

BAB III

METODOLOGI PENELITIAN

A. Tempat dan Waktu Penelitian

Penelitian ini dilakukan pada Hotel Rangkayo Basa Syariah. Quisioner serta pernyataan penelitian diisi langsung oleh konsumen yang menginap di hotel tersebut. Waktu penelitian direncanakan dalam tenggang waktu 2 (dua) bulan penelitian.

B. Pendekatan Penelitian

Metode penelitian ini menggunakan *mixed method* yakni metodologi yang memberikan asumsi filosofis dalam menunjukkan arah atau memberi petunjuk cara pengumpulan data dan menganalisis data serta perpaduan pendekatan kuantitatif dan kualitatif melalui beberapa fase proses penelitian. Menurut Sugiono penelitian *mixed method* atau penelitian kombinasi ini adalah yang menggabungkan antara metode kuantitatif dan kualitatif.³⁵ Penelitian ini menjelaskan deskripsi yang menganalisis tentang pengaruh marketing mix syariah terhadap keputusan konsumen dalam memilih Hotel Rangkayo Basa Syariah di kota Padang. Penelitian ini dilakukan untuk menguji hipotesis yang diajukan dengan menggunakan metode penelitian yang telah dirancang sesuai dengan variabel variabel yang akan diteliti agar memperoleh hasil yang akurat. Bahasan dalam metode penelitian ini mencakup jenis, sumber data, sampel, serta metode pengumpulan data dan

³⁵ Sugiyono, 2011, *Metode Penelitian Kombinasi (Mixed Methods)*, Bandung, CV. Alfabeta, h. 397

teknik analisa. Adapun teknik analisisnya menggunakan Analisis Jalur (*Path Analysis*).

C. Populasi dan Sampel

1. Populasi

Populasi menunjukkan seluruh kelompok orang, keadaan, serta sebuah benda yang penting bagi seorang peneliti untuk meneliti, ini merupakan merupakan kelompok, benda atau sesuatu yang penting bagi peneliti yang akan membuat kesimpulan (dasar dalam sampel statistik). Seperti yang dikemukakan oleh Sekaran dan Bougie populasi adalah “ *the population refers to the entire group of people, events, or thing of interest that the researcher wishes to investigate. It is the group, events, or thing of interest for which the researcher want to make inferences (based on sample statistics)*,”³⁶. Populasi dalam penelitian ini adalah seluruh konsumen yang menginap di Hotel Rangkayo Basa Syariah pada bulan Juni sampai dengan bulan Agustus tahun 2019.

Berdasarkan data yang didapatkan dari pihak hotel Rangkayo Basa bahwa rata-rata pengunjung atau tamu yang ada di hotel Rangkayo Basa kurang lebih 900 orang per bulan.³⁷ Penulis melakukan penyebaran kuisisioner ke seluruh populasi seluruh pengunjung dan tamu yang datang ke hotel Rangkayo Basa terutama yang datang pada bulan Juni sampai bulan Agustus 2019.

³⁶ Uma Sekaran and Roger Bougie, *Research Methods for Business*, Sixth Edition, (United Kingdom: Jhon Wiley and Sons, 2013), h. 240

³⁷ Ria Sasmita, Team HRD Hotel Rangkayo Basa Syariah Padang, di Hotel Rangkayo Basa Syariah Padang, Wawancara langsung, 05 Agustus 2019

2. Sampel

Sampel suatu faktor penting yang perlu diperhatikan dalam suatu penelitian. “*A sample is a subset of the population*”³⁸ sampel merupakan bagian kecil dari populasi. Jumlah sampel diambil dengan rumus Slovin sebagai berikut:³⁹

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

n = ukuran sampel

N = ukuran populasi

e = kelonggaran (*standard error*) yang bisa ditolerir/ tingkat signifikansi.

Teknik pengambilan sampel teknik *Accidental Sample* dimana sampel diambil dari seluruh konsumen yang ada, sehingga semua anggota populasi akan mendapat kesempatan untuk dipilih menjadi anggota sampel.⁴⁰ Untuk itu penulis mengambil sampel dari tamu atau pengunjung yang datang ke hotel Rangkayo Basa baik itu untuk menginap atau mengikuti kegiatan yang diadakan di hotel Rangkayo Basa.

Dalam penelitian ini sampel yang akan diambil sebanyak 100 orang responden, dengan 30 orang pertama sebagai uji validitas dan uji realibilitas kuisioner.

³⁸ *Ibid*, h. 241

³⁹ Bambang Prasetyo dan Lina Miftahul Jannah, *Metode Penelitian Kuantitatif*, (Jakarta: Rajawali Pers, 2014), h.127

⁴⁰ Sugiyono, *Metode Penelitian Manajemen*, (Bandung: Alfabeta, 2013), h. 236

D. Jenis dan Sumber Data

Sumber data penelitian ini terbagi dua, yaitu:

1. Data Sekunder.

Data sekunder didapat dari data Hotel Syariah dan data statistik wisatawan Kota Padang yaitu 4.435.661 (Data Kota Padang dalam Angka, 2018) yang tercakup dalam wisatawan domestik dan mancanegara. Serta data dokumentasi dan *library research* yakni data dari literature-literatur dan bacaan yang mendukung penelitian ini.

2. Data Primer.

Sumber data primer yaitu data yang langsung peneliti kumpulkan dengan menggunakan proses pada tabulasian data yang diperoleh dari hasil penyebaran kuisioner penelitian, tentang Pengaruh *Marketing Mix* Syariah terhadap Konsumen Hotel Syariah di Kota Padang.

E. Definisi Operasional

Variabel yang digunakan dalam penelitian ini menggunakan variabel bebas (*independent*) dan variabel terikat (*dependent*).

1. Variabel Dependent

Variabel dependen merupakan variabel yang menjadi pusat perhatian utama peneliti. Hakekat sebuah masalah mudah terlihat dengan menganalisa berbagai variabel dependen yang digunakan dalam sebuah model. Dalam penelitian ini yang menjadi variabel dependen adalah keputusan konsumen, dengan symbol Y.

2. Variabel Independent

Adapun variabel independen dalam penelitian ini adalah faktor faktor yang terdapat dalam marketing mix konsep syariah yang penulis sesuaikan dengan edaran Peraturan Menteri Pariwisata dan Ekonomi Kreatif Republik Indonesia Nomor 2 Tahun 2014 tentang Pedoman Penyelenggaraan Hotel Syariah, tertera kriteria Mutlak dan kriteria Tidak Mutlak untuk penyelenggaraan Hotel Syariah.

1. Produk (*Product*) / X^1

Product	Indikator:	
		1. Hotel Sofyan Inn Rangkayo Basa menyediakan berbagai tipe kamar dengan fasilitas syariah (perlengkapan sholat, arah kiblat)
		2. Hotel Rangkayo Basa menyediakan ruang pertemuan yang berbasis syariah (diberikan fasilitas Al-Qur'an, hiasan Islami disertai tulisan suci ayat suci Al-Qur'an serta aturan masuk ruangan dengan berpakaian sopan & Islami).
		3. Hotel Rangkayo Basa menawarkan dan menyediakan makan dan minuman yang dijamin kehalalannya (sertifikat halal)

2. Harga (*Price*)/ X^2

Price	Indikator:	1.	Harga kamar yang ditawarkan sesuai dengan standar hotel bintang 3 (prinsip amanah, transparan dan adil)
		2.	Fasilitas hotel yang diberikan sesuai dengan harga yang ditawarkan (kejelasan harga).
		3.	Harga makanan sesuai dengan standar hotel bintang 3.

3. Promosi (*Promotion*)/ X^3

Promotion	Indikator:	1.	Promosi hotel Rangkayo Basa dilakukan dengan media social elektronik dan non elektronik (internet, TV, media massa, spanduk, pamphlet, brosur dll)
		2.	Konsep promosi yang berbasis syariah (amanah, jelas, jujur, Bahasa Islami, ada unsur keadilan untuk semua kalangan)

4. Tempat (*Place*)/ X^4

Place	Indikator:	1.	Hotel Rangkayo Basa terletak di tempat strategis, dekat pusat perbelanjaan dan
-------	------------	----	--

			pusat rekreasi Kota Padang (pantai Padang)
		2.	Lingkungan yang aman, damai dan kondisi masyarakat sekitar hotel yang Islami dengan adanya Mesjid di sekitar hotel.
		3.	Hotel Rangkayo Basa mudah diakses dengan transportasi umum maupun pribadi.

5. *People / Orang/ X⁵*

People	Indikator:		
		1.	Karyawan Hotel Sofyan Inn Rangkayo Basa selalu mengucapkan Assalamu'alaikum ketika menerima tamu.
		2.	Karyawan Hotel berpenampilan sopan dan Islami,
		3.	Karyawan hotel yang ramah, santun, hormat dan jujur dalam melakukan pelayanan terhadap pengunjung hotel.

6. *Process / Proses/ X⁶*

Process	Indikator:	1.	Proses pemesanan (booking) Hotel Rangkayo Basa sangat mudah dan cepat dengan aturan yang syariah (melarang yang tidak muhrim, jelas, tercatat, jujur, adil dan transparan).
		2.	Proses yang cepat dalam permasalahan yang terjadi terhadap konsumen (proses complain, service room dan proses pembatalan pemesanan).

7. *Physical Evidence / Bukti Fisik / X⁷*

Physical Evidence	Indikator:	1.	Hotel Rangkayo Basa menyediakan fasilitas yang syariah seperti Mesjid/ Musholla yang dilengkapi dengan peralatan sholat, Al-Qur'an dan jadwal waktu sholat).
		2.	Hotel Rangkayo Basa memiliki tata susunan, hiasan dinding serta ornament yang Islami.
		3.	Hotel Rangkayo Basa memiliki sertifikat halal, izin perhotelan yang

		bisa dengan mudah dilihat oleh konsumen.
--	--	--

F. Instrumen Penelitian

Instrument penelitian digunakan untuk mengukur nilai variabel yang diteliti. Dengan demikian jumlah instrument yang akan digunakan untuk penelitian akan tergantung pada jumlah variabel yang akan diteliti. Skala pengukuran jawaban responden yang digunakan adalah skala likert.

Skala likert didesain untuk menelaah seberapa kuat subjek memilih setuju atau pernyataan lain dengan pernyataan pada skala lima titik, adapun teknik pengukuran yang ditetapkan adalah tidak setuju, kurang setuju, netral, setuju, sangat setuju. Bobot nilai masing-masing kategori tersebut adalah sebesar 1 sampai 5. Dimana responden memilih satu dari alternative yang ada.

Tidak Setuju,	skor nilai: 1
Kurang Setuju,	skor nilai: 2
Netral,	skor nilai: 3
Setuju,	skor nilai: 4
Sangat Setuju	skor nilai: 5

G. Teknik Pengumpulan Data

Dalam melakukan penelitian menggunakan beberapa metode pengumpulan data, diantaranya yaitu :

1. *Field Research* (penelitian lapangan), dengan cara melakukan :

a. Wawancara atau interview

Adalah merupakan teknik pengumpulan data dalam metode penelitian yang menggunakan pertanyaan secara lisan kepada subjek penelitian dengan cara komunikasi langsung antara pewawancara yang mengajukan pertanyaan secara lisan dengan responden yang menjawab pertanyaan tersebut.

b. Kuisisioner (*Questionnaires*)

Adalah merupakan teknik pengumpulan data dengan mengajukan daftar pertanyaan kepada responden dan jawaban diberikan secara tertulis.

2. Dokumentasi

Disini penulis melakukan penelitian kepustakaan dengan membaca literature-literatur dan teori-teori yang berhubungan dengan materi yang dibutuhkan.

H. Teknik Analisis Data

Untuk membuktikan hipotesis yang telah dilakukan maka digunakan analisis kuantitatif yaitu dengan menggunakan pengujian statistik, dari Kuisisioner yang telah disebarkan dengan cara:

1. Uji Validitas

Setelah dilakukan penyebaran kuisisioner awal dan didapatkan hasilnya, maka dilakukan uji validitas dan realibilitas. Uji validitas

dilakukan untuk menunjukkan sejauh mana suatu instrumen ukur itu dapat mengukur apa yang ingin diukur. Suatu tes atau instrumen ukur dapat dikatakan mempunyai validitas yang tinggi apabila alat tersebut menjalankan fungsi alat ukurnya, atau memberikan hasil ukur, yang sesuai dengan maksud dilakukannya pengukuran tersebut. Untuk uji validitas kuisisioner awal ini responden diminta untuk menyatakan apakah mereka setuju atau tidak setuju dengan masing-masing pernyataan kuisisioner kita. Dan sangat disarankan agar jumlah responden untuk uji coba sebanyak 30 responden. Dengan jumlah minimal 30 responden ini distribusi skor (nilai) akan lebih mendekati kurva normal.

2. Reliabilitas

Uji reliabilitas dilakukan untuk menunjukkan sejauh mana suatu instrumen ukur dapat dipercaya atau dapat diandalkan. Bila suatu instrumen ukur dipakai dua kali – untuk mengukur konsep yang sama dan hasil pengukuran yang diperoleh relatif konsisten, maka instrumen ukur tersebut reliabel. Dengan kata lain, reliabilitas menunjukkan konsistensi suatu instrumen ukur di dalam mengukur konsep yang sama.

Joko Widiyanto menjelaskan bahwa dasar pengambilan keputusan dalam uji reliabilitas adalah sebagai berikut :

1. Jika nilai *Cronbach Alpha* > r table maka kuisisioner dinyatakan reliabel.
2. Jika nilai *Cronbach Alpha* < r table maka kuisisioner dinyatakan tidak reliabel.

I. Path Analysis (Analisis Jalur)

Path analisis adalah menentukan besarnya pengaruh variabel terhadap variabel lainnya baik pengaruh sifatnya langsung atau yang tidak langsung, analisis jalur kalau sifatnya *exploratory* dan analisis jalur ini dikembangkan oleh Sewall Wright, apabila sifatnya *confirmatory* maka digantikan Lisrel (*linier structural relation*)

Analisis jalur merupakan perluasan dari analisis regresi yang digunakan untuk menganalisa hubungan kausal antar variabel dimana variabel-variabel bebas mempengaruhi variabel terikat, baik secara langsung maupun tidak langsung, melalui satu atau lebih variabel perantara (*Intervening Variable*).⁴¹ Analisis jalur digunakan untuk menganalisis hubungan antar variabel dalam. Model yang dibuat peneliti berdasarkan teori yang ada dan bukan merupakan satu dugaan coba-coba. Teknik analisis jalur digunakan untuk menganalisa pola hubungan antar variabel dengan tujuan untuk mengetahui pengaruh langsung maupun tidak langsung seperangkat variabel bebas (eksogen) terhadap variabel terikat (endogen). Untuk penelitian ini penulis mengumpulkan data berupa kuisisioner dari konsumen yang memilih Hotel Rangkyo Basa Syariah di kota Padang.

Besarnya pengaruh dari suatu variabel penyebab ke variabel akibat disebut dengan koefisien jalur dan diberi simbol dengan P_{xixj}

Untuk menguji koefisien jalur dapat digunakan dengan dua cara yaitu:

- a. Dengan secara keseluruhan (overall)

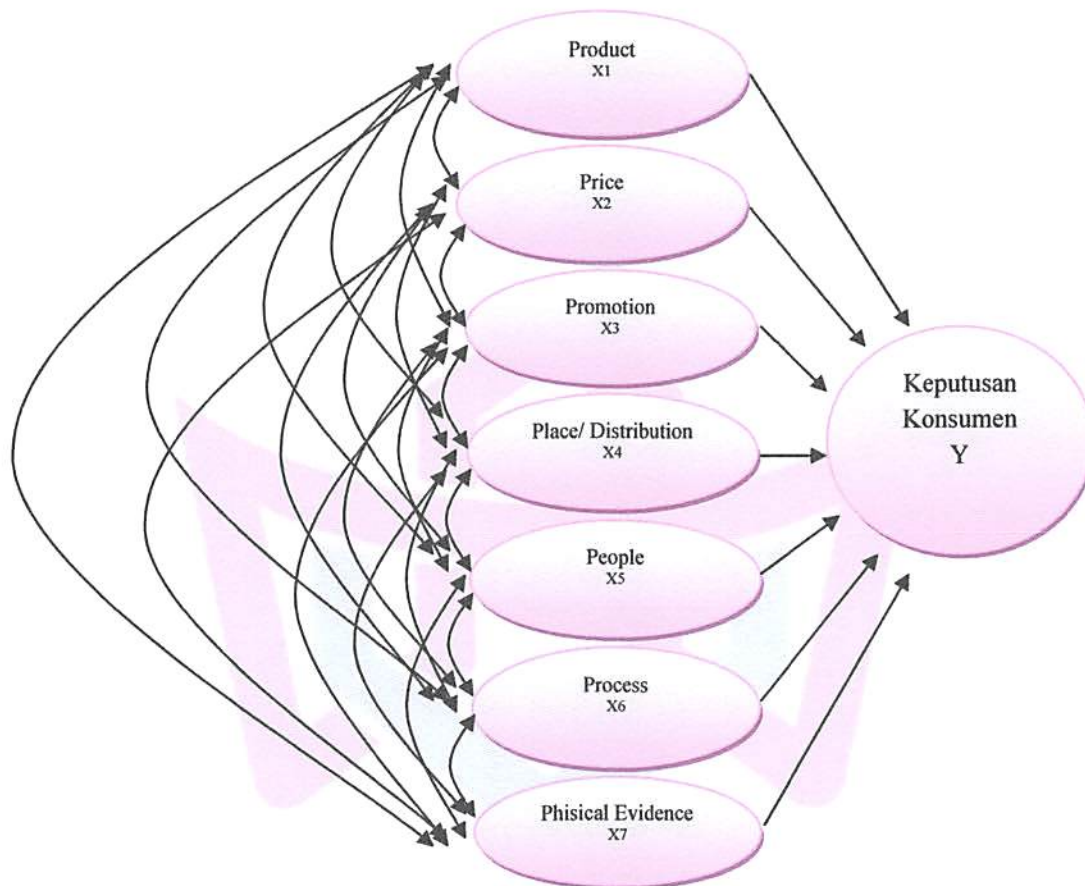
⁴¹ Idris, Aplikasi SPSS Dalam Analisis Data Kuantitatif (Edisi Revisi II), Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Padang, 2006, h. 97

- b. Secara individual (didasarkan kepada matriks JK-JHK, dan matriks kolerasi)

Langkah – langkah yang dilakukan adalah sebagai berikut :

- a. Hipotesa yang diajukan diterjemahkan ke dalam diagram jalur

Gambar 2 : Model Regresi Dalam Analisis Jalur



- b. Untuk menentukan koefisien jalur P_{yx1} digunakan perumusan dengan didasarkan kepada koefisien regresi. Terlebih dahulu dihitung koefisien regresi dengan menggunakan program SPSS. Hasil dari analisis jalur menunjukkan besarnya pengaruh masing-

masing variabel penyebab terhadap variabel akibat yang disebut dengan koefisien jalur. Dengan rumus:

$$P_{yx^1} = b_{yx^1} \sqrt{\frac{\sum_{i=1}^n x^2 ih}{\sum_{i=1}^n y^2 h}}; i = 1, 2, 3, 4, 5, 6, \text{ dan } 7$$

Keterangan :

P_{yx^1} = merupakan koefisien jalur dari x^1 terhadap y .

b_{yx^1} = Merupakan koefisien regresi dari variabel x^1 terhadap y .

c. Menggunakan pengaruh variabel lain dapat ditentukan melalui rumus:

$$P_{y\epsilon} = \sqrt{R^2} \quad yx_1, x_2, x_3, x_4, x_5, x_6, x_7$$

$$R^2 yx_1, x_2, x_3, x_4, x_5, x_6, x_7 = P_{yx_1} r_{yx_1} + P_{yx_2} r_{yx_2} + P_{yx_3} r_{yx_3} + P_{yx_4} r_{yx_4} + P_{yx_5} r_{yx_5} + P_{yx_6} r_{yx_6} + P_{yx_7} r_{yx_7}$$

d. Untuk mengetahui keberartian koefisien jalur dilakukan pengujian hipotesis secara keseluruhan dengan rumus :

$$H_0 : P_{yx_1} = P_{yx_2} = P_{yx_3} = P_{yx_4} = P_{yx_5} = P_{yx_6} = P_{yx_7} = 0$$

$$H_i : \text{sekurang-kurangnya ada sebuah } P_{yx_i} \neq 0; i = 1, 2, 3, 4, 5, 6, 7$$

Statistik uji yang digunakan adalah uji F

$$F = \frac{(n - k - 1) \sum_{i=1}^k P_{yx_i} r_{yx_i}}{k(n - 1) \sum_{i=1}^k P_{yx_i} r_{yx_i}}$$

Jika F hitung $>$ F tabel, maka H_0 ditolak, kemudian dilanjutkan kepada pengujian secara individual dengan memakai statistik uji t

$$t_i = \frac{P_{yx_i}}{\sqrt{\frac{(1 - R^2_{yx_i - x_1})(c_u \sum_{h=1}^n y^2 ih)}{n - k - 1}}}; i = 1, 2, 3, 4, 5, 6, 7, k = 7$$

Jika t hitung $>$ t tabel, maka koefisien jalur secara statistik bermakna (signifikan).

e. Menentukan pengaruh dari suatu variabel eksogen (variabel penyebab / x) ke variabel endogen (variabel akibat / y), baik secara langsung maupun tidak langsung. Dari diagram jalur seperti pada gambar.1, dapat diartikan sebagai berikut :

1. Hubungan antara $X_1, X_2, X_3, X_4, X_5, X_6$ dan X_7 ke Y merupakan hubungan kausal, karena panahnya berkepala satu
2. Hubungan antara X_1, X_2, X_4, X_5, X_6 dan X_7 merupakan hubungan korelasional, karena panahnya berkepala dua
3. Pengaruh yang sifatnya langsung artinya dari Y ke X_1 kembali ke Y
4. Pengaruh yang sifatnya langsung artinya dari Y ke X_2 kembali ke Y
5. Pengaruh yang sifatnya langsung artinya dari Y ke X_3 kembali ke Y
6. Pengaruh yang sifatnya langsung artinya dari Y ke X_4 kembali ke Y
7. Pengaruh yang sifatnya langsung artinya dari Y ke X_5 kembali ke Y

8. Pengaruh yang sifatnya langsung artinya dari Y ke X6 kembali ke Y
9. Pengaruh yang sifatnya langsung artinya dari Y ke X7 kembali ke Y
10. Pengaruh yang sifatnya tidak langsung artinya dari Y ke X1 melalui X2 kembali ke Y
11. Pengaruh yang sifatnya tidak langsung artinya dari Y ke X1 melalui X3 kembali ke Y
12. Pengaruh yang sifatnya tidak langsung artinya dari Y ke X1 melalui X4 kembali ke Y
13. Pengaruh yang sifatnya tidak langsung artinya dari Y ke X1 melalui X5 kembali ke Y
14. Pengaruh yang sifatnya tidak langsung artinya dari Y ke X1 melalui X6 kembali ke Y
15. Pengaruh yang sifatnya tidak langsung artinya dari Y ke X1 melalui X7 kembali ke Y
16. Pengaruh yang sifatnya tidak langsung artinya dari Y ke X2 melalui X1 kembali ke Y
17. Pengaruh yang sifatnya tidak langsung artinya dari Y ke X2 melalui X3 kembali ke Y
18. Pengaruh yang sifatnya tidak langsung artinya dari Y ke X2 melalui X4 kembali ke Y

19. Pengaruh yang sifatnya tidak langsung artinya dari Y ke X2
melalui X5 kembali ke Y
20. Pengaruh yang sifatnya tidak langsung artinya dari Y ke X2
melalui X6 kembali ke Y
21. Pengaruh yang sifatnya tidak langsung artinya dari Y ke X2
melalui X7 kembali ke Y
22. Pengaruh yang sifatnya tidak langsung artinya dari Y ke X3
melalui X1 kembali ke Y
23. Pengaruh yang sifatnya tidak langsung artinya dari Y ke X3
melalui X2 kembali ke Y
24. Pengaruh yang sifatnya tidak langsung artinya dari Y ke X3
melalui X4 kembali ke Y
25. Pengaruh yang sifatnya tidak langsung artinya dari Y ke X3
melalui X5 kembali ke Y
26. Pengaruh yang sifatnya tidak langsung artinya dari Y ke X3
melalui X6 kembali ke Y
27. Pengaruh yang sifatnya tidak langsung artinya dari Y ke X3
melalui X7 kembali ke Y
28. Pengaruh yang sifatnya tidak langsung artinya dari Y ke X4
melalui X1 kembali ke Y
29. Pengaruh yang sifatnya tidak langsung artinya dari Y ke X4
melalui X2 kembali ke Y

30. Pengaruh yang sifatnya tidak langsung artinya dari Y ke X4 melalui X3 kembali ke Y
31. Pengaruh yang sifatnya tidak langsung artinya dari Y ke X4 melalui X5 kembali ke Y
32. Pengaruh yang sifatnya tidak langsung artinya dari Y ke X4 melalui X6 kembali ke Y
33. Pengaruh yang sifatnya tidak langsung artinya dari Y ke X4 melalui X7 kembali ke Y
34. Pengaruh yang sifatnya tidak langsung artinya dari Y ke X5 melalui X1 kembali ke Y
35. Pengaruh yang sifatnya tidak langsung artinya dari Y ke X5 melalui X2 kembali ke Y
36. Pengaruh yang sifatnya tidak langsung artinya dari Y ke X5 melalui X3 kembali ke Y
37. Pengaruh yang sifatnya tidak langsung artinya dari Y ke X5 melalui X4 kembali ke Y
38. Pengaruh yang sifatnya tidak langsung artinya dari Y ke X5 melalui X6 kembali ke Y
39. Pengaruh yang sifatnya tidak langsung artinya dari Y ke X5 melalui X7 kembali ke Y
40. Pengaruh yang sifatnya tidak langsung artinya dari Y ke X6 melalui X1 kembali ke Y

41. Pengaruh yang sifatnya tidak langsung artinya dari Y ke X6 melalui X2 kembali ke Y
42. Pengaruh yang sifatnya tidak langsung artinya dari Y ke X6 melalui X3 kembali ke Y
43. Pengaruh yang sifatnya tidak langsung artinya dari Y ke X6 melalui X4 kembali ke Y
44. Pengaruh yang sifatnya tidak langsung artinya dari Y ke X6 melalui X5 kembali ke Y
45. Pengaruh yang sifatnya tidak langsung artinya dari Y ke X6 melalui X7 kembali ke Y
46. Pengaruh yang sifatnya tidak langsung artinya dari Y ke X7 melalui X1 kembali ke Y
47. Pengaruh yang sifatnya tidak langsung artinya dari Y ke X7 melalui X2 kembali ke Y
48. Pengaruh yang sifatnya tidak langsung artinya dari Y ke X7 melalui X3 kembali ke Y
49. Pengaruh yang sifatnya tidak langsung artinya dari Y ke X7 melalui X4 kembali ke Y
50. Pengaruh yang sifatnya tidak langsung artinya dari Y ke X7 melalui X5 kembali ke Y
51. Pengaruh yang sifatnya tidak langsung artinya dari Y ke X7 melalui X6 kembali ke Y

J. Uji t (T- Test)

Merupakan sebuah uji statistik yang digunakan untuk membuktikan pengaruh variabel independen *marketing mix* konsep syariah terhadap variabel dependen keputusan memilih Hotel Rangkayo Basa Syariah di kota Padang terhadap variabel dependen (keputusan konsumen) secara parsial/individu. Uji-T secara umum dapat diformulasikan sebagai berikut:

$$t = \frac{b}{bn}$$

Keterangan :

b = Koefisien Regresi

bn= Standar baku

Kriteria pengujian hipotesis:

1. Jika $\text{sig} < \alpha$ maka keputusannya adalah H_0 ditolak dan H_a diterima sehingga dapat disimpulkan bahwa ($x_1, x_2, x_3, x_4, x_5, x_6,$ dan x_7) berpengaruh secara signifikan terhadap variabel Dependen (y) secara parsial.
2. Jika $\text{sig} > \alpha$ maka keputusannya adalah H_0 diterima dan H_a ditolak sehingga dapat disimpulkan bahwa ($x_1, x_2, x_3, x_4, x_5, x_6,$ dan x_7) tidak berpengaruh secara signifikan terhadap variabel Dependen (y) secara parsial.

K. Uji F (F-Test)

Menurut Asnawi dan Masyhuri Uji F digunakan untuk menguji pengaruh variabel bebas secara bersama sama (simultan) terhadap variabel terikat.

$$F = \frac{R^2/K}{(1-R^2)(n-K-1)}$$

Keterangan :

F = Pendekatan distribusi probabilitas fischer

R = Koefisien korelasi berganda

K = Jumlah variabel bebas

N = Banyaknya sampel

Jika nilai $F_{Tabel} > F_{Hitung}$ pada tingkat kesalahan 5% maka H_0 diterima dan H_a ditolak. Namun jika $F_{Tabel} < F_{Hitung}$ maka H_0 ditolak dan H_a diterima.

Dengan kriteria pengujian :

H_0 ditolak dan H_a diterima apabila $F_{Hitung} > F_{Tabel}$

H_0 diterima dan H_a ditolak apabila $F_{Hitung} < F_{Tabel}$