menggunakan dukungan selebriti dalam iklan[63]
		2. Promosi Penjualan[64]	a. Diskon
			b. Lembar Informasi/brosur
			c. Pajangan produk di etalase
			d. Penempatan papan/plang/spanduk
		3. *Personal Selling*[65]	a. Penampilan wiraniaga baik
			b. Wiraniaga menguasai informasi perusahaan
			c. Kemampuan wiraniaga dalam menjelaskan produk bagi pelanggan memuaskan
			d. Wiraniaga dapat mengidentifikasi konsumen baru atau konsumen lama dengan baik
2.	Kualitas Pelayanan (X2)	1. Bukti fisik *(Tangibility)*	a. Tempat Parkir
			b. Penempatan ruang dan kebersihan
			c. Penampilan karyawan
			d. Mendapatkan struk belanja
			e. Uang kembalian sesuai dengan struk belanja
		2. Tanggap *(Responsivines)*	a. Memberikan pelayanan kepada pelanggan
			b. Menanggapi masalah/keluhan pelanggan
			c. Memberikan informasi yang dibutuhkan
			d. Menjawab pertanyaan pelanggan
			e. Merespon permintaan pelanggan
		3. Kehandalan *(Realibility)*	a. Melayani pelanggan dengan akurat
			b. Melayani pelanggan dengan baik
			c. Melayani pelanggan dengan benarr dan tanpa kesalahan
			d. Melayani pelanggan dengan segera

[63] Fajar Laksana, 2008, Manajamen Pemasaran: Pendekatan Praktis, Graha Ilmu, Yogyakarta, Hal. 146

[64] Rambat Lupiyoadi, 2014, *Manajemen Pemasaran Jasa; berbasis kompetensi,* Salemba Empat, Jakarta, hal 180

[65] Philip Kotler & Gery Armstrong, 2008, *prinsip-Prinsip Pemasaran*, Penerbit Erlangga. Jakarta, Hal 116

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

		4. Empati (*Empathy*) [66]	a. Memahami keinginan pelanggan
			b. Memahami kebutuhan pelanggan
			c. Melayani pelanggan dengan bersikap ramah dan sopan
			d. Melayani pelanggan dengan bersikap ramah dan bersahabat
3.	Loyalitas Pelanggan (Y)	1. Membeli antar lini produk	a. Membeli produk selain dari produk utama
		2. Merekomendasi-kan kepada orang lain	a. Mereferensikan kepada orang lain
			b. Menceritakan kepada orang lain tentang kualitas produk
			c. Mencaritakan kepada orang lain tentang harga
			d. Melakukan promosi kepada orang lain (mulut ke mulut)a
		3. Pembelian ulang	a. Berniat melakukan pembelian
			b. Membeli produk lebih dari dua kali
			c. Membeli produk lagi dengan model yang berbeda
			d. Membeli produk ditempat yang sama
		4. Menunjukkan kekebalan terhadap pesaing[67]	a. Tidak mudah terpenggaruh produk lain
			b. Selalu memilih produk yang sama
			c. Enggan berpindah ke produk lain
			d. Membeli produk yang sama
			e. Terus menggunakan produk

E. Tahap-Tahap Penelitian

Tahap ini merupakan tahapan saat melakukan penelitian lapangan dengan langkahnya adalah sebagai berikut :

1. Tahap Pra lapangan

   a. Menyusun Perancangan Penelitian

   Dalam menyusun rancangan peneliti terlebih dahulu membuat permasalahan yang akan dijadikan objek penelitian. Sebelum

[66] Dimensi kualitas pelayanan yang diungkap oleh Parasuraman dalam Rambat Lupiyoadi, 2014, *Manajemen Pemasaran Jasa; berbasis kompetensi*, Jakarta, Salemba Empat, hal 216. Lihat juga Fandy Tjiptono, 2011, *Pemasaran Jasa*, Malang, Banyumedia Publishing, hal 347

[67] Jill Griffin, 2005, Customer Loyalty, Menumbuhkan Dan Mempertahankan Kesetiaan Pelanggan, Erlangga. Jakarta, Hal 31

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

melaksanakan penelitian dari pembuatan matriks untuk pengajuan judul hingga menyusun proposal skripsi.

b. Memilih lapangan Penelitian

Sebelum peneliti mencari dan menetapkan lapangan sasaran, peneliti mempertimbangkan kesesuaian, kenyataan yang berada dilapangan dengan merencanakan penelitian. Dalam hal ini peneliti mengambil penelitian di *Re-Share* Rabbani Sidoarjo. Sebelum menentukan objek secara pasti, peneliti terlebih dahulu menggali informasi yang ada di objek penelitian tersebut hingga menemukan masalah yang ada dan menetapkannya sebagai objek penelitian.

c. Menentukan populasi dan sampel

Pada tahap ini peneliti menentukan siapa saja yang dijadikan populasinya.

2. Tahap Lapangan

a. Memahami latar belakang penelitian dan persiapan diri,

Untuk meneliti pekerjaan lapangan, peneliti harus memahami latar belakang penelitian terlebih dahulu, disamping itu peneliti mempersiapkan diri, baik persiapan fisik maupun persiapan mental sehingga pelaksanaan penelitian berjalan baik dan tidak ada kendala apapun.

b. Memasuki lapangan

Untuk tahap lapangan ini peneliti melakukan penelitian ke lapangan untuk mencari data dan informasi yang diperlukan dalam penelitian

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

ini yang berkaitan dengan masalah yang berkaitan apa yang dijadikan fokus penelitian.

c. Berperan serta sambil mengumpulkan data

Pada tahap ini, peneliti mengumpulkan dan menyusun hasil-hasil atau fakta-fakta yang sudah diperoleh selama penelitian di lapangan. Dan untuk menyusun laporannya berdasarkan data atau informasi yang sebenarnya ditemukan.

3. Tahap Analisis Data

Pada tahapan ini, peneliti menganalisis data yang telah dikumpulkan di *Re-Share* Rabbani Sidoarjo dengan teknik analisis yang telah ditentukan.

F. Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data merupakan langkah yang paling penting dan tanpa adanya data peneliti akan kesulitan dalam melakukan penelitian, agar data yang terkumpul sesuai maka dipilih metode pengumpulan yang tepat. Dalam penelitian ini teknik pengumpulan data menggunakan kuesioner, dan dokumentasi.

1. Kuesioner

Kuisioner merupakan teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan cara memberi seperangkat pertanyaan tertulis kepada responden untuk dijawabnya. Kuesioner merupakan teknik pengumpulan data yang efesien bila peneliti tahu dengan pasti variabel yang akan diukur dan tahu

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

apa yang bisa diharapkan dari responden.[68] Kuesioner yang digunakan dalam penelitian adalah menggunakan skala model *rating scale*. Menurut Sugiyono "dalam skala model *rating scale*, responden tidak akan menjawab salah satu dari jawaban kualitatif yang telah disediakan, tetapi menjwab salah satu jawaban kuantitatif yang disediakan. Oleh karena itu *rating scale* ini lebih fleksibel, tidak terbatas untuk pengukuran sikap saja tetapi untuk mengukur persepsi responden terhadap fenomena lainnya. Yang penting bagi penyusunan instrumen *rating scale* adalah harus dapat mengartikan setiap angka yang diberikan pada alternatif jawaban pada setiap item instrumen."[69]

Dalam teknik ini penulis membagikan angket yang berupa pertanyaan yang telah disiapkan sebelumnya dan diberikan kepada para pelanggan sebagai sampel penelitian. Pertanyaan ini merupakan bentuk dari indikator variabel bebas dan terikat. Dengan angket ini diperoleh hasil tanggapan dari pelanggan tentang promosi, kualitas pelayanan dan loyalitas pelanggan dari *Re-Share* Rabbani Sidoarjo. Kuesioner diberikan kepada pelanggan *Re-Share* Rabbani Sidoarjo yang telah menjadi sampel sampai jumlah kuesioner terpenuhi yakni sebanyak 78 responden.

---

[68] Sugiyono, 2012, *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif Dan R&D*, Alfabeta, Bandung, Hal 142

[69] Sugiyono, 2012, *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif Dan R&D*, Alfabeta, Bandung, 98

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

2. Dokumentasi

Metode dokumen adalah data tertulis yang mengandung keterangan dan penjelasan serta pemikiran tentang fenomena yang masih aktual.[70] Metode ini dimaksudkan untuk memperoleh data *Re-Share* Rabbani tentang sejarah, struktur, visi dan misi, serta mencari dokumen lain yang penting yang terkait dengan penelitian. Dokumentasi digunakan untuk memperkuat data-data yang akan diambil oleh peneliti.

G. Teknik Validitas Instrumen Penelitian

Instrumen penelitian adalah suatu alat yang dapat digunakan untuk memperoleh, mengelolah dan menginterpretasikan informasi yang diperoleh dari para responden yang dilakukan dengan menggunakan pola ukur yang sama.[71]

1. Uji Validitas

Validitas atau kesahihan adalah menunjukkan sejauh mana suatu alat ukur mampu mengukur apa yang ingin diukur. Hasil penelitian yang valid bila terdapat kesamaan antara data yang terkumpul dengan data yang sesungguhnya terjadi pada obyek yang diteliti.[72] Uji validitas digunakan untuk mengukur sah atau tidaknya suatu kuesioner. Uji validitas dalam penelitian ini menggunakan uji korelasi *product moment.* Uji validitas dalam penelitian ini dilakukan dengan membandingkan r tabel dengan r hitung. Jika nilai r hitung > r tabel maka dinyatakan valid.

---

[70] Wardi Bachtiar, 1999, *Metodologi Penelitian Ilmu Dakwah,* Logos, Jakarta, hal. 72

[71] Syofian Siregar, 2015, *Metode Penelitian Kuantitatif ; dilengkapi perbandingan perhitungan manual & spss, edisi pertama.* Kencana, Jakarta, Hal 46

[72] Sugiyono, 2012, *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif Dan R&D,* Alfabeta, Bandung, Hal 121

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

2. Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas merupakan alat untuk mengukur instrument terhadap ketepatan (konsisten).[73] Menurut Siregar, reliabilitas adalah untuk mengetahui sejauh mana hasil pengukuran tetap konsisten, apabila dilakukan pengukuran dua kali atau lebih terhadap gejala yang sama dengan menggunakan alat pengukur yang sama pula. Suatu kuesioner dikatakan *reliable* atau handal jika jawaban seseorang terhadap pertanyaan konsisten atau stabil dari waktu ke waktu."[74] Ada beberapa teknik yang dapat digunakan untuk mengukur realibilitas suatu instrumen penelitian, tergantung dari skala yang digunakan. Pengujian relibilitas dalam penelitian ini menggunakan *Alpha cronbach.* Kriteria suatu instrumen penelitian dikatakan reliabel dengan menggunakan teknik ini bila nilai koefisian reliabilitas > 0,6.

H. Teknik Analisis data

Analisis data merupakan kegiatan setelah data dari seluruh responden terkumpul, diantaranya mengelompokkan data berdasarkan jenis responden, variabel, melakukan perhitungan untuk menjawab rumusan masalah dan untuk menguji hipotesis penelitian.[75] Teknik analisis data merupakan cara menganalisis data penelitian, termasuk alat-alat statistik yang relevan untuk digunakan dalam

---

[73] Husain Usman dan Purnomo Setiadi, 2012, *Pengantar Statistika*, Jakarta, Bumi Aksara, hal. 287

[74] Syofian Siregar, 2015, *Metode Penelitian Kuantitatif ; dilengkapi perbandingan perhitungan manual & spss, edisi pertama*, Kencana,. Jakarta, Hal. 55 dan 57

[75] Sugiyono, 2012, *Metode Penelitian Kuantitatif dan R&D*, Alfabeta, Bandung, hal 145

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

penelitian.[76] Alat yang digunakan dalam penelitian ini dianalisis dengan menggunakan analisis statistik, yaitu :

1. Uji Asumsi klasik

a. Uji normalitas

Uji normalitas digunakan untuk mengetahui apakah populasi data berdistribusi normal atau tidak. Uji yang dipilih dalam penelitian ini adalah *one sample kol-mogorov-smirnov* dengan menggunakan taraf signifikan 0,05. Data akan dinyatakan berdistribusi normall jika signifikansi lebih besar dari 0,05.[77]

b. Uji Heteroskedastisitas

Uji heteroskedastisitas digunakan untuk mengetahui ada atau tidaknya penyimpangan asumsi klasik heteroskedastisitas, yaitu adanya ketidaksamaan varian dari residual untuk semua pengamatan pada model regresi. Persyaratan yang harus terpenuhi dalam model regresi adalah tidak adanya gejala heteroskedastisitas. Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah menggunakan uji koefisien korelasi *Spearman.*[78]

c. Uji Multikolinearitas

Uji multikolinearitas digunakan untuk mengetahui ada atau tidaknya penyimpangan asumsi klasik multikolinearitas, yaitu adanya hubungan linier antar variabel indipenden dalam model regresi. Prasyarat yang harus terpenuhi dalam model regresi adalah tidak adanya multikolinearitas. Uji

---

[76] Juliansyah Noor, 2012, Metodologi Penelitian, Jakarta, Kencana Prenada Media, hal.163
[77] Duwi Priyanto, 2009, *Mandiri Belajar SPSS*, Yogyakarta, Mediakom, hal.28
[78] Duwi Priyanto, 2009, *Mandiri Belajar SPSS*, Yogyakarta, Mediakom,hal 41-42

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

yang akan dilakukan dalam penelitian ini adalah dengan melihat nilai *inflation factor* (VIF) pada model regresi.[79]

2. Uji Hipotesis

Uji hipotesis digunakan untuk mengetahui apakah hipotesis yang diajukan tersebut terbukti atau tidak, dengan menggunakan perhitungan uji statistik.

1. **Uji f (secara simultan/bersama-sama)**

   Uji ini digunakan untuk mengetahui apakah variabel indipenden (X) secara bersama-sama berpengaruh secara signifikan terhadap variabel dependen (Y)

2. **Uji t (secara parsial)**

   Uji ini digunakan untuk mengetahui apakah variabel indipenden (X) secara terpisah berpengaruh secara signifikan terhadap variabel dependen (Y)

3. Koefisien Determinasi

Analisis determinasi dalam regresi linier berganda digunakan untuk mengetahui presentase sumbangan pengaruh variabel independen secara terhadap variabel dependen.

[79] Duwi Priyanto, 2009, *Mandiri Belajar SPSS*, Mediakom, Yogyakarta, hal 39

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

4. Regresi Linier Berganda

Dalam penelitian ini, teknik analisis yang digunakan adalah regresi linier berganda. Regresi berganda adalah pengembangan dari regresi linier sederhana, yaitu sama-sama alat yang dapat digunakan untuk memprediksi permintaan di masa akan datang berdassarkan data masa lalu atau untuk mengetahui pengaruh satu atau lebih variabel bebas (*indipendent)* terhadap satu variabel tak bebas (*dependent)*. Rumus Regresi Linier Berganda[80]

$Y = a + b_1X_1 + b_2X_2 + b_3X_3 \ldots\ldots + b_nX_n$

Dimana

Y = variabel terikat

X_1 = Variabel bebas pertama

X_2 = Variabel bebas kedua

X_3 = Variabel bebas ketiga

X_n = variabel bebas ke....n

a dan b_1 serta b_2 = konstanta

[80] Syofian Siregar, 2015, *Metode Peneliti'an Kuantitatif ; dilengkapi perbandingan perhitungan manual & spss, edisi pertama.* Jakarta, Kencana, Hal 301

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id