

## **BAB III**

### **METODE PENELITIAN**

#### **3.1 Pendekatan Penelitian**

Peneliti menggunakan metode kuantitatif dengan pendekatan deskriptif dalam jenis penelitian ini. Metode kuantitatif adalah strategi penelitian yang berbasis positivisme, digunakan untuk mengkaji populasi atau sampel tertentu. Instrumen penelitian analitik dipakai untuk pengumpulan data, dan analisis data kuantitatif atau statistik digunakan untuk menguji hipotesis yang telah ditetapkan sebelumnya (Sugiyono, 2018). Sementara itu, pendekatan deskriptif adalah studi yang bertujuan untuk memperoleh fakta dengan interpretasi yang tepat untuk memahami fenomena tertentu. Tujuannya adalah untuk melukiskan atau menggambarkan secara akurat sifat-sifat dari beberapa fenomena, kelompok, atau individu yang diamati (Sugiyono, 2018).

#### **3.2 Objek Penelitian**

(Sugiyono, 2017) menyatakan bahwa objek penelitian adalah segala sesuatu yang menjadi perhatian dalam penelitian, yang dapat berupa manusia, objek, atau peristiwa yang ingin diteliti. Objek penelitian dari ini yaitu calon konsumen yang memiliki minat atau intensi untuk membeli produk Kredit Pemilikan Rumah (KPR) dari Bank BTN di wilayah Surabaya. Penelitian ini difokuskan pada individu atau kelompok yang tertarik untuk membeli rumah menggunakan fasilitas pembiayaan dari Bank BTN, sehingga mencakup masyarakat Surabaya yang memenuhi kriteria sebagai target pasar produk KPR tersebut. Responden penelitian dipilih berdasarkan relevansi mereka dengan variabel-variabel promosi, persepsi terhadap suku bunga, dan kemudahan proses yang ditawarkan oleh Bank BTN.

#### **3.3 Populasi dan Sampel**

##### **3.3.1 Populasi**

(Creswell, 2014) menjelaskan bahwa sampel adalah individu atau unit yang dipilih dari populasi untuk tujuan penelitian. Pemilihan sampel yang tepat sangat penting untuk memastikan validitas dan reliabilitas hasil penelitian. Populasi dalam penelitian ini adalah seluruh individu yang mengajukan kredit pemilikan rumah (KPR) di Bank BTN

Cabang Pemuda Surabaya. Berdasarkan data yang diperoleh, jumlah populasi yang teridentifikasi adalah sebanyak 400 orang. Populasi ini dipilih karena mereka merupakan calon debitur yang memiliki potensi untuk membeli produk KPR, sehingga dapat memberikan informasi yang relevan mengenai pengaruh promosi, persepsi suku bunga, dan kemudahan proses terhadap niat pembelian produk KPR.

### 3.3.2 Sampel

(Sugiyono, 2017) menyatakan bahwa sampel adalah bagian dari populasi yang diambil untuk mewakili keseluruhan populasi dalam suatu penelitian. Pengambilan sampel bertujuan untuk mendapatkan data yang representatif tanpa harus meneliti seluruh populasi. Untuk menentukan ukuran sampel yang representatif dari populasi, penelitian ini menggunakan teknik pengambilan sampel Slovin.

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

di mana:

- $n$  = ukuran sampel
- $N$  = ukuran populasi
- $e$  = margin of error (tingkat kesalahan yang diinginkan)

hasil sampel yang didapat adalah **161 responden** dari populasi **400 orang**. Kita bisa menyusun ulang rumus untuk mencari:

$$e = \sqrt{\frac{N - n}{N \cdot n}}$$

Substitusi nilai yang diketahui:

$$e = \sqrt{\frac{400 - 161}{400 \times 161}}$$

$$e = \sqrt{\frac{239}{64400}}$$

$$e = \sqrt{0.00371}$$

$$e \approx 0.061$$

Jadi, margin of error () sekitar **6.1%** atau **0.061** dalam desimal.

**$n = 161$**  jika menggunakan  $e = 0.061$ :

$$n = \frac{400}{1 + 400(0.061)^2}$$

$$n = \frac{400}{1 + 400(0.003721)}$$

$$n = \frac{400}{1 + 1.4884}$$

$$n = \frac{400}{2.4884}$$

$$n \approx 160.7$$

Dibulatkan ke **161**, yang sesuai dengan jumlah responden yang telah mengisi kuesioner,

Berdasarkan perhitungan di atas, ukuran sampel yang diambil dalam penelitian ini adalah sebanyak 161 responden. Sampel ini diharapkan dapat mewakili populasi yang ada, sehingga hasil penelitian dapat digeneralisasikan. Teknik ini dipilih karena dapat memberikan ukuran sampel yang lebih akurat dengan mempertimbangkan margin of error yang diinginkan. (Kuncoro, 2018) menambahkan bahwa penggunaan rumus Slovin sangat penting dalam penelitian kuantitatif, karena dapat membantu peneliti dalam menentukan jumlah responden yang tepat untuk mendapatkan hasil yang valid dan reliabel.

### **3.4 Jenis, Sumber dan Teknik Pengumpulan Data**

#### **3.4.1 Jenis Data**

Menurut (Creswell, 2014), data kuantitatif adalah data yang dapat diukur dan dianalisis secara statistik untuk menguji hipotesis. Data kuantitatif adalah data yang dapat diukur dan dinyatakan dalam angka. Data kuantitatif akan dikumpulkan melalui kuesioner yang disebarluaskan kepada responden yang merupakan calon pembeli produk KPR di Bank BTN Cabang Pemuda Surabaya. Kuesioner ini akan mencakup pertanyaan-pertanyaan yang mengukur variabel-variabel penelitian, seperti promosi, persepsi suku bunga, kemudahan

proses, dan niat pembelian. Data yang diperoleh akan dianalisis menggunakan metode statistik untuk menguji hipotesis yang diajukan.

### **3.4.2 Sumber Data**

Menurut Murdiyanto (2020) sumber data utama dalam penelitian kualitatif ialah kata-kata, dan tindakan, selebihnya adalah data tambahan seperti dokumen dan lain-lain. Dalam penelitian ini peneliti menggunakan dua sumber data, yaitu:

#### **1. Data Primer**

Data primer adalah data yang diperoleh dari sumbernya, diamati, dan dicatat untuk pertama kalinya (Hasibuan et al., 2022). Data primer dalam penelitian yaitu data yang diperoleh dari hasil penyebaran kuesioner mengenai pengaruh promosi, persepsi suku bunga dan kemudahan proses terhadap niat pembelian pada produk KPR Bank BTN di Cabang Surabaya.

#### **2. Data Sekunder**

Data sekunder adalah data yang bukan diusahan sendiri pengumpulannya oleh peneliti (Wijaya, 2018). Adapun sumber data sekunder dalam penelitian ini diperoleh dari dokumen-dokumen atau arsip-arsip yang berkaitan dengan aplikasi dana syariah. Dalam penelitian ini, data sekunder yang dimaksud yaitu:

- a. Data nasabah yang menggunakan produk KPR Bank BTN di Cabang Surabaya
- b. Artikel jurnal, buku, atau penelitian terkait pengaruh promosi, persepsi suku bunga dan kemudahan proses terhadap niat pembelian.

### **3.4.3 Teknik Pengumpulan Data**

Teknik pengumpulan data adalah cara-cara yang digunakan untuk mengumpulkan data dan keterangan-keterangan lainnya dalam penelitian terhadap masalah yang menjadi objek penelitian. Teknik pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini yaitu pengumpulan data primer yang dilakukan dengan melakukan survei langsung kepada nasabah Bank BTN di Surabaya sebagai objek penelitian. Tujuan penelitian lapangan ini adalah untuk memperoleh data akurat. Adapun data yang diperoleh dengan cara penelitian meliputi:

## 1. Observasi

Observasi ialah bentuk sekumpulan data yang diamati secara langsung beserta pencatatan sistematis terkait objek. Pada penelitian ini observasi akan dilakukan langsung kepada nasabah Bank BTN di Surabaya. (Moelang, 2018) mengklasifikasikan observasi menjadi beberapa tipe, termasuk observasi terstruktur, di mana peneliti menggunakan instrumen atau panduan tertentu, dan observasi tidak terstruktur, di mana peneliti lebih fleksibel dalam mencatat apa yang terjadi selama pengamatan.

## 2. Kuisisioner

Kuisisioner ialah bentuk pada teknik pengumpulan data dimana responden diberi daftar pernyataan untuk diisi (Sugiyono, 2018). Peneliti mempergunakan skala likert sebagaimana alat ukur penelitian. Skala likert sendiri ialah skala yang dipergunakan dan diperuntukan untuk pengukuran sikap, pendapat, dan juga persepsi individu maupun kelompok terkait. Dengan mempergunakan skala likert, variabel pada penelitian kemudian diukur lalu dijabarkan kembali sehingga menjadi suatu indikator variabel. Yang kemudian indikator dipergunakan sebagai tolak ukur penyusunan instrumen berupa pernyataan atau pertanyaan di dalam kuesioner penelitian. Skala Likert disebut juga summated rating scale. Skala ini banyak digunakan karena skala ini member banyak peluang kepada responden untuk mengekspresikan perasaan mereka dalam bentuk persetujuan atau agreement terhadap suatu pernyataan. Pertanyaan diberikan berjenjang, mulai dari tingkat terendah sampai tertinggi. Adapun penentuan skor terendah hingga tertinggi ditentukan sebagai berikut.

Tabel 3.1 Skorer Tanggapan Responden

Deskripsi	Skala	Simbol
Sangat Tidak Setuju	1	STS
Tidak Setuju	2	TS
Cukup Setuju	3	CS
Setuju	4	S
Sangat Setuju	5	SS

Sumber : (Sugiyono, 2018)

Dalam pelaksanaannya, penyebaran angket ini dibagikan kepada nasabah Bank BTN di Surabaya.

### 3.5 Definisi Operasional Variabel

Definisi operasional variabel merupakan aspek penelitian yang memberikan informasi atau petunjuk kepada kita tentang bagaimana caranya mengukur suatu variabel. Definisi operasional juga dapat membantu peneliti yang lain yang ingin melakukan penelitian dengan menggunakan variabel yang sama. (Creswell, 2014) menyatakan bahwa definisi operasional variabel membantu peneliti untuk mengidentifikasi dan mengukur variabel yang relevan dalam penelitian. Dengan mendefinisikan variabel secara operasional, peneliti dapat memastikan bahwa data yang dikumpulkan adalah valid dan reliabel.

#### 3.5.1 Variabel Penelitian

(Wahjono Soekotjo, 2020) Mendefinisikan operasional variabel sebagai penjabaran atau spesifikasi yang jelas dan terperinci mengenai suatu variabel. Terdapat dua variabel penelitian yang akan digunakan dalam penelitian ini, yaitu variabel independen (variabel bebas) dan variabel dependen (variabel terikat). Masing – masing variabel tersebut akan diuraikan sebagai berikut:

#### 3.5.2 Variabel Bebas (*Independent Variable*)

Menurut (Sugiyono, 2019) definisi variabel indendepen (variabel bebas) merupakan variabel yang mempengaruhi atau yang menjadi sebab perubahannya atau

timbulnya variabel dependen (terikat). Variabel independent dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

### 1. Promosi (X1)

Menurut (Belch & Belch, 2018), promosi adalah alat komunikasi yang digunakan oleh perusahaan untuk memberikan informasi kepada konsumen tentang produk dan layanan mereka. Promosi bertujuan untuk membangun kesadaran merek, menciptakan minat, dan mendorong pembelian.

Tabel 3.2 Definisi Operasional Variabel Promosi

Variabel	Definisi Operasional	Indikator	Item Kusioner	Skala
Promosi (X1) Moses (2015), (Dharmawati, 2016), Belch dan Belch (2018)	Aktivitas pemasaran yang dilakukan untuk menarik minat calon konsumen terhadap produk KPR Bank BTN, serta mendorong pembelian, sejalan dengan pendapat Kotler dan Keller (2016)	1. Iklan menarik  2. Penawaran diskon  3. Program loyalitas	Promosi Bank BTN sangat menarik dibandingkan bank lainnya  Promo yang diberikan Bank BTN terlihat relevan dengan kebutuhan saya (misalnya, DP rendah atau biaya administrasi gratis)  Penawaran suku bunga rendah oleh Bank BTN membuat saya tertarik untuk memilih produk KPR-nya.	Likert (1-5)

		4. Media komunikasi	Saya sering melihat iklan Bank BTN melalui televisi, media sosial, atau platform online/Lainnya.	
--	--	---------------------	--	--

## 2. Persepsi Suku Bunga (X2)

Menurut (Khan, 2015), Suku bunga adalah imbalan yang diterima oleh pemberi pinjaman atas penggunaan dana yang dipinjamkan, dan juga merupakan biaya yang dibayar oleh peminjam untuk mendapatkan akses ke dana tersebut.

Tabel 3.3 Definisi Operasional Variabel Persepsi Suku Bunga

Variabel	Definisi Operasional	Indikator	Item Kusioner	Skala
Persepsi Suku Bunga (X2)  Boediono (2014), Sunariyah (2013), Mahiru dan Hernita (2023)	Kotler dan Keller (2016), Pandangan atau opini konsumen terhadap tingkat suku bunga yang ditawarkan oleh Bank BTN pada produk KPR.	1. Kejelasan informasi suku bunga	Informasi mengenai suku bunga KPR Bank BTN mudah ditemukan di berbagai sumber.	Likert (1-5)
		2. Kompetitif dibanding bank lain	Suku bunga KPR Bank BTN terlihat lebih kompetitif dibandingkan bank lain	

		3. Transparansi	Bank memberikan informasi yang transparan mengenai perubahan atau fluktuasi suku bunga.	
--	--	-----------------	---	--

### 3. Kemudahan Proses (X3)

Menurut (Kotler dan Keller, 2016), Kemudahan prosedur merujuk pada seberapa mudah dan cepat suatu proses dapat dilakukan oleh konsumen atau pengguna. Hal ini mencakup semua langkah yang diperlukan untuk menyelesaikan transaksi atau mendapatkan layanan.

Tabel 3.4 Definisi Operasional Variabel Kemudahan Proses

Variabel	Definisi Operasional	Indikator	Item Kusioner	Skala
Kemudahan Proses (X3)  Hana & Supriyadi (2020), Rivai (2013), Suardika (2019)	Kotler dan Keller (2016), Tingkat kemudahan calon konsumen dalam melakukan proses pengajuan dan persetujuan KPR Bank BTN.	1. Prosedur sederhana  2. Dokumen minimal	Panduan mengenai pengajuan KPR sangat jelas dan mudah dimengerti.  Persyaratan dokumen yang diminta Bank BTN untuk pengajuan KPR mudah untuk dipenuhi.	Likert (1-5)

		3. Pelayanan cepat	Proses persetujuan KPR di Bank BTN relatif cepat dibandingkan bank lain.	
--	--	--------------------	--	--

a. Variabel terikat (*Dependent Variable*)

(Sugiyono, 2019) menjelaskan bahwa variabel terikat adalah variabel yang menjadi fokus penelitian dan dipengaruhi oleh variabel bebas (independen). Variabel ini adalah hasil yang diukur untuk melihat efek dari variabel lain. Variable terikat dalam penelitian ini yaitu, niat pembelian (Y). (Philip Kotler, 2016), menjelaskan bahwa niat pembelian adalah keinginan yang kuat untuk membeli produk tertentu, yang dipengaruhi oleh faktor-faktor seperti kebutuhan, keinginan, dan persepsi nilai.

Tabel 3.5 Definisi Operasional Variabel Niat Pembelian

Variabel	Definisi Operasional	Indikator	Item Kusioner	Skala
Niat Pembelian (Y)	Schiffman dan Kanuk (2010), Keinginan atau niat calon konsumen untuk membeli atau menggunakan produk KPR Bank BTN di masa depan.	PRO PATRIA 1. Minat mencoba produk 2. Kemungkinan membeli 3. Rekomendasi kepada orang lain	Saya memiliki minat untuk menggunakan produk KPR Bank BTN dalam waktu dekat.	Likert (1-5)
Wu dan Teng (2011), (Nugraha et al., 2021), (Kurniawan, 2020)			Saya merasa yakin dengan keputusan untuk memilih Bank BTN sebagai penyedia KPR saya.	
			Saya merekomendasikan produk KPR Bank BTN kepada keluarga	

			atau teman karena reputasinya.	
--	--	--	--------------------------------	--

### 3.6 Teknik Analisis Data

Teknik analisis data merupakan cara atau metode untuk mengolah dan memproses data menjadi informasi yang valid dan juga mudah dipahami oleh orang umum (Sugiyono, 2017). Dalam penelitian kuantitatif ini, peneliti akan mendeskripsikan data dan melakukan uji statistik inferensi, dengan analisis data sebagai berikut:

#### 3.6.1 Uji Instrumen

##### a. Uji Validitas

Uji validitas instrumen penelitian yang valid mengindikasikan bahwa alat ukur yang digunakan dalam penelitian tersebut memang sahih. Validitas mencerminkan sejauh mana sebuah instrumen secara akurat mengukur konsep yang sedang diteliti (Sugiono et al., 2020). Sebuah instrumen dianggap sesuai untuk mengukur suatu konsep jika memiliki tingkat validitas yang tinggi. Sebaliknya, validitas yang rendah menunjukkan bahwa instrumen tersebut kurang sesuai untuk digunakan. Uji validitas dilakukan dengan membandingkan nilai rhitung dengan rtabel untuk derajat kebebasan ( $df = n-2$ , di mana  $n$  adalah jumlah sampel). Jika rhitung lebih besar dari rtabel, maka data tersebut dinyatakan valid. Dalam penelitian ini, uji validitas dilakukan dengan menggunakan analisis butir. Keputusan diambil berdasarkan ketentuan yang berlaku. Ketentuan pengambilan keputusan berdasarkan (Sugiono et al., 2020):

1. Jika rhitung positif dan  $rhitung > rtabel$  maka butir pertanyaan valid.
2. Jika rhitung negatif atau  $rhitung < rtabel$  maka butir pertanyaan tidak valid.

### **b. Uji Reliabilitas**

Reliabilitas adalah alat yang digunakan untuk menilai kuesioner, yang merupakan indikator dari variabel atau konstruk tertentu. Keandalan suatu instrumen menunjukkan bahwa hasil pengukurannya bebas dari bias atau kesalahan pengukuran, sehingga memastikan pengukuran yang konsisten dan stabil dari waktu ke waktu serta di berbagai item atau poin dalam instrumen. Sebuah kuesioner dianggap reliabel jika jawaban seseorang terhadap pernyataan tetap sama dari waktu ke waktu. Untuk menilai apakah suatu instrumen reliabel atau tidak, dilakukan dengan membandingkan nilai rhitung dengan rtabel (Sugiyono, 2017). Apabila  $r_{hitung} > r_{tabel}$  maka instrument dinyatakan tidak reliabel. Sedangkan reliable adalah kemampuan kuisioner memberikan hasil pengukuran yang konsisten.

Apabila skala itu dikelompokkan ke dalam lima kelas dengan rereng yang sama, maka ukuran kemantapan alpha dapat diinterpretasikan sebagai berikut (Sugiono et al., 2020):

1. Nilai alpha Cronbach 0.00 s.d 0.20, berarti kurang reliable.
2. Nilai Cronbach 0.21 s.d 0.40, berarti agak reliable.
3. Nilai Cronbach 0.42 s.d 0.60, berarti cukup reliable.
4. Nilai Cronbach 0.61 s.d 0.80, berarti reliable.
5. Nilai Cronbach 0.81 s.d 1.00, berarti sangat reliable

#### **3.6.2 Statistik Deskriptif**

Statistik deskriptif digunakan untuk menggambarkan atau mendeskripsikan data penelitian yang telah dikumpulkan, dengan melihat nilai rata-rata (mean), maksimum, minimum, dan standar deviasi.

### **3.6.3 Uji Asumsi Klasik**

Uji asumsi klasik dilakukan untuk menilai kelayakan suatu model regresi. Sebelum melakukan analisis regresi, uji asumsi klasik dilakukan terlebih dahulu. Tujuan dari uji ini adalah untuk memastikan bahwa hasil analisis regresi memenuhi kriteria BLUE (Best Linear Unbiased Estimator), yaitu adanya hubungan yang sempurna, linear, dan pasti antara beberapa atau semua variabel yang digunakan dalam model regresi (Nugraha, 2022). Uji asumsi klasik yang digunakan dalam penelitian ini yaitu:

#### **1. Uji Normalitas**

Uji distribusi normal digunakan untuk menentukan apakah data memiliki distribusi normal sehingga dapat digunakan dalam negative<sup>59</sup> parametrik. Salah satu metode yang dapat digunakan untuk mendekripsi masalah normalitas adalah uji Kolmogorov-Smirnov, yang bertujuan untuk mengetahui apakah sampel berasal dari populasi dengan distribusi normal. Pedoman pengambilan keputusan dalam uji negative<sup>59</sup> Kolmogorov-Smirnov (K-S) adalah (Ndruru et al., 2020):

- a. Jika nilai Sig atau signifikansi  $< 0,05$  secara negative<sup>59</sup>  $H_0$  ditolak maka Distribusi adalah tidak normal
- b. Jika nilai Sig atau signifikansi  $> 0,05$   $H_0$  diterima maka distribusi adalah normal. Ditampilkan pula grafik normal P-plot of regression standardized residual untuk memperoleh hasil uji normalitas (Ghozali, 2018).

#### **2. Uji Autokorelasi**

Metode pengujian autokorelasi yang sering digunakan adalah uji Durbin-Watson (uji DW). Ketentuannya adalah sebagai berikut (Nugraha, 2022):

- a. Jika nilai (d) lebih kecil dari ( $d_L$ ) atau lebih besar dari ( $4-d_L$ ), maka hipotesis nol ditolak, menandakan adanya masalah autokorelasi.
- b. Jika nilai (d) terletak antara ( $d_U$ ) dan ( $4-d_U$ ), maka hipotesis nol diterima, menunjukkan tidak adanya autokorelasi.
- c. Jika nilai (d) terletak antara ( $d_L$ ) dan ( $d_U$ ), atau antara (( $4-d_U$ ) dan ( $4-d_L$ )), maka kesimpulan tidak dapat diambil dengan pasti.

### **3. Uji Heteroskedastisitas**

Model regresi yang baik adalah yang homoskedastis, yang berarti tidak terjadi heteroskedastisitas. Salah satu metode untuk mendeteksi adanya heteroskedastisitas adalah dengan menggunakan uji Glejser. Uji Glejser digunakan untuk menguji apakah dalam model regresi terjadi ketidaksetaraan varian dari residual antara satu pengamatan dengan pengamatan lainnya (Ghozali, 2018). Sehingga, untuk menganalisis pengambilan keputusan ada atau tidaknya heteroskedastisitas dapat dilakukan dengan cara berikut ini:

- a. Jika nilai signifikansi (sig) lebih besar dari 0,05, maka kesimpulannya adalah tidak terjadi gejala heteroskedastisitas
- b. Sebaliknya, jika nilai signifikansi (sig) lebih kecil dari 0,05, maka kesimpulannya adalah terjadi gejala heteroskedastisitas.

### **4. Uji Multikolinieritas**

Model regresi yang baik seharusnya bebas dari multikolinieritas, yang berarti tidak terjadi korelasi yang signifikan antara variabel negative60nt (Ghozali, 2018). Untuk mengetahui adanya multikolinieritas dalam sebuah model, dapat diidentifikasi dari ciri-ciri sebagai berikut:

- a. Nilai R-Square dan uji F signifikan, tetapi standar error dan tingkat signifikansi masing-masing rendah.
- b. Perubahan kecil pada data menyebabkan perubahan yang signifikan pada koefisien yang diamati.
- c. Nilai koefisien yang tidak konsisten dengan hipotesis, misalnya variabel yang seharusnya memiliki efek positif (koefisien positif), tetapi menunjukkan nilai negatif.

### 3.6.4 Analisis Regresi Berganda

Analisis regresi berganda adalah teknik statistik yang menggunakan koefisien parameter untuk mengukur seberapa besar pengaruh variabel independen terhadap variabel dependen. Pengujian hipotesis, baik secara parsial maupun secara bersama-sama, dilakukan setelah memastikan bahwa model regresi yang digunakan memenuhi asumsi klasik. Berikut adalah persamaan regresi yang digunakan (Nugraha, 2022):

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

#### Keterangan:

$Y$  = *Purchase intention*, persepsi suku bunga dan kemudahan proses terhadap *purchase intention* pada produk KPR Bank BTN di Surabaya

$a$  = konstanta

$X_1$  = promosi

$X_2$  = persepsi suku bunga

$X_3$  = kemudahan proses

$\beta_1, \dots, \beta_n$  = Koefisien regresi

$e$  = *error term*

Nilai koefisien regresi mengindikasikan arah hubungan antara variabel bebas ( $X$ ) dan variabel terikat ( $Y$ ), atau lebih tepatnya, menyatakan seberapa besar pengaruh variabel bebas ( $X$ ) terhadap variabel terikat ( $Y$ ).

1. Jika ( $b = A$ ) ( $b$  positif), itu menunjukkan bahwa variabel bebas ( $X$ ) memiliki pengaruh positif terhadap nilai variabel terikat ( $Y$ ). Jika nilai variabel bebas ( $X$ ) meningkat 1 unit, maka nilai variabel ( $Y$ ) akan meningkat sebesar ( $A$ ) unit, dan sebaliknya.
2. Jika ( $b = -A$ ) ( $b$  negatif), itu menunjukkan bahwa variabel bebas ( $X$ ) memiliki pengaruh negatif terhadap nilai variabel terikat ( $Y$ ). Jika nilai variabel bebas ( $X$ ) meningkat 1 unit, maka nilai variabel ( $Y$ ) akan menurun sebesar ( $A$ ) unit, dan sebaliknya.

### **3.6.5 Uji Goodness of Fit**

#### **1. Uji Statistik F**

Menurut Ghozali (2018) Uji goodness of fit adalah metode untuk mengevaluasi sejauh mana model regresi cocok dengan data yang diamati. Ini membantu dalam menilai seberapa baik fungsi regresi dapat memperkirakan nilai yang sebenarnya secara statistik. Salah satu indikator utamanya adalah statistik F, yang menunjukkan apakah semua variabel independen yang dimasukkan ke dalam model memiliki pengaruh kolektif terhadap variabel dependen:

- a. Pvalue < 0,05 menunjukkan bahwa uji model ini layak untuk digunakan pada penelitian.
- b. Pvalue > 0,05 menunjukkan bahwa uji model ini tidak layak untuk digunakan pada penelitian.

#### **2. Pengujian Hipotesis**

##### **1. Uji Statistik t**

Uji t digunakan untuk mengevaluasi pengaruh variabel independen secara parsial atau individual terhadap variabel dependen. Jika nilai signifikansi (Sig.) dari uji t adalah kurang dari 0,05, maka ini menunjukkan bahwa variabel independen memiliki pengaruh yang signifikan secara parsial terhadap variabel dependen (Ghozali, 2018).