

BAB III

OBJEK DAN METODE PENELITIAN

3.1 Objek dan Ruang Lingkup Penelitian

Objek dalam penelitian ini adalah perusahaan sandal Cleestr. Lokasi penelitian ini dilakukan di Tasikmalaya, responden penelitian adalah konsumen sandal Cleestr. Ruang lingkup penelitian mengenai **“Atribut Produk, Kebijakan Harga dan Minat Beli”**.

3.1.1 Sejarah Singkat Perusahaan

Perusahaan Sandal Cleestr berdiri sejak tahun 2003 dimana Bapak Tatang Sunarya mendirikan sebuah perusahaan alas kaki sandal di Jl. Gubernur Swaka, Sambong, Mangkubumi. Pada awal pendiriannya Sandal Cleestr memiliki nama merek “Larista”, yang tidak lama kemudian berganti lagi menjadi “Filesta”. Pada awal pendiriannya, Perusahaan Sandal Cleestr banyak mengalami permasalahan dan ketidakpastian, hingga pada tahun 2010 Bapak Tatang Sunarya memutuskan untuk mengganti nama merek produk perusahaannya menjadi “Cleestr” hingga saat ini. Kepemilikan Perusahaan Sandal Cleestr saat ini dipegang oleh Lela sebagai istri dari Bapak Tatang Sunarya.

Perusahaan Sandal Cleestr memproduksi jenis sandal yang beragam, mulai dari sandal untuk anak-anak (laki-laki/perempuan), remaja (laki-laki/perempuan), dan dewasa (laki-laki/perempuan), dengan berbagai pilihan tipe dan harga yang bervariasi. Perusahaan Sandal Cleestr sendiri memiliki pasar yang cukup luas,

yang diantaranya: Jakarta, Bandung, Kadipaten, Tasikmalaya, dan berbagai kota di Jawa Tengah. Namun seiring ketatnya persaingan, pasar yang menjadi tujuan Sandal Cleestr menjadi lebih terbatas, yang diantaranya: Jakarta, Kadipaten dan Tasikmalaya.

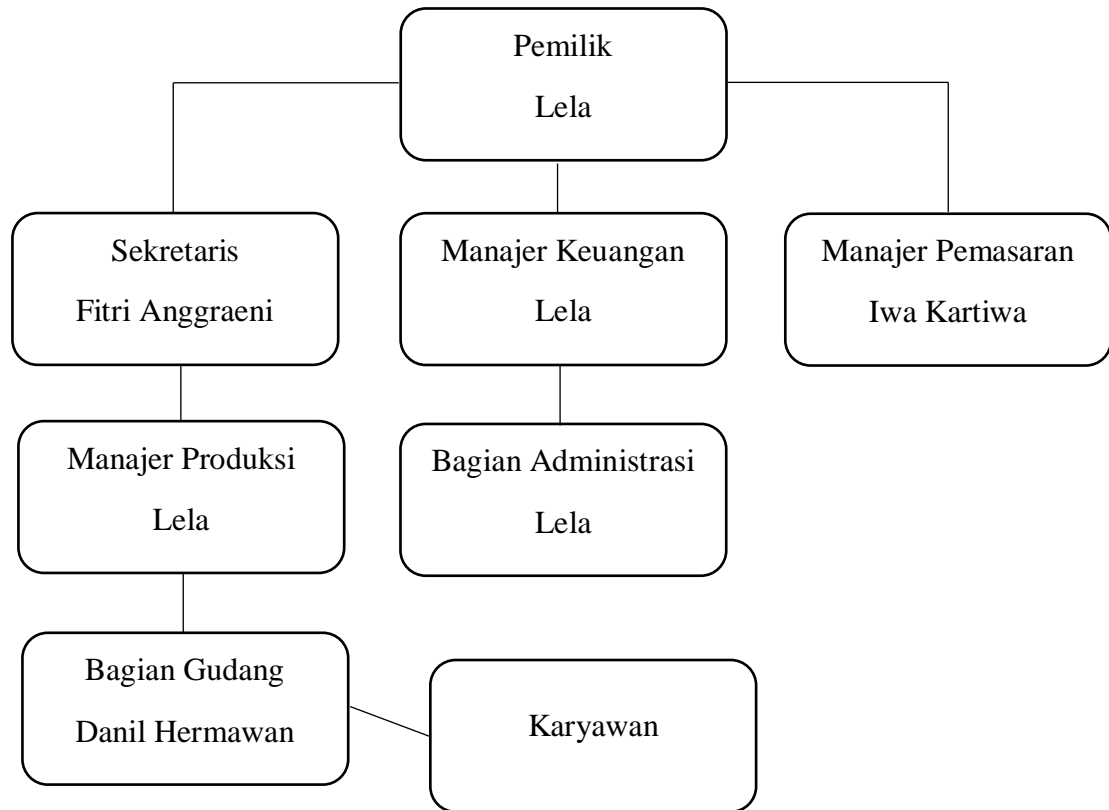
3.1.1 Struktur Organisasi Perusahaan

Struktur Organisasi merupakan susunan yang terdiri dari fungsi-fungsi dan hubungan yang menyertakan seluruh kegiatan untuk mencapai suatu sasaran yang secara fisik dapat dinyatakan dalam bentuk bagan yang memperlihatkan hubungan unit organisasi dari garis-garis wewenang yang ada.

Sedangkan organisasi merupakan bentuk kerja sama dari sekelompok orang untuk mencapai tujuan bersama. Dalam organisasi terdapat unsur-unsur seperti sekelompok orang bekerja sama atau pembagian tugas dan adanya tujuan yang ingin dicapai. Perusahaan sebagai suatu organisasi yang membutuhkan adanya kepengurusan untuk dapat melakukan kegiatan usahanya. Dalam organisasi terdapat hubungan-hubungan formal yang luas meliputi hubungan orang dengan orang maupun fungsi yang disusun dalam rangka mengatur aliran pekerjaan, pemberian wewenang dan tanggung jawab. Untuk dapat mencapai tujuan organisasi secara efektif dan efisien, maka macam-macam tugas yang ada dalam organisasi harus di bagi-bagi dan ditugaskan pada orang-orang tertentu yang ahli dalam bidangnya masing-masing.

Dalam menjalankan usahanya, Perusahaan Sandal Cleestr menggunakan struktur organisasi yang sederhana. Adapun struktur organisasi yang ada di

Perusahaan Sandal Cleestr adalah sebagai berikut:



Gambar 3.1
Struktur Organisasi Perusahaan Sandal Cleestr

Sumber : Perusahaan Sandal Cleestr (November, 2018)

3.1.2.1. Uraian Tugas atau *Job Description*

Adapun tugas masing-masing bagian adalah sebagai berikut :

1. Pemilik

Pemilik bertanggung jawab atas seluruh kegiatan perusahaan serta berhak untuk menentukan berbagai kebijakan perusahaan yang meliputi:

- Kebijakan Umum
- Kebijakan Keuangan

- Kebijakan Pemasaran
- Mengawasi seluruh aktivitas perusahaan

2. Manajer Produksi

Manajer produksi mempunyai tugas sebagai berikut:

- Membuat program pemeliharaan mesin dan menangani masalah teknisnya.
- Merencanakan jumlah barang yang harus dibuat sekaligus menentukan urutan-urutan kerja dalam perusahaan.
- Melaporkan hasil kegiatan bagiannya kepada pemilik.

3. Manajer Keuangan

Manajer keuangan merupakan orang yang bertanggung jawab terhadap arus masuk dan keluarnya uang dalam perusahaan, tugas-tugas utamanya adalah:

- Membuat laporan yang berhubungan dengan kegiatan perusahaan.
- Merekomendasi kebijakan keuangan dan pemecahan masalah terhadap berbagai kendala yang dihadapi perusahaan terutama yang berhubungan dengan masalah keuangan.
- Merencanakan pembayaran gaji dan insentif terhadap seluruh karyawan perusahaan.

4. Manajer Pemasaran

Tugas utama Manajer Perusahaan:

- Menjual barang kepada pemesan.
- Menjual produk ke daerah pemasaran yang telah ditetapkan perusahaan.
- Mengatur pendistribusian barang.

- Menaksir wilayah pemasaran baru yang dianggap potensial sebagai sasaran pasar berikutnya.

5. Bagian Administrasi

Tugas utama bagian administrasi sebagai berikut:

- Menangani semua sistem pengadministrasian.
- Mencatat semua kegiatan yang ada di perusahaan.
- Menyortir hasil produksi untuk menilai apakah sesuai dengan pesanan.

6. Sekretaris

Sekretaris merupakan pegawai atau seorang karyawan yang diberikan tugas atau pekerjaan yang berhubungan dengan masalah rahasia perusahaan.

Tugas sekretaris dalam perusahaan Sandal Cleestr adalah :

- Menerima dikte (perintah) pimpinan
- Menyimpan arsip atau surat.

7. Bagian Gudang

Tugas utama bagian gudang adalah :

- Mengatur arus bahan baku yang masuk dan keluar.
- Mengawasi persediaan yang dibutuhkan oleh bagian-bagian produksi.

3.2 Metode Penelitian

Metode penelitian yang digunakan adalah survey, menurut Gima Sugima (2008: 135): “Penelitian dengan cara mengajukan pernyataan kepada orang-orang atau subjek dan merekam jawaban tersebut untuk kemudian dianalisis secara kritis”.

3.2.1 Operasional Variabel

Agar penelitian ini dapat dilaksanakan sesuai dengan yang diharapkan, maka perlu dipahami sebagai unsur-unsur yang menjadi dasar dari suatu penelitian ilmiah yang termuat dalam operasionalisasi variabel penelitian.

Variabel yang digunakan dalam penelitian ini dikelompokkan menjadi dua, yaitu :

1. Variabel bebas atau variabel (X), yaitu variabel yang mempengaruhi variabel yang tidak bebas. Yang terdiri dari :

X_1 = Atribut Produk

X_2 = Kebijakan Harga

2. Variabel tidak bebas atau variabel (Y), yaitu variabel yang dipengaruhi oleh variabel bebas. Yang menjadi variabel tidak bebas dalam penelitian ini adalah Minat Beli.

Berikut ini adalah tabel operasionalisasi variabel yang digunakan pada penelitian ini :

Tabel 3.1
Operasionalisasi Variabel

Variabel	Definisi Operasional	Indikator	Ukuran	Skala
(1)	(2)	(3)	(4)	(5)
Atribut Produk (X ₁)	Manfaat-manfaat yang akan diberikan oleh perusahaan sandal Cleestr	1. Kualitas Produk (<i>product quality</i>)	• Komponen berfungsi dengan baik	O R D I N A L
		2. Fitur (<i>feature</i>)	• Ciri yang menonjol (khas)	
		3. Desain (<i>design</i>)	• Tampilan fisik yang mengesankan	
		4. Gaya (<i>style</i>)	• Fitur dari produk yang menarik dengan gaya yang khas	
		5. Bentuk (<i>form</i>)	• Bentuk fisik yang menarik	
		6. Ketahanan (<i>durability</i>)	• Umur ekonomis yang panjang	
		7. Kemudahan perbaikan (<i>repairability</i>)	• Mudah diperbaiki	
		8. Keandalan (<i>reliability</i>)	• Daya tahan produk yang baik	

Kebijakan Harga (X₂)	Kebijakan menetapkan suatu nilai untuk memperoleh produk atau dapat juga dikatakan penentuan nilai suatu produk dibenak konsumen sandal Cleestr	1. Pernyataan nilai dari suatu produk	• Harga sesuai dengan nilai produk	O R D I N A L
		2. Aspek yang tampak jelas	• Harga sesuai dengan kualitas bahan baku	
		3. Determinan utama permintaan	• Harga sesuai dengan kualitas produk	
		4. Berkaitan dengan pendapatan dan laba	• Harga Terjangkau	
Minat Beli (Y)	Kecenderungan konsumen untuk membeli sandal Cleestr	1. Minat transaksional	• Kecenderungan seseorang untuk membeli produk atau berhubungan dengan perusahaan	
		2. Minat referensial	• Kecenderungan seseorang untuk mereferensikan produk yang dibelinya kepada orang lain	
		3. Mint preferensial	• Minat yang menggambarkan perilaku seseorang yang memiliki preferensi utama pada produk	
		4. Minat eksploratif	• Mencari informasi untuk mendukung sifat-sifat positif dari produk tersebut	

3.2.2 Teknik Pengumpulan data

Teknik pengumpulan data yang dilakukan dalam penelitian ini antara lain:

1. *Kuesioner*

Yaitu pengumpulan data yang diperoleh dengan cara memberikan pernyataan-pernyataan yang berkaitan dengan masalah yang diteliti pada konsumen.

2. *Interview*

Yaitu pengumpulan data dengan cara wawancara langsung dengan pihak Manajemen Sandal Cleestr berkaitan dengan permasalahan yang diteliti.

3. *Studi Dokumentasi*

Pengumpulan data melalui dokumen-dokumen dari perusahaan yang relevan dengan tujuan penelitian ini seperti Struktur organisasi dan dokumen lain.

3.2.2.1 Jenis dan Sumber Data

Jenis dan sumber data dalam penelitian ini dibedakan dalam 2 bagian, yaitu:

1. Jenis data kualitatif

Menurut Sugiyono (2005) penelitian kualitatif mengkaji perspektif partisipan dengan strategi yang bersifat interaktif dan fleksibel. Penelitian kualitatif ditujukan untuk memahami fenomena-fenomena sosial dari sudut pandang partisipan. Data yang diperoleh seperti hasil wawancara, catatan lapangan, disusun peneliti dilokasi penelitian, tidak dituangkan dalam bentuk angka.

2. Sumber data primer

Data yang diperoleh melalui kuesioner kepada konsumen dan wawancara langsung dengan pihak manajemen Sandal Cleestr Tasikmalaya.

3. Sumber data sekunder

Data yang dikumpulkan dari pihak lain sebagai sarana untuk kepentingan mereka sendiri, data yang sudah ada atau tersedia yang kemudian diolah kembali untuk tujuan tertentu, data ini berupa sejarah dan keadaan perusahaan, literatur, artikel, tulisan ilmiah yang dianggap relevan dengan topik yang sedang diteliti.

3.2.2.2 Populasi

Populasi menurut Sugiyono (2008: 115) adalah wilayah generalisasi yang terdiri atas objek atau subjek yang mempunyai kuantitas dan karakteristik tertentu yang diterapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik

kesimpulannya. Adapun yang menjadi populasi dalam penelitian ini adalah seluruh konsumen Sandal Cleestr yang berkunjung yaitu sebanyak 250 orang pada bulan Februari 2018.

3.2.2.3 Sampel

Menurut Asep Hermawan (2009: 147) sampel merupakan suatu bagian dari populasi, hal ini mencakup sejumlah anggota yang dipilih dari populasi. Dengan demikian, sebagian elemen dari populasi merupakan sampel dengan mengambil sampel peneliti ingin menarik kesimpulan yang akan digeneralisasi terhadap populasi.

Untuk menentukan ukuran sampel yang akan diambil agar mewakili seluruh populasi digunakan rumus yang dikemukakan oleh Slovin yang dikutip oleh Husein Umar (2002: 141) sebagai berikut :

$$n = \frac{N}{1 + N(0,1)^2}$$

Keterangan : N = Populasi
n = Sampel
d = 10%

Jadi populasi dalam penelitian ini sebanyak 250 konsumen yang berkunjung pada bulan November 2018. Untuk menentukan jumlah sampel minimal dengan formulasi penarikan sampel yang telah dikemukakan sehingga jumlah anggota sampelnya adalah sebagai berikut :

$$n = \frac{N}{1 + N(0,1)^2}$$

$$= \frac{250}{1 + 250 (0,1)^2}$$

$$= \frac{250}{1 + 250 (0,01)}$$

$$= \frac{250}{1 + 2,5}$$

$$= \frac{250}{3,5}$$

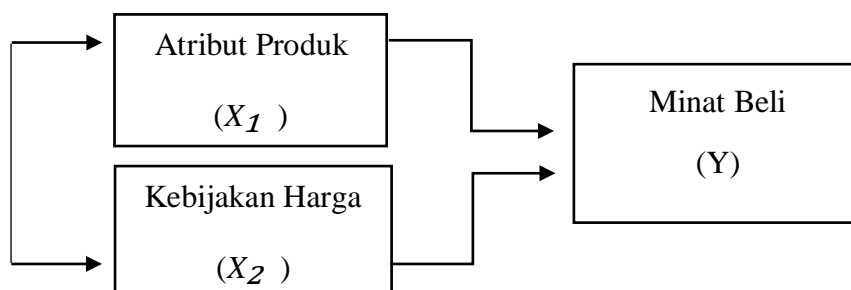
$n = 71,4$ dibulatkan menjadi 72 orang

Jadi ukuran sampel yang dipilih adalah sebanyak 72 orang.

Metode yang digunakan dalam penarikan sampel pada penelitian ini adalah *accidental sampling*. Menurut Sugiyono (2010: 77), “*accidental sampling* adalah teknik penentuan sampel berdasarkan kebetulan.”

3.3 Model Penelitian

Untuk lebih menjelaskan pengaruh kualitas produk dan citra merek terhadap keputusan pembelian, maka dibuat paradigma penelitian sebagai berikut:



Gambar 3.2
Paradigma Penelitian

3.4 Teknik Analisis Data

Data yang diperoleh dari penelitian ini, kemudian dianalisis dengan menggunakan statistik untuk mengetahui pengaruh kualitas produk dan citra merek terhadap keputusan pembelian.

3.4.1 Uji Validitas dan Reliabilitas

Setelah data yang diperlukan telah diperoleh, data tersebut dikumpulkan untuk kemudian dianalisis dan diinterpretasikan. Sebelum melakukan analisis data, perlu dilakukan uji validitas dan uji reliabilitas terhadap kuesioner yang telah disebarkan.

1. Uji Validitas

Validitas menunjukkan sejauh mana ketepatan dan kecermatan suatu alat ukur dalam melakukan fungsi ukurnya (Suliyanto, 2009: 47).

Kriteria pengujian validitas

Keputusan pada sebuah butir pertanyaan dapat dianggap valid, dapat dilakukan dengan cara :

Nilai $p \leq \alpha$ (Santoso, 2000)

2. Uji Reliabilitas

Reliabilitas merupakan istilah yang digunakan untuk menunjukkan sejauh mana hasil hasil pengukuran dapat dipercaya (Suliyanto, 2009: 47).

Kriteria pengujian reliabilitas

Keputusan pada sebuah butir pertanyaan dapat dianggap reliabel, dapat dilakukan dengan cara :

Jika r -alpha positif dan r -alpha $>$ r -tabel (α ; $n-2$) n = jumlah sampel (Santoso, 2000)

Adapun tabel kriteria indeks koefisien reliabilitas sebagai berikut :

Tabel 3.2
Kriteria Indeks Koefisien Reliabilitas

No	Interval	Kriteria
1.	$< 0,200$	Sangat Rendah
2.	$0,200 - 0,399$	Rendah
3.	$0,400 - 0,599$	Cukup
4.	$0,600 - 0,799$	Tinggi
5.	$0,800 - 1,000$	Sangat Tinggi

(Sumber : Arikunto, 2010)

Untuk mempermudah perhitungan, uji validitas dan uji reliabilitas akan menggunakan program SPSS for Windows Versi 17.

3.4.2 Analisis Terhadap Kuesioner

Teknik pertimbangan data dengan analisis deskriptif, dimana data yang dikumpulkan dan diringkas pada hal-hal yang berkaitan dengan data tersebut seperti: Frekuensi, mean, standar deviasi maupun rangkingnya. Untuk menentukan pembobotan jawaban responden dilakukan dengan menggunakan *skala Likert* untuk jenis pernyataan tertutup yang berskala normal. Sikap-sikap pernyataan tersebut memperlihatkan pendapat positif atau negatif.

Untuk lebih jelasnya dapat dilihat pada tabel berikut ini :

Tabel 3.3
Formasi Nilai, Notasi & Predikat Masing-masing Pilihan Jawaban Untuk Pernyataan Positif

Nilai	Keterangan	Notasi	Predikat
5	Sangat Setuju	SS	Sangat Tinggi

4	Setuju	S	Tinggi
3	Tidak Ada Pendapat	TAP	Sedang
2	Tidak Setuju	TS	Rendah
1	Sangat Tidak Setuju	STS	Sangat Rendah

Tabel 3.4
Formasi Nilai, Notasi & Predikat Masing-masing Pilihan Jawaban Untuk Pernyataan Negatif

Nilai	Keterangan	Notasi	Predikat
5	Sangat Tidak Setuju	STS	Sangat Tinggi
4	Tidak Setuju	TS	Tinggi
3	Tidak Ada Pendapat	TAP	Sedang
2	Setuju	S	Rendah
1	Sangat Setuju	SS	Sangat Rendah

3.4.3 Metode *Successive Interval*

Untuk melakukan analisis dalam penelitian ini digunakan *Metode Successive Interval*. Menurut Syarifudin Hidayat (2005: 55), menyatakan bahwa skala *likert* jenis ordinal hanya menunjukkan peringkat saja. Oleh karena itu, variabel yang berskala ordinal terlebih dahulu ditransformasikan menjadi data yang berskala interval. Adapun langkah kerja *method of successive interval* adalah sebagai berikut:

- a. Perhatikan F (frekuensi) responden (banyaknya responden yang memberikan respon yang ada)
- b. Bagi setiap bilangan pada F (frekuensi) oleh n (jumlah sampel), sehingga diperoleh $P_i = F_i/n$
- c. Jumlahkan P (proporsi) secara berurutan untuk setiap responden, sehingga keluar proporsi kumulatif ($P_{ki} = P_{(i-1)} + P_i$).

- d. Proporsi kumulatif (Pk) dianggap mengikuti distribusi normal baku, sehingga kita bisa menemukan nilai Z untuk setiap kategori.
- e. Hitung SV (scala value = nilai skala), dengan rumus :

$$SV = \frac{\text{Density at lower limit} - \text{Density at upper limit}}{\text{Area under upper limit} - \text{Area Under Lower Limit}}$$

Nilai-nilai untuk density diperoleh dari tabel ordinal distribusi normal baku.

- f. SV (Skala Value) yang nilainya terkecil (harga negatif yang terbesar) diubah menjadi sama dengan satu (=1)

$$\text{Transformed SV} \longrightarrow Y = SV + |SV_{\min}|$$

3.4.4 Analisis Jalur (*Path Analysis*)

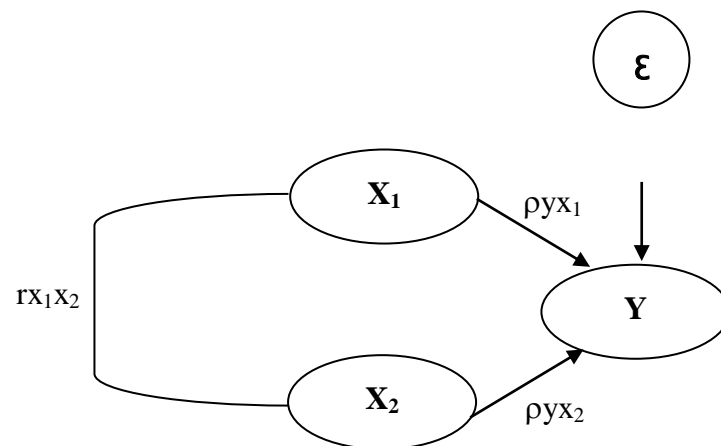
Teknik yang digunakan adalah analisis jalur (*path analysis*). Tujuan digunakan analisis jalur (*path analysis*) adalah untuk mengetahui pengaruh seperangkat variabel X terhadap variabel Y, serta untuk mengetahui pengaruh antar variabel X. Dalam analisis jalur ini dapat dilihat pengaruh dari setiap variabel secara bersama-sama.. Untuk menentukan besarnya pengaruh suatu variabel ataupun beberapa variabel terhadap variabel lainnya baik pengaruh yang sifatnya langsung atau tidak langsung, maka dapat digunakan Analisis jalur (Affandi, 1994). Tahapan dari analisis jalur adalah sebagai berikut:

1. Membuat diagram jalur dan membaginya menjadi beberapa sub-struktur
2. Menentukan matrik korelasi
3. Menghitung matrik invers dari variabel independent

4. Menentukan koefisien jalur, tujuannya adalah mengetahui besarnya pengaruh dari suatu variabel independent terhadap variabel dependent
5. Menghitung R^2 yang merupakan koefisien determinasi total
6. Menghitung koefisien jalur variabel residu
7. Uji keberartian model secara keseluruhan menggunakan uji F
8. Uji keberartian koefisien jalur secara individu menggunakan uji-t.

Adapun formula *Path Analysis* yang digunakan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Membuat Diagram Jalur



Gambar 3.3
Diagram Jalur

2. Menghitung Koefisien Jalur (β)

$$\rho_{yx_i} = byx_i \sqrt{\frac{\sum_{h=1}^n X_{th}^2}{\sum_{h=1}^n Y_{th}^2}}; 1, 2, \dots, k$$

Dimana byx_i dapat ditentukan melalui

$$b_{yx_i} = \sum_{h=1}^n C_{ij} \cdot \sum_{h=1}^n X_{jh} Y_h \quad ; i = 1, 2, \dots, k \quad (\text{Sitepu, 1994: 15})$$

Keterangan:

ρ_{yx_i} = Koefisiensi jalur dari variabel X_i terhadap variabel Y

b_{yx_i} = Koefisiensi regresi dari variabel X_i terhadap variabel Y

3. Menghitung Koefisien Korelasi (r)

$$\rho_{YX_i} = \frac{-CR_{yxi}}{CR_{yy}} \quad ; i = 1, 2, \dots, k \quad (\text{Sitepu, 1994 : 18})$$

Keterangan :

ρ_{YX_i} = Koefisien jalur dari variabel X_i terhadap Y

CR_{yxi} = Unsur atau elemen pada baris ke-y dan kolom ke- x_i dari matriks invers korelasi

CR_{yy} = Unsur atau elemen pada baris ke-y dan kolom ke-y dari matriks invers korelasi

Besarnya r menunjukkan hubungan antara X dan Y, sedangkan pengaruh yang terjadi diukur oleh r^2 (koefisien determinasi) yang dapat dihitung dengan rumus:

$$Kd = r^2 \times 100\%$$

4. Menghitung Faktor Residu (ϵ) menurut

Sedangkan pengaruh variabel lainnya atau faktor residu/sisa dapat ditentukan melalui :

$$\rho_{y\epsilon_i} = \sqrt{1 - R^2_{y_i x_1 x_2 \dots x_k}} \quad (\text{Sitepu, 1994 : 23})$$

$$\text{dimana } R^2_{y_i x_1 x_2 \dots x_k} = \sum_{i=1}^k \rho_{yx_i} r_{yx_i}$$

Untuk lebih jelasnya factor residu/sisa dapat dilihat pada tabel berikut ini:

Tabel 3.5
Pengaruh Langsung dan Tidak Langsung Variabel Bebas (Independen)
Terhadap Variabel Terikat (Dependen)

No	Variabel	Pengaruh Langsung	Pengaruh Tidak Langsung	Besarnya Pengaruh
1	Atribut Produk	X_1 Terhadap Y (ρ_{yx_1}) (ρ_{yx_1})		A
			$X_1 - X_2 - Y$ (ρ_{yx_1}) ($r_{X_1X_2}$) (ρ_{yx_2})	B
	Total Pengaruh X_1 Terhadap Y			C
2	Kebijakan Harga	X_2 Terhadap Y (ρ_{yx_2}) (ρ_{yx_2})		D
			$X_2 - X_1 - Y$ (ρ_{yx_2}) ($r_{X_2X_1}$) (ρ_{yx_1})	E
	Total Pengaruh X_2 Terhadap Y			F
	Total Pengaruh X_1, X_2 , Terhadap $Y = C + F$			G
	Pengaruh Faktor Lain 100% - G			H

3.4.5 Pengujian Hipotesis

Tahap-tahap pengujian hipotesis sebagai berikut:

1. Penetapan Hipotesis Operasional

a. Secara simultan

$H_0: \rho = 0$ Secara simultan atribut produk dan kebijakan harga tidak berpengaruh signifikan terhadap minat beli Sandal Cleestr.

$H_a: \rho \neq 0$ Secara simultan atribut produk dan kebijakan harga berpengaruh signifikan terhadap minat beli Sandal Cleestr.

b. Secara parsial

$H_{01}: \rho = 0$ Secara parsial atribut produk tidak berpengaruh signifikan terhadap minat beli Sandal Cleestr

$H_{a1}: \rho \neq 0$ Secara parsial atribut produk berpengaruh signifikan terhadap minat beli Sandal Cleestr.

$H_{o2}: \rho = 0$ Secara parsial kebijakan harga tidak berpengaruh signifikan terhadap minat beli Sandal Cleestr.

$H_{a2}: \rho \neq 0$ Secara parsial kebijakan harga berpengaruh signifikan terhadap minat beli Sandal Cleestr.

2. Penetapan Tingkat Signifikansi

Taraf nyata atau taraf kesalahan atau tingkat signifikansi = $\alpha = 0,05 = 5\%$ adalah taraf signifikansi yang biasa dipakai untuk penelitian social.

Tingkat keyakinan = Confidence Level = $100\% - 5\% = 95\%$

3. Kriteria atau Kaidah Keputusan

a. Secara Simultan

Jika signifikansi $F < (\alpha = 0,05)$, maka H_o ditolak dan H_a diterima.

Jika signifikansi $F > (\alpha = 0,05)$, maka H_o diterima atau H_a ditolak.

b. Secara Parsial

Jika signifikansi $t < (\alpha = 0,05)$, maka H_o ditolak dan H_a diterima.

Jika signifikansi $t > (\alpha = 0,05)$, maka H_o diterima atau H_a ditolak.

4. Penarikan kesimpulan

Berdasarkan analisis tersebut diatas, dapat ditarik kesimpulan hipotesis diterima atau ditolak.

Untuk mempermudah perhitungan dalam penelitian ini digunakan program SPSS 17 dan *Microsoft Office Excel 2013*.