

## **BAB III**

### **METODE PENELITIAN**

#### **A. Populasi dan Sampel**

##### **1. Populasi**

Populasi adalah himpunan seluruh objek yang ingin diketahui besaran karakteristiknya. populasi merupakan keseluruhan obyek yang diteliti dan terdiri atas sejumlah individu, baik yang terbatas (*finite*) maupun tidak terbatas (*infinite*). Sugiyono mendefinisikan populasi sebagai wilayah generalisasi yang ada dalam penelitian. Wilayah ini meliputi tentang objek atau subjek yang bisa ditarik kesimpulannya.<sup>28</sup> Populasi dalam penelitian ini adalah Pelanggan CV Mebel Barokah, yang jumlahnya tidak diketahui dan dapat dikatakan dalam kategori tidak terhingga.

##### **2. Sampel**

Sampel adalah himpunan bagian populasi yang memiliki karakteristik yang sama dengan karakteristik populasinya. Menurut Arikunto, sampel adalah sebagian atau sebagai wakil populasi yang akan diteliti. Jika penelitian yang dilakukan sebagian dari populasi maka bisa dikatakan bahwa penelitian tersebut adalah penelitian sampel.<sup>29</sup> Penentuan sampel dalam penelitian ini adalah dengan menggunakan Non probability sampling dengan teknik sampel *Purposive sampling* adalah pengambilan sampel yang dilakukan sesuai dengan persyaratan sampel yang diperlukan. Pengambilan

---

<sup>28</sup> I Made Dwi Mertha Adnyana, "Populasi Dan Sampel," *Metode Penelitian Pendekatan Kuantitatif* 14, no. 1 (2021): 103–16.

<sup>29</sup> Helena Louise P, *Metode Penelitian Teori Dan Praktik*, (Magetan : CV. AE Medika Grafika, 2022), h.43

sampel tersebut dilakukan secara sengaja dengan jalan mengambil sampel tertentu saja yang mempunyai karakteristik, ciri, kriteria, atau sifat tertentu. Dengan demikian, pengambilan sampelnya dilakukan tidak secara acak.<sup>30</sup> Adapun kreteria sampel dalam penelitian ini adalah :

1. Konsumen telah melakukan pembelian Produk CV Mebel Sumber Barokah sebanyak 2 kali.
2. Konsumen minimal berusia 25 tahun.

Teknik penentuan sampel pada penelitian ini menggunakan rumus Lameshow, hal ini dikarenakan jumlah populasi yang tidak diketahui atau tidak terhingga. Berikut rumus Lameshow yaitu:

$$n = \frac{z^2_{1-\alpha/2} \times P(1-P)}{d^2}$$

Keterangan :

n = jumlah sampel

z = tingkat kepercayaan sebesar 95% = 1,96

p = estimasi proporsi = 0,5

d = sampling error = 10%

Dalam penelitian ini digunakan tingkat ketelitian sebesar 5% dan tingkat kepercayaan sebesar 95%, nilai z didapat dari tabel normal standar sehingga diperoleh nilai  $z = 1,96$  , nilai p tidak diketahui sehingga dilakukan maksimal estimasi 50% dengan  $p = 0,5$ , sampling error telah ditentukan sebesar 10%.

$$n = \frac{1,96^2 \times 0,5 (1 - 0,5)}{0,1^2}$$

---

<sup>30</sup> Akhmad Fauzy, *Metode Sampling, Universitas Terbuka*, vol. 9, 2019, <http://jurnal.globalhealthsciencegroup.com>.

$$n = \frac{3,8416 \times 0,25}{0,01}$$

$$n = \frac{0,9604}{0,01}$$

$$n = 96,4$$

Dari perhitungan di atas dapat disebutkan bahwa jumlah sampel minimal untuk penelitian ini sebanyak 96,04 responden dan peneliti membulatkannya menjadi 100 responden.

## B. Operasional Variabel

Berikut dibawah ini disajikan tabel Operasional Variabel :

**Tabel 3. 1 Operasional Variabel**

| No | Variabel        | Definisi                                                                                                                                                                             | Dimensi                                                                                                                                                                                   | Indikator                                                                                                                                       | Skala  |
|----|-----------------|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|--------|
| 1. | Kualitas Produk | kualitas produk adalah kemampuan suatu produk dalam menjalankan fungsinya, meliputi keandalan, daya tahan, kemudahan penggunaan dan perbaikan, serta atribut evaluasi. <sup>31</sup> | 1. Keistimewaan tambahan ( <i>features</i> )<br>2. Daya tahan ( <i>durability</i> )<br>3. Estetika ( <i>asthetic</i> )<br>4. Kemudahan perbaikan ( <i>serviceability</i> ). <sup>32</sup> | 1. Produk memiliki varian model.<br>2. Produk memiliki dayatahan yang lama<br>3. Produk memiliki desain yang unik<br>4. Produk mudah diperbaiki | Likert |

<sup>31</sup> Nurhaidah and Ismunandar, "Analisis Perbandingan Kualitas Produk, Strategi Promosi Dan Persepsi Konsumen Antara Toko Putri Agata Dan Putri Idris Di Kota Bima," *Journal of Student Research* 2, no. 1 (2024): 152–64.

<sup>32</sup> M. Anang Firmansyah, "Buku Pemasaran Produk Dan Merek," *Buku Pemasaran Produk Dan Merek*, (Surabaya : CV Qiara Media 2019): 143–44.

|   |                    |                                                                                                                                                                                                                                                                 |                                                                                                                                                                                                                      |                                                                                                                                                                                                                                       |        |
|---|--------------------|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|--------|
| 2 | Harga              | Harga merupakan sejumlah uang yang dibebankan pada suatu produk tertentu. Industri menetapkan harga dalam bermacam metode. Di perusahaan-perusahaan besar, penetapan harga umumnya ditangani oleh para manajer divisi maupun manajer lini produk. <sup>33</sup> | <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Keterjangkauan Harga</li> <li>2. Daya saing harga</li> <li>3. Kesesuaian Harga dengan kualitas produk</li> <li>4. Kesesuaian harga dengan manfaat.<sup>34</sup></li> </ol> | <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Harga produk sangat terjangkau</li> <li>2. Harga produk bisa bersaing dengan kompetitor</li> <li>3. Harga sesuai dengan kualitas</li> <li>4. Harga sesuai manfaat yang dirasakan</li> </ol> | Likert |
| 3 | Kualitas Pelayanan | Kualitas Pelayanan adalah sebuah hasil yang harus dicapai dan dilakukan dengan sebuah tindakan. Tindakan tersebut tidak berwujud dan                                                                                                                            | <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Reliabilitas (reliability)</li> <li>2. Daya tanggap (responsiveness)</li> <li>3. jaminan (assurance)</li> <li>4. Empati (empathy)</li> </ol>                               | <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Produk Sesuai dengan yang dijanjikan</li> <li>2. merespon pertanyaan dan permintaan dengan cepat</li> <li>3. memiliki</li> </ol>                                                            | Likert |

<sup>33</sup> Arif Fakhrudin, *Bauran Pemasaran*, (Sleman, 2022), h.31

<sup>34</sup> Imelda Aprileny, "Pengaruh Harga, Fasilitas dan Lokasi terhadap Keputusan Pembelian (Studi kasus pembelian rumah di Grand Nusa Indah blok j, cileungsi pada Pt. Kentanix Supra Internasional)," *Journal Ekonomika*, Vol. 4, no. 3 (2021) h.246

|  |  |                                                                 |                                          |                                                                                                                                               |  |
|--|--|-----------------------------------------------------------------|------------------------------------------|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|--|
|  |  | mudah hilang, tetapi dapat dirasakan dan diingat. <sup>35</sup> | 5.Bukti Fisik (tangibles). <sup>36</sup> | pengetahuan yang baik dalam menghadapi pelanggan.<br>4.Memperhatikan kebutuhan dan keinginan pelanggan<br>5.informasi tentang produk menarik. |  |
|--|--|-----------------------------------------------------------------|------------------------------------------|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|--|

### C. Jenis Penelitian

Penelitian ini menggunakan metode kuantitatif dengan pendekatan asosiatif. Hipotesis asosiatif berfungsi untuk menggambarkan hubungan antar-variabel. Dalam penelitian ini, hipotesis dirumuskan sebagai pernyataan yang menjelaskan keterkaitan antara dua atau lebih variabel. Tujuan utama penelitian ini adalah untuk mengidentifikasi apakah terdapat hubungan antara dua atau lebih variabel, dengan menggunakan data numerik sebagai alat analisis untuk menilai hubungan tersebut. Penelitian ini secara khusus akan meneliti pengaruh Kualitas Produk,

---

<sup>35</sup> Krishna Anugrah, *Kualitas Pelayanan Jasa : Akomodasi*, (Gorontalo : Ideas Publishing, 2020), h.33-34

<sup>36</sup> Elen Estamarinda, “Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Harga Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada Hompizz Pizza Palembang”, *Jurnal Manivestasi*, Vol.3 No.1 (Juni,2021), Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas PGRI Palembang, h.71

Harga, dan Kepuasan Konsumen terhadap Kepuasan Konsumen pada CV Mebel Sumber Barokah.<sup>37</sup>

## **D. Sumber Data**

### **1. Data primer**

Data primer adalah data yang dicatat dan dikumpulkan langsung oleh peneliti melalui wawancara serta observasi langsung terhadap sumber dan objek penelitian. Menurut Bungin, data primer merupakan data yang didapat langsung dari sumber utama di lokasi penelitian atau objek yang diteliti. Sementara itu, menurut Amirin, data primer adalah data yang diperoleh dari sumber-sumber asli atau primer yang menyajikan informasi atau data penelitian.<sup>38</sup> Data primer diperoleh melalui penyebaran kuisisioner pada Pelanggan toko mebel sumber barokah. Kuisisioner tersebut berisi sejumlah pernyataan dan pertanyaan yang terkait dengan penelitian yang sedang dilakukan. dan juga melalui dokumen seperti buku, jurnal dan artikel.

## **E. Teknik Pengumpulan Data**

Data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data primer atau data yang diperoleh langsung dari sumbernya. Data tersebut didapat dari hasil pengisian kuesioner yang dilakukan oleh responden sebagai sumber pertama. Kuesioner, merupakan teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan cara memberi seperangkat pertanyaan atau pernyataan tertulis kepada responden untuk dijawab. Kuesioner digunakan untuk menggali data primer, yaitu tanggapan atau jawaban responden tentang variabel-

---

<sup>37</sup> Farah Margaretha Leon, *Metode Penelitian Kuantitatif Manajemen, Keuangan dan Akuntansi*, (Jakarta : Salemba Empat, 2023), h.64

<sup>38</sup> Rahmadi, *Pengantar Metodologi Penelitian*, (Banjarماسin : Antasari Press 2018) h.60

variabel yang dikaji dalam penelitian. Peneliti menggunakan *Likert's Summated Rating (LSR)* ini merupakan metode pengukuran sikap lalu jawaban diberi skor dengan kriteria apabila positif maka skornya besar.<sup>39</sup> Dari setiap jawaban responden terhadap daftar pertanyaan yang diajukan, kemudian diberi skor tertentu. Skor tersebut yaitu antara 1 sampai 5, dengan ketentuan sebagai berikut:

**Tabel 3. 2 Skala Likert *Summated Rating (LSR)***

|                           |               |
|---------------------------|---------------|
| Sangat Setuju (SS)        | Diberi Skor 5 |
| Setuju (ST)               | Diberi Skor 4 |
| Cukup Setuju (CS)         | Diberi Skor 3 |
| Tidak Setuju (TS)         | Diberi Skor 2 |
| Sangat Tidak Setuju (STS) | Diberi Skor 1 |

*Sumber : Muhammad Ramdhan (2021)*

## **F. Teknik Analisis Data**

### **1. Instrumen Data**

Instrumen penelitian adalah alat yang digunakan untuk mengukur fenomena alam dan sosial yang diamati. Instrumen yang reliabel adalah instrumen yang mampu memberikan hasil data yang konsisten meskipun digunakan berulang kali untuk mengukur objek yang sama. Dengan menerapkan instrumen yang valid dan reliabel dalam proses pengumpulan data, diharapkan hasil penelitian menjadi akurat dan dapat diandalkan.<sup>40</sup> Berikut penjelasan dari uji validitas dan reabilitas:

---

<sup>39</sup> Dr. Muhammad Ramdhan, *Metode Penelitian*, (Surabaya: Cipta Media Nusantara (CMN), 2021), h.65

<sup>40</sup> Sugiyono, *Metode penelitian kuantitatif, kualitatif, dan R&D*, Cetakan 3 (Bandung : Alfabeta, 2021), h.144

### a. Uji Validitas

Uji validitas dilakukan dengan cara mengkorelasikan skor setiap item dengan skor total dari instrumen yang digunakan. Pengujian dua sisi dengan tingkat signifikansi 0,05 memiliki kriteria sebagai berikut:

- 1) Jika nilai  $r_{hitung} > r_{tabel}$  (uji dua sisi dengan signifikansi 0,05), maka instrumen atau item pertanyaan tersebut berkorelasi signifikan dengan skor total dan dianggap valid.
- 2) Jika nilai  $r_{hitung} < r_{tabel}$  (uji dua sisi dengan signifikansi 0,05), maka instrumen atau item pertanyaan tidak berkorelasi signifikan dengan skor total dan dianggap tidak valid.<sup>41</sup>

### b. Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas berkaitan dengan sejauh mana "kepercayaan" terhadap alat uji (instrumen). Sebuah instrumen dianggap memiliki tingkat kepercayaan yang tinggi jika hasil pengujian instrumen tersebut menunjukkan hasil yang koinsisten. Dengan kata lain, masalah reliabilitas instrumen berhubungan dengan kestabilan hasilnya. Meskipun terjadi perubahan dalam hasil uji, perubahan tersebut dianggap tidak signifikan. Menurut Djemari (2003) dalam Riwidikdo (2012), sebuah kuesioner atau angket dikatakan reliabel jika memiliki nilai Alpha minimal 0,7. Uji reliabilitas dilakukan dengan menggunakan teknik statistik Cronbach's Alpha dengan kriteria nilai alpha 0,7.

1. Jika nilai  $R_{hitung} > 0,7$ , maka instrumen variabel tersebut dikatakan reliabel.

---

<sup>41</sup> Aziz Alimul Hidayat, *Menyusun Instrumen Penelitian & Uji Validitas-Reliabilitas*, edisi 1 (Surabaya, Health Books Publishing, 2021), h.13

2. Jika nilai  $R_{hitung} < 0,7$ , maka instrumen variabel tersebut dianggap tidak reliabel.<sup>42</sup>

## 2. Uji Asumsi Klasik

### a. Uji Normalitas

Uji normalitas data merupakan langkah penting dalam analisis statistik, karena jika data berdistribusi normal, maka statistik yang digunakan adalah statistik parametrik, sedangkan jika data tidak berdistribusi normal, maka statistik yang digunakan adalah statistik non-parametrik. Salah satu uji statistik yang umum digunakan untuk menguji normalitas data adalah uji Kolmogorov Smirnov. Dasar pengambilan keputusan dalam uji normalitas adalah sebagai berikut:

- 1) Jika nilai signifikansi  $> 0,05$ , maka data dianggap berdistribusi normal.
- 2) Sebaliknya, jika nilai signifikansi  $< 0,05$ , maka data dianggap tidak berdistribusi normal.<sup>43</sup>

### b. Uji Heteroskedastisitas

Uji heteroskedastisitas dilakukan untuk memeriksa apakah dalam suatu regresi terdapat kesamaan varians dari residual antara satu pengamatan dengan pengamatan lainnya. Pada penelitian ini, deteksi heteroskedastisitas dilakukan dengan mengamati pola penyebaran pada grafik scatterplot. Jika terdapat pola tertentu, seperti titik yang membentuk pola teratur (misalnya bergelombang, melebar, kemudian menyempit), maka itu

---

<sup>42</sup> MPH Dodiet Aditya Setyawan, SKM, "Buku Petunjuk Praktikum Uji Validitas Dan Reliabilitas Instrumen Pengumpulan Data Menggunakan SPSS," *Www.Researchgate.Net*, no. July (2022): 12.7-8

<sup>43</sup> Norfai, "Manajemen Data Menggunakan SPSS," *Universitas Islam Kalimantan*, no. Juli (2020): 79.

menunjukkan adanya heteroskedastisitas. Uji ini bertujuan untuk memverifikasi apakah terdapat ketidaksamaan varians residual antar pengamatan dalam suatu model regresi. Deteksi heteroskedastisitas dilakukan dengan melihat ada tidaknya pola tertentu pada grafik scatterplot yang memperlihatkan hubungan antara SRESID dan ZPRED.<sup>44</sup>

Dasar analisis yaitu sebagai berikut :

- 1) Jika ada pola tertentu, seperti titik-titik membentuk suatu pola yang teratur maka telah terjadi heteroskedastisitas.
- 2) Jika tidak ada pola yang jelas serta titik-titik menyebar tidak teratur, maka tidak terjadi heteroskedastisitas.

### c. Uji Multikolinearitas

Uji Multikolinearitas menggunakan VIF (Variance Inflation Factor) untuk memastikan bahwa variabel independen tidak terpengaruh oleh masalah multikolinearitas. Multikolinearitas terjadi ketika terdapat korelasi yang signifikan antara variabel independen. Gejala ini menunjukkan adanya hubungan yang kuat antar variabel independen. Jika gejala multikolinearitas terdeteksi, salah satu cara untuk memperbaiki model adalah dengan menghapus salah satu variabel dari model regresi. Beberapa hal yang perlu dipertimbangkan dalam menentukan hipotesis pada uji multikolinearitas antara lain: Jika nilai  $VIF > 10,00$  dan nilai *tolerance value*  $< 0,01$  maka kesimpulan yang diambil terjadi multikolinearitas.

---

<sup>44</sup> Fransiscus Xaverius Pudjo Wibowo, *Statistika Bisnis dan Ekonomi dengan SPSS 25* (Jakarta : Salemba Empat 2023), h.276

- 1) Jika nilai VIF < 10,00 dan nilai *tolerance value* > 0,01 maka kesimpulan yang diambil tidak terjadi multikolinearitas.<sup>45</sup>

### 3. Analisis Regresi Linear Berganda

Analisis regresi linier berganda, atau multiple regression, melibatkan dua atau lebih variabel independen untuk memprediksi bagaimana perubahan nilai variabel dependen terjadi jika nilai variabel independen naik atau turun. Metode ini digunakan untuk mengukur sejauh mana hubungan antara beberapa variabel independen dengan variabel dependen secara bersamaan.<sup>46</sup>

Model regresi linier berganda dijelaskan dengan rumus persamaan sebagai berikut:

$$Y = \alpha + \beta_1 X_1 + \beta_2 X_2 + \beta_3 X_3 + e$$

Dimana:

|                             |                               |
|-----------------------------|-------------------------------|
| Y                           | : Kepuasan Pelanggan          |
| $\alpha$                    | : Konstanta persamaan regresi |
| $\beta_1, \beta_2, \beta_3$ | : Koefisien regresi variabel  |
| $X_1$                       | : Kualitas Produk             |
| $X_2$                       | : Harga                       |
| $X_3$                       | : Kualitas Pelayanan          |
| e                           | : <i>Standar error</i>        |

#### a. Koefisien Korelasi (R)

Koefisien Korelasi bertujuan untuk mengetahui kuatnya pengaruh antara variabel bebas dengan variabel terikat. Pada penelitian ini pengujian Koefisien Korelasi (R) dilakukan dengan menggunakan program SPSS versi 25.

---

<sup>45</sup> Billy Nugraha, *Implementasi Metode Regresi Linier Berganda Dengan Pertimbangan Uji Asumsi Klasik*, (Sukoharjo :Pradina Pustaka 2022) h.13

<sup>46</sup> Mariana, *Informasi Akuntansi dan Keputusan Kredit* (Yogyakarta : CV.Bintang Semesta Media, 2021), h.110

Menurut Sugiyono, kriteria pengukur nilai koefisien korelasi dapat dijelaskan sebagai berikut.

**Tabel 3. 3 Kriteria Pengukur Koefisien Korelasi (R)**

| Interval Koefisien | Tingkat Hubungan |
|--------------------|------------------|
| 0,00 – 0,199       | Sangat Rendah    |
| 0,20 – 0,399       | Rendah           |
| 0,40 – 0,599       | Sedang           |
| 0,60 – 0,799       | Kuat             |
| 0,80 – 1,000       | Sangat Kuat      |

*Sumber : Sugiyono (2019)*

#### **b. Koefisien Determinasi (Adjusted R Square)**

Koefisien Determinasi (Adjusted R Square) merupakan perbandingan antara variasi variabel Y yang dapat dijelaskan secara bersama-sama oleh variabel  $X_1$ ,  $X_2$  dan  $X_3$ , dengan variasi total dari Y. Menurut Ghazali, adjusted R Square digunakan untuk mengukur seberapa besar bagian dari variabel dependen yang dapat dijelaskan oleh variasi variabel independen, sementara sisanya disebabkan oleh faktor-faktor lain yang tidak termasuk dalam model. Nilai adjusted R Square berkisar antara 0 hingga 1; jika nilainya mendekati 1, berarti variabel independen hampir sepenuhnya mampu menjelaskan variabel dependen. Sebaliknya, jika nilainya mendekati 0, kemampuan variabel independen untuk memprediksi variabel dependen sangat terbatas. Jika nilai adjusted R Square sama dengan 0, maka yang digunakan adalah nilai  $R^2$ .<sup>47</sup>

---

<sup>47</sup> Robert Kurniawan, *Analisis Regresi : Dasar dan Penerapannya Dengan R*, (Jakarta : PT Kharisma Putra Utama, 2020) h.45

#### 4. Uji Hipotesis

Hipotesis dapat dipahami sebagai suatu perkiraan mengenai suatu hal, atau sebagai jawaban sementara atas suatu masalah, atau bahkan sebagai kesimpulan sementara mengenai hubungan antara suatu variabel dengan satu atau lebih variabel lainnya. Sementara itu, uji hipotesis adalah prosedur yang digunakan untuk menguji kebenaran hipotesis statistik suatu populasi dengan memanfaatkan data yang diambil dari sampel populasi tersebut.<sup>48</sup>

Dalam menganalisis uji hipotesis, diperlukan kriteria pengambilan keputusan sebagai berikut: jika nilai signifikansi  $> 0,05$ , maka hipotesis ditolak, yang berarti variabel independen tidak memiliki pengaruh signifikan terhadap variabel dependen secara parsial. Sebaliknya, jika nilai signifikansi  $< 0,05$ , maka hipotesis diterima, yang menunjukkan bahwa variabel independen memiliki pengaruh signifikan terhadap variabel dependen secara parsial.<sup>49</sup>

Dalam penelitian ini, uji hipotesis yang digunakan yaitu uji t (parsial) dan uji f (simultan) :

##### a. Uji Parsial (t)

Menurut Suarweni, uji t digunakan untuk menguji koefisien regresi parsial individual, yang bertujuan untuk mengetahui apakah variabel independen ( $X_1$ ,  $X_2$ ,  $X_3$ ) mempengaruhi variabel dependen ( $Y$ ) secara individual. Jika nilai probabilitas signifikansi  $< 0,05$  (5%), maka variabel independen berpengaruh signifikan terhadap variabel dependen. Hipotesis

---

<sup>48</sup> Nuryadi, *Dasar-Dasar Statistik Penelitian*, (Yogyakarta :Sibuku Media), 2021) h.74

<sup>49</sup> Imam Ghozali, *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program SPSS*. Cetakan 4, (Semarang : Badan Penerbit Universitas Diponegoro, 2006), h.98

diterima jika tingkat signifikansi ( $\alpha$ )  $< 0,05$ , dan hipotesis ditolak jika tingkat signifikansi ( $\alpha$ )  $> 0,05$ .<sup>50</sup> Pengujian ini dilakukan dengan membandingkan  $t_{hitung}$  dan  $t_{tabel}$  dengan ketentuan sebagai berikut:

- 1) Jika  $t_{hitung} > t_{tabel}$  atau signifikan  $< 0,05$ , maka  $H_0$  ditolak dan  $H_1$  diterima.
- 2) Jika  $t_{hitung} < t_{tabel}$  atau Signifikan  $> 0,05$ , maka  $H_0$  diterima dan  $H_1$  ditolak.<sup>51</sup>

#### **b. Uji Simultan (f)**

Uji F digunakan untuk menguji apakah semua variabel independen yang dimasukkan dalam model memiliki pengaruh secara simultan terhadap variabel dependen.<sup>52</sup> Pengujian ini dilakukan dengan menggunakan uji distribusi F, yaitu dengan membandingkan nilai  $F_{tabel}$  dengan nilai  $F_{hitung}$  yang diperoleh dari tabel *Analysis of Variance* berdasarkan hasil perhitungan. Kriteria pengujian adalah sebagai berikut:

Jika  $F_{hitung} < F_{tabel}$  atau Signifikan  $> 0.05$ , maka  $H_0$  diterima dan  $H_1$  ditolak. Keseluruhan variabel bebas (X) tidak berpengaruh pada variabel terikat (Y).

- 1) Jika  $F_{hitung} > F_{tabel}$  atau Signifikan  $< 0.05$ , maka  $H_0$  ditolak dan  $H_1$  diterima. Keseluruhan variabel bebas (X) berpengaruh terhadap variabel terikat (Y).

---

<sup>50</sup> V. Wiratna Sujarweni, *Metodologi Penelitian Bisnis & Ekonomi*, (Yogyakarta : Pustaka Baru, 2019) h.161

<sup>51</sup> Duwi Priyatno, *Paham Analisa Statistik Data dengan SPSS*, (Yogyakarta: Penerbit Media Kom, 2020), h.68

<sup>52</sup> Sukmini Hartati, “Akuntabilitas Publik Dari Aspek Pembukuan, Inventarisasi, dan Pelaporan Aset Tetap”, *Jurnal Eksistensi*, Vol. 9 No. 1 (Januari-Juni 2020), Jurusan Akuntansi, Politeknik Negeri Sriwijaya, Jalan Srijaya Negara, Palembang, h.3