

BAB III

OBJEK DAN METODOLOGI PENELITIAN

3.1 Objek dan Ruang Lingkup Penelitian

Perusahaan PT LION AIR didirikan pada tanggal 19 Oktober 1999 dan mulai beroperasi 30 Juni 2000. Dengan kantor pusat di Jl. Gajah Mada No.7 Jakarta Pusat. Lion Air adalah nama sebuah maskapai penerbangan berbiaya yang berasal dari Indonesia. Maskapai ini merupakan maskapai pertama di Asia yang memberikan 2 kelas (bisnis dan ekonomi).

Untuk pengembangan Kualitas pelayanan Lion Air sendiri menyediakan fasilitas pesawat baru dan memiliki kualitas yang canggih untuk penumpangnya. Adapun hal pengembangan kualitas pelayanan itu adalah dengan memiliki pesawat Armada Lion Air Pada 2005, Lion Air memiliki 24 pesawat penerbangan yang terdiri dari 19 seri McDonnell Douglas MD-82 dan 5 pesawat DHC-8-301. Untuk memenuhi layanan yang rendah biaya, Armada Lion Air didominasi oleh MD-80 karena efisiensi dan kenyamanannya. Dalam upaya meremajakan armadanya, Lion Air telah memesan 178 Boeing 737-900ER yang akan diantar bertahap dari 2007 hingga 2014. Lion Air berencana bersaing baik dengan Garuda Indonesia maupun Saudi Arabian Airlines untuk menerbangi rute-rute umroh bahkan haji dengan pesawat Boeing 747-400. 2 (dua) Pesawat Boeing 747-400 sudah masuk dalam armadanya. Pada tanggal 18 November 2011 di Bali Lion Air mengumumkan bahwa memesan 201 Pesawat

Boeing 737 MAX dan 29 Pesawat Boeing 737-900ER. Pemesanan ini sekaligus mengalahkan rekor dalam hal jumlah pemesanan pesawat yang sebelumnya dipegang Maskapai Emirates.

3.2 Metode Penelitian

Metode penelitian adalah suatu metode yang dilakukan untuk meneliti dan menyelesaikan suatu masalah yang terjadi, untuk menyusun skripsi ini penulis membutuhkan data dan informasi yang sesuai dengan sifat dan permasalahannya, agar data yang diperoleh cukup lengkap untuk membahas permasalahan yang ada.

Desain penelitian yang dilakukan menggunakan desain deskriptif dan kausal. Menurut Sugiyono (2006:11) penelitian deskriptif adalah penelitian yang dilakukan untuk mengetahui nilai variabel mandiri, baik satu variabel atau lebih (*independent*) tanpa membuat perbandingan atau menghubungkan dengan variabel lain. Dilihat dari hubungan antar variabelnya, penelitian ini merupakan penelitian kausal atau sebab akibat. Menurut Cooper Schindler (2006:154) kausal adalah penelitian yang diadakan untuk menjelaskan hubungan antar variabel, variabel yang satu menyebabkan atau menentukan nilai variabel yang lain. Metode penelitian yang digunakan adalah metode survei dengan menggunakan data primer karena data diambil langsung kepada pengguna jasa Lion Air.

3.3 Operasional Variabel Penelitian

Variabel penelitian dan definisi operasional dalam penelitian ini terdapat dua variabel yaitu variabel dependen dan variabel independen.

Menurut Malhotra (2005:242) variabel independen adalah variabel atau alternatif yang dimanipulasi (yaitu variabel yang diubah-ubah oleh peneliti) dan efeknya diukur serta dibandingkan, dalam hal ini yang merupakan variabel independen adalah:

1. Kualitas Pelayanan (X_1)
2. Persepsi Harga (X_2)

Menurut Malhotra (2004:242) variabel dependen adalah variabel yang mengukur pengaruh variabel independen terhadap unit uji. Dalam penelitian ini, variabel dependen adalah Loyalitas Konsumen (Y).

Tabel 3.1
Operasionalisasi Variabel

Variabel Independent	Dimensi	Indikator	Item
-----------------------------	----------------	------------------	-------------

<p>Kualitas Pelayanan (X₁) kualitas pelayanan itu segala bentuk tindakan dari satu pihak yang dapat ditawarkan kepada pihak lain dimana secara esensial tidak kasat mata dan tidak menghasilkan kepemilikan pada apapun dan juga tidak selalu terkait dengan produk fisik. (Kotler)</p>	<p>Keandalan (<i>Reability</i>) yakni kemampuan memberikan pelayanan yang dijanjikan dengan segera, akurat dan memuaskan.</p>	<p>1. Prosedur pelayanan penumpang yang cepat</p>	1
		<p>2. Jadwal penerbangan dijalankan dengan konsisten</p>	2
	<p>Ketanggapan (<i>Responsivness</i>), keinginan dan kesediaan para karyawan untuk membantu para pelanggan dan memberikan pelayanan dengan tanggap.</p>	<p>1. Tanggap dalam menyelesaikan keluhan</p>	3
		<p>2. Kecepatan staf menangani penumpang</p>	4
	<p>Jaminan (<i>assurance</i>), mencakup pengetahuan, kompetensi, kesopanan, dan sifat dapat dipercaya yang dimiliki para karyawan bebas dari bahaya fisik, resiko atau keragu-raguan.</p>	<p>1. Pengetahuan staf Lion air dalam memberikan pelayanan</p>	5
		<p>2. Kompetensi pelayanan yang dipercaya para penumpang</p>	
		<p>3. Kesopanan staff Lion air</p>	6
			7
		<p>1. Kemudahan pelanggan dalam menghubungi Lion Air</p>	8
<p>Kepedulian (<i>Empathy</i>), meliputi kemudahan dalam menjalin hubungan,</p>	<p>2. Kepedulian staff terhadap keluhan</p>	9	

	<p>komunikasi yang efektif, perhatian personal, dan pemahaman atas kebutuhan individual para pelanggan.</p> <p>Berwujud(<i>tangibles</i>), meliputi fasilitas fisik, perlengkapan, karyawan, dan sarana komunikasi.</p>	<p>si penumpang.</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Ruang tunggu penumpang yang bersih 2. Loket Pelayanan yang bagus 3. Pegawai yang berpenampilan rapi 	<p>10</p> <p>11</p> <p>12</p>
<p>Harga (X₂)</p> <p>Harga adalah sejumlah uang yang ditukarkan untuk sebuah produk atau jasa atas manfaat-manfaat karena memiliki atau menggunakan produk tersebut (Kotler).</p>	<p>Tingkat Harga adalah harga ditetapkan perusahaan disesuaikan dengan strategi perusahaan dalam menghadapi situasi dan kondisi yang berubah untuk mencapai tujuan dan sasaran yang ditetapkan dalam waktu tertentu.</p> <p>Potongan harga adalah hasil pengurangan dari harga dasar atau harga tercatat atau harga terdaftar</p>	<ol style="list-style-type: none"> 1. Kesesuaian harga dengan kualitas pelayanan 2. Kesesuaian harga dengan manfaat 1. Pemberian harga tiket promo kepada penumpang Lion Air 2. Daya saing potongan harga Lion Air per tiap rute penerbangan. 	<p>13</p> <p>14</p> <p>15</p> <p>16</p>

	Cara pembayaran adalah syarat pembayaran dalam kaitannya dengan alat pembayaran seperti tunai, kredit, transfer dan sebagainya	<ol style="list-style-type: none"> 1. Sistem pembayaran yang praktis 2. Beragam cara pembayaran 	<p>17</p> <p>18</p>
<p>Loyalitas Konsumen (Y)</p> <p>Loyalitas konsumen didefinisikan sebagai sebuah komitmen yang dipegang teguh untuk membeli kembali atau menggunakan produk atau opsi layanan di masa mendatang meskipun pengaruh situasi dan upaya pemasaran memiliki potensi untuk menyebabkan terjadinya perubahan perilaku. Oliver dalam Kotler dan Keller (2006:135)</p>	<p><i>Repeat</i>: Apabila konsumen membutuhkan produk atau jasa akan membeli produk tersebut pada perusahaan tersebut</p> <p><i>Retention</i>: Konsumen tidak terpengaruh kepada pelayanan yang ditawarkan oleh pihak lain.</p> <p><i>Refferal</i>: jika produk/jasa baik, konsumen akan mempromosikan kepada orang lain dan jika buruk konsumen diam dan memberitahukannya pada pihak perusahaan.</p>	<ol style="list-style-type: none"> 1. Akan Rutin untuk menggunakan Lion Air 2. Pembelian yang banyak 	<p>19</p> <p>20</p>
		<ol style="list-style-type: none"> 1. Tidak terpengaruh oleh tawaran kompetitor maskapai lain 2. Komitmen untuk tetap menggunakan Lion Air meskipun tarif naik. 	<p>21</p> <p>22</p>
		<ol style="list-style-type: none"> 1. Rekomendasi informasi positif kepada orang lain. 2. Konsistensi mendorong orang lain untuk mengadakan bisnis dengan Lion Air 	<p>23</p> <p>24</p>

3.4 Metode Pengumpulan Data

Data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data primer dan data sekunder. Malhotra (2005:120), menyatakan bahwa data primer adalah data yang dibuat oleh peneliti untuk maksud khusus menyelesaikan masalah riset. Memperoleh data primer memerlukan biaya dan waktu yang banyak, hal ini disebabkan data primer diperoleh langsung dari sumber asli (tidak melalui perantara). Sedangkan data sekunder menurut Malhotra (2005:121) adalah data-data yang diperoleh dari sumber data, yang tidak diperoleh secara langsung oleh peneliti yang dikumpulkan untuk maksud selain menyelesaikan masalah yang dihadapi.

Dalam penelitian ini, data primer diperoleh dari jawaban responden melalui kuesioner. Metode ini dilakukan dengan cara menyebarkan daftar pertanyaan tertulis kepada responden untuk memperoleh data berupa jawaban-jawaban yang nantinya akan diolah dan dianalisis dalam penelitian. Malhotra (2005:325), menyatakan bahwa kuesioner adalah teknik terstruktur untuk memperoleh data yang terdiri dari serangkaian pertanyaan tertulis atau verbal, yang dijawab responden. Bentuk kuesioner yang digunakan dalam penelitian ini adalah kuesioner tertutup, yaitu seperangkat pertanyaan yang telah disediakan sejumlah alternatif jawabannya untuk dipilih oleh setiap responden dengan kategori likert skala penilaian lima. Sedangkan sumber data sekunder diperoleh berupa brosur produk, data perusahaan, buku profil, literatur, internet, penelitian terdahulu dan jurnal kumpulan tulisan dari beberapa ahli.

Menurut Sugiyono (2008:148) instrumen penelitian adalah suatu alat yang digunakan mengukur fenomena alam maupun sosial yang diamati. Secara spesifik

semua fenomena ini disebut variabel penelitian. Instrumen pada penelitian ini adalah dengan menggunakan kuesioner dimana sejumlah pertanyaan tertulis dan terstruktur yang diberikan kepada responden sehingga diperoleh jawaban yang sesuai dengan tujuan penelitian.

Skala pengukuran yang digunakan dalam penelitian ini adalah skala likert. Menurut Sugiyono (2007:132), skala likert digunakan untuk mengukur sikap, pendapat dan persepsi seseorang atau kelompok tentang fenomena sosial. Sedangkan menurut Malhotra (2005:298), skala likert adalah skala pengukuran dengan lima kategori respon yang berkisar antara "sangat setuju" hingga "sangat tidak setuju" yang mengharuskan responden menentukan derajat persetujuan atau ketidak-setujuan responden terhadap masing-masing dari serangkaian pernyataan mengenai obyek stimulus. Dalam hal ini, variabel bebas maupun variabel terikat digunakan skala lima tingkat, yang terdiri dari: Sangat Setuju (SS), Setuju (S), Kurang Setuju (KR), Tidak Setuju (TS), dan Sangat Tidak Setuju (STS).

Tabel 3.2
Skala Likert

Jawaban	Skor atau nilai
----------------	------------------------

Sangat setuju	5
Setuju	4
Kurang setuju	3
Tidak setuju	2
Sangat tidak setuju	1

Sumber : Olahan peneliti

Penyebaran kuesioner dilakukan pada saat konsumen datang ke Bandara Soekarno-Hatta Cengkareng tempat si penumpang akan berangkat sesuai rute yang akan dituju.

Selanjutnya agar hasil penelitian tidak diragukan kebenarannya, maka instrumen perlu diuji validitas dan reliabilitasnya. Hal ini sesuai dengan pendapat Sugiyono (2007:202) bahwa supaya diperoleh data penelitian yang valid dan reliable maka perlu diuji validitas dan reliabilitasnya sebelum instrumen kuesioner diberikan kepada responden.

3.4.1 Uji Validitas

Uji validitas berfungsi untuk mengukur valid tidaknya suatu kuesioner. Suatu kuesioner dianggap valid jika pertanyaan pada kuesioner mampu mengungkapkan sesuatu yang akan diukur oleh kuesioner tersebut. Dengan demikian, pada prinsipnya uji validitas berguna untuk mengukur apakah pertanyaan yang diajukan dalam kuesioner yang telah kita buat betul-betul

mampu mengukur apa yang hendak kita teliti mengukur apa yang hendak kita teliti.

Validitas adalah suatu ukuran yang menunjukkan tingkat kevalidan atau kesahihan suatu instrumen (Arikunto, 2002:144). Suatu instrumen di katakan valid apabila mampu mengukur apa yang diinginkan serta dapat mengungkap dalam variabel yang di teliti secara tetap. Tinggi rendahnya validitas instrumen menunjukkan sejauh mana data yang terkumpul tidak menyimpang dari gambaran tentang variabel yang di maksud. Uji validitas ini digunakan dengan tujuan untuk mengetahui seberapa cermat suatu tes melakukan fungsi ukurannya.

Suatu instrumen dinyatakan valid jika instrumen itu mampu mengukur apa yang hendak diungkap. Nilai validitas dicari dengan menggunakan *Pearson Product Moment* yaitu pengujian validitas terhadap korelasi skor item pertanyaan dengan skor total sebagai kriterianya. Adapun syarat minimum untuk dianggap valid adalah nilai r hitung > dari nilai tabel r.

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

Keterangan:

r_{xy} = koefisien korelasi

n = jumlah obsevasi/responden

x = skor pertanyaan

y = skor total

Uji validitas dapat dilakukan dengan melihat korelasi antara skor masing-masing item dalam kuesioner dengan total skor yang ingin diukur yaitu menggunakan *Coefficient Corelation Pearson* dalam SPSS. Pengujian menggunakan uji dua sisi dengan taraf signifikansi 0,05. Kriteria pengujian adalah sebagai berikut:

1. Jika $r \text{ hitung} \geq r \text{ tabel}$ maka instrumen atau *item-item* pertanyaan berkorelasi signifikan terhadap skor total (dinyatakan valid).
2. Jika $r \text{ hitung} < r \text{ tabel}$ maka instrumen atau *item-item* pertanyaan tidak berkorelasi signifikan terhadap skor total (dinyatakan tidak valid).

Menurut Ghozali (2005), setiap pernyataan dinyatakan valid apabila nilai $r \text{ hitung} > r \text{ tabel}$ (0.361) untuk jumlah responden 30 orang.

3.4.2 Uji Reliabilitas

Reliabilitas menunjukkan pada suatu pengertian bahwa suatu instrumen cukup dapat dipercaya untuk dapat digunakan sebagai alat pengumpul data karena instrumen tersebut sudah baik (Arikunto, 2002:154). Sedang menurut Sugiyono (2008:10) mengemukakan bahwa reliabilitas menunjukkan suatu pengertian bahwa instrumen cukup dapat dipercaya untuk digunakan sebagai alat

pengumpulan data, karena instrumen itu sudah baik. Instrumen yang dapat dipercaya, yang reliabel akan menghasilkan data yang dapat dipercaya.

Pada penelitian ini untuk mencari reliabilitas instrumen menggunakan *Cronbach's Alpha*, karena merupakan statistik yang paling umum digunakan untuk menguji reliabilitas suatu instrumen penelitian. Suatu instrumen penelitian diindikasikan memiliki tingkat reliabilitas memadai jika koefisien Alpha Cronbach lebih besar atau sama dengan 0,70 (Hair, Tatham & Black, 2006:88).

3.5 Populasi dan Sampel

Populasi dalam penelitian ini adalah semua konsumen yang pernah menggunakan maskapai penerbangan Lion Air di bandara Soekarno-Hatta dalam kurun waktu 3 bulan terakhir dengan melihat dari kualitas pelayanan yang diberikan Lion Air meliputi dari pelayanan dalam penerbangan.

Demikian banyaknya populasi sehingga tidak mungkin seluruh populasi dapat dihitung (*Infinite*) karena terkait dengan waktu dan tenaga. Sempit luasnya wilayah pengamatan dari setiap subjek karena dalam hal ini menyangkut banyak sedikitnya data. Besar kecilnya resiko yang tergantung oleh peneliti untuk penelitian yang risikonya besar. Tentu saja jika sampel lebih besar hasilnya akan lebih baik. Menurut Hair et al., (dalam Ferdinand, 2006), besarnya sampel dalam suatu penelitian bila terlalu besar akan menyulitkan peneliti untuk bisa mendapatkan model penelitian yang cocok dan disarankan ukuran sampel yang sesuai berkisar antara 100-200

responden. Jadi untuk menentukannya maka digunakan sistem *Hair*. Menurut Hair (dalam Ferdinand, 2006) adalah tergantung pada jumlah indikator yang ada dan dikalikan lima sampai sepuluh. Jumlah sampel minimum untuk penelitian ini adalah :
Sampel minimum = $24 \times 5 = 120$ responden (1)

Teknik pengambilan sampel yang akan digunakan dalam penelitian ini adalah dengan menggunakan metode purposive sampling, yaitu pengambilan sampel berdasarkan kriteria tertentu. Pengambilan sampel dengan metode ini bertujuan untuk mendapatkan sampel yang representatif. Pengambilan sampel akan dilakukan di bandara Soekarno-Hatta terminal 1A cengkareng yang dirasa cukup mewakili populasi dalam pengambilan sampel.

3.6 Metode Analisis

3.6.1 Analisis Regresi Linear Berganda

3.6.1.1 Persamaan Regresi

Analisis regresi digunakan untuk mengetahui bagaimana variabel dependen (Y) dapat diprediksi melalui variabel independen (X) secara individual. Adapun perhitungan persamaan regresi linear sederhana dilakukan dengan menggunakan rumus (Sugiyono, 2008:270) sebagai berikut:

$$\hat{Y} = a + b_1X_1 + b_2X_2$$

Keterangan: \hat{Y} = Loyalitas Konsumen

a = Konstanta

b_1b_2 = Koefisien regresi

X_1 = Kualitas Pelayanan

X_2 = Persepsi Harga

3.6.2 Uji Persyaratan

3.6.2.1 Uji Normalitas

Uji normalitas bertujuan untuk menguji apakah model regresi, variabel pengganggu atau residual memiliki distribusi normal. Data yang baik adalah data yang mempunyai pola seperti distribusi normal, yaitu distribusi data tersebut tidak condong ke kanan atau ke kiri, tetapi bentuk lonceng. Dalam penelitian ini akan digunakan uji *One Sample Kolmogorov-Smirnov* dengan menggunakan taraf signifikansi 0,05. Data dinyatakan berdistribusi normal jika signifikansi lebih besar dari 0,05 atau 5%.

3.6.2.2 Uji Linearitas

Menurut Siswandari (2006:26) Uji Linearitas bertujuan untuk mengetahui apakah dua variabel mempunyai hubungan yang linear atau tidak secara signifikan. Uji ini digunakan untuk sebagai prasyarat dalam analisis korelasi atau regresi linear. Pada penelitian ini pengujian linearitas dengan menggunakan *Test of Linearity* dengan pada taraf signifikansi 0,05. Artinya,

dua variabel dikatakan mempunyai hubungan yang linear bila signifikansi kurang dari 0,05.

3.6.3 Uji Asumsi Klasik

3.6.3.1 Uji Multikolinearitas

Multikolonieritas adalah adanya suatu hubungan linear yang sempurna antara beberapa atau semua variabel independen. Uji multikolonieritas bertujuan untuk menguji apakah model regresi ditemukan adanya korelasi antar variabel bebas (independen). Model regresi yang baik seharusnya tidak terjadi korelasi diantara variabel independen (Ghozali, 2006: 95).

Jika variabel independen saling berkorelasi, maka variabel-variabel ini tidak orthogonal. Variabel orthogonal adalah variabel orthogonal adalah variabel independen yang nilai korelasi antar sesama variabel independen sama dengan nol.

Multikolonieritas dideteksi dengan menggunakan nilai *tolerance* dan *variance inflation factor* (VIF). Kedua ukuran ini menunjukkan setiap variabel independen manakah yang dijelaskan oleh variabel independen lainnya. *Tolerance* mengukur variabilitas variabel independen yang terpilih, yang tidak dapat dijelaskan oleh variabel independen lainnya. Nilai *tolerance* yang rendah sama dengan nilai VIF tinggi (karena $VIF=1/Tolerance$). Nilai *cut-off* yang umum dipakai untuk menunjukkan adanya multikolonieritas adalah nilai *Tolerance* $\leq 0,10$ atau sama dengan VIF ≥ 10 .

3.6.3.2 Uji Heterokedastisitas

Uji heterokedastisitas bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi terjadi ketidaksamaan varians dari residual satu pengamatan ke pengamatan yang lain. Jika varians dari residual satu pengamatan ke pengamatan lain tetap, maka disebut Homoskedastisitas dan jika berbeda disebut Heterokedastisitas. Model regresi yang baik adalah yang Homokedastisitas atau tidak terjadi Heterokedastisitas (Ghozali, 2006: 125).

Dalam penelitian ini uji heterokedastisitas dilakukan dengan menggunakan Uji *Park*, yaitu meregresikan nilai residual ($Ln\epsilon_i^2$) dengan masing-masing variabel dependen (LnX_1 dan LnX_2). Kriteria pengujian adalah sebagai berikut:

- 1) H_0 : tidak ada gejala heteroskedastisitas
- 2) H_a : ada gejala heteroskedastisitas

H_0 diterima bila $-t_{\text{tabel}} \leq t_{\text{hitung}} \leq t_{\text{tabel}}$ berarti tidak terdapat heterokedastisitas dan H_0 ditolak bila $t_{\text{hitung}} > t_{\text{tabel}}$ atau $-t_{\text{hitung}} < -t_{\text{tabel}}$ yang berarti terdapat heterokedastisitas.

3.6.4 Uji Hipotesis

3.6.4.1 Uji Signifikansi Parameter Individual (Uji t)

yaitu pengujian koefisien regresi parsial individual yang digunakan untuk mengetahui apakah variabel independen (X_i) secara individual variabel dependen (Y). Langkah-langkah pengujiannya adalah sebagai berikut :

- Menentukan formulasi H_0 dan H_1 .

H_0 = Tidak ada pengaruh antara variabel X dan Variabel Y .

H_1 = Ada pengaruh antara variabel X dan variabel Y .

- Level Signifikansi yang digunakan $\alpha = 0,05$ (5 persen).

Sampel $n = 100$

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

- Menentukan kriteria pengujian.

H_0 diterima apabila $t_{\text{hitung}} < t_{\text{tabel}}$.

H_1 ditolak apabila $t_{\text{hitung}} > t_{\text{tabel}}$.

- Kesimpulan dan keputusan, dimana apabila $t_{\text{hitung}} < t_{\text{tabel}}$, maka H_0 diterima, berarti tidak ada pengaruh antara variabel X dengan variabel Y . Sedangkan apabila $t_{\text{hitung}} > t_{\text{tabel}}$, maka H_0 ditolak, berarti ada pengaruh antara variabel X dengan variabel Y .

2.6.4.2 Uji F

Uji F merupakan pengujian signifikansi persamaan yang digunakan untuk mengetahui seberapa besar pengaruh variable independen (x_1 dan x_2), yaitu variable Kualitas pelayanan dan harga secara bersama-sama terhadap variabel dependen (Y), yaitu loyalitas konsumen. Langkah-langkah yang digunakan dalam uji ini (Singgih Santoso, 2000) adalah sebagai berikut :

- Menentukan formulasi H_0 dan H_1 .

H_0 = Tidak ada pengaruh antara variabel kualitas pelayanan dan harga terhadap loyalitas konsumen.

H_1 = Ada pengaruh antara variabel kualitas dan harga terhadap loyalitas konsumen.

- Taraf nyata $\alpha = 95$ persen.

- Derajat kebebasan F tabel (α , k, n-k-1).

Dimana, $\alpha = 0,05$.

k = Jumlah variabel bebas.

n = Jumlah sampel.

- Menentukan kriteria pengujian.

H_0 diterima apabila F hitung < F tabel.

H_1 ditolak apabila F hitung > F tabel.

3.6.5 Koefisien Determinasi (R^2)

Koefisien determinasi dapat digunakan untuk mengetahui perubahan variabel tidak bebas (Y) yang disebabkan oleh variabel bebasnya (X). Menurut Widarjono (2007), koefisien determinasi (R^2) dapat didefinisikan sebagai proporsi atau persentase dari total variasi variabel dependen Y yang dijelaskan oleh garis regresi (variabel independen X). Adalapun besarnya nilai koefisien determinasi (R^2) adalah antara 0 dan 1 ($0 \leq R^2 \leq 1$). Semakin angkanya mendekati 1 maka semakin baik garis regresi karena mampu menjelaskan data aktual.