

BAB II

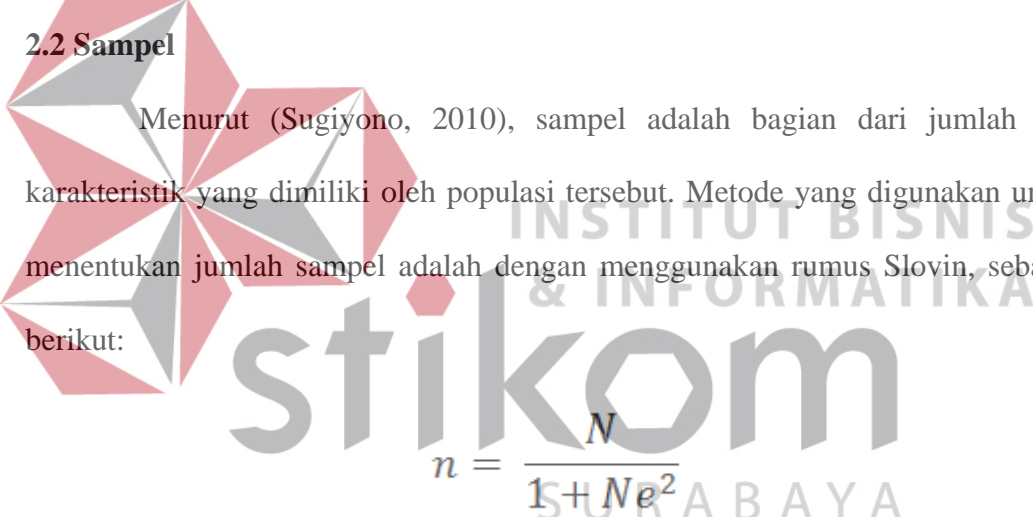
LANDASAN TEORI

2.1 Populasi

Menurut (Sugiyono, 2005), populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri atas obyek atau subyek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya.

2.2 Sampel

Menurut (Sugiyono, 2010), sampel adalah bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi tersebut. Metode yang digunakan untuk menentukan jumlah sampel adalah dengan menggunakan rumus Slovin, sebagai berikut:


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

dimana :

n = Ukuran sampel

N = Ukuran populasi

e = Persen kelonggaran ketidaktelitian karena kesalahan pengambilan sampel yang masih dapat ditolerir atau diinginkan.

2.3 Kualitas

Menurut (Kotler, 2009), kualitas adalah seluruh ciri serta sifat suatu produk atau pelayanan yang berpengaruh pada kemampuan untuk memuaskan kebutuhan yang dinyatakan atau tersirat.

2.4 Website

Menurut (Hidayat, 2010), *website* merupakan kumpulan halaman-halaman yang digunakan untuk menampilkan informasi teks gambar diam atau gerak, animasi, suara, dan atau gabungan dari semuanya, baik yang bersifat statis ataupun dinamis yang membentuk suatu rangkaian bangunan yang saling terkait, yang masing-masing dihubungkan dengan jaringan-jaringan halaman. Hubungan antara satu halaman *web* dengan halaman *web* yang lainnya disebut *hyperlink*, sedangkan teks yang dijadikan media penghubung disebut *hypertext*.

2.4.1 Jenis-Jenis Website

Menurut (Hidayat, 2010), *website* dibagi menjadi dua jenis berdasarkan sifat atau *style*-nya, yaitu:

1. Website Dinamis

Merupakan sebuah *website* yang menyediakan konten atau isi yang berubah-ubah setiap saat. misalnya *web* berita, toko *online*, *web* pasang iklan, dll.

2. Website Statis

Merupakan *website* yang kontennya sangat jarang diubah. Misalnya pada *web* profil organisasi, dll.

2.4.2 Kualitas *Website*

Menurut (Hyejeong dan Niehm, 2009), bahwa para peneliti terdahulu membagi dimensi kualitas *website* menjadi lima yaitu:

1. Informasi, meliputi kualitas konten, kegunaan, kelengkapan, akurat, dan relevan.
2. Keamanan, meliputi kepercayaan, privasi, dan jaminan keamanan.
3. Kemudahan, meliputi mudah untuk dioperasikan, mudah dimengerti, dan kecepatan.
4. Kenyamanan, meliputi daya tarik visual, daya tarik emosional, desain kreatif dan atraktif.
5. Kualitas pelayanan, meliputi kelengkapan secara *online* dan *customer service*.

Menurut (Turban, 2006), terdapat klasifikasi situs *web* yang terdiri dari:

1. *Informational Website*

Website menyediakan informasi tentang bisnisnya dan produk dan jasa bisnis itu sendiri.

2. *Interactive Website*

Website menyediakan peluang kepada konsumen dan bisnisnya itu sendiri untuk berkomunikasi dan berbagi informasi.

3. *Attractors Website*

Website yang dapat menarik dan berinteraksi dengan pengunjung.

4. *Transactional Website*

Website yang menjual produk dan jasa.

5. *Collaborative Website*

Website yang dimana mengizinkan pasangan bisnis untuk bekerjasama.

2.5 Pelanggan

Menurut (Stinnett, 2005), pelanggan adalah pihak atau orang yang membeli, menggunakan atau mendapatkan keuntungan dari barang atau jasa yang dihasilkan oleh perusahaan. Pelanggan perusahaan dapat berupa pelanggan eksternal maupun internal.

2.6 Kepuasan

Kata kepuasan (*satisfaction*) berasal dari bahasa latin "*satis*" (artinya cukup baik, memadai) dan "*facio*" (melakukan atau membuat). Kepuasan bisa diartikan sebagai "upaya pemenuhan kebutuhan" atau "membuat sesuatu memadai". *Oxford Learner's dictionary* dalam (Tjiptono dan Chandra, 2005), mendeskripsikan kepuasan sebagai "*the good feeling that you have when you achieved something or when something that you wanted to happen does happen*" artinya adalah sebuah perasaan bahagia ketika mendapatkan sesuatu atau ketika sesuatu yang diinginkan terjadi. (Tjiptono dan Chandra, 2005), mengatakan kepuasan dikonseptualisasikan sebagai perasaan yang timbul setelah mengevaluasi pengalaman.

2.6.1 Kepuasan Pelanggan

Kepuasan pelanggan pada dasarnya merupakan suatu keadaan dimana kebutuhan, keinginan dan harapan konsumen dapat terpenuhi melalui produk jasa atau layanan yang dikonsumsi. Menurut (Farida, 2012), kepuasan pelanggan merupakan penilaian mengenai keistimewaan produk atau jasa itu sendiri yang menyediakan tingkat kesenangan pelanggan berkaitan dengan pemenuhan kebutuhan konsumsi pelanggan. Lebih spesifik, secara analogi, kepuasan

pelanggan berarti sejauh mana anggapan teradap kualitas produk atau jasa dalam memenuhi kebutuhan harapan pelanggan.

2.7 Konsep WebQual

Menurut (Sanjaya, 2012), WebQual merupakan salah satu metode pengukuran *website* berdasarkan persepsi pengguna akhir, yang dikembangkan oleh Stuart Barnes & Richard Vidgen. WebQual berdasar pada konsep *Quality Function Deployment* (QFD) yaitu suatu proses yang berdasar pada “*voice of customer*” dalam pengembangan dan implementasi suatu produk atau jasa. Dari konsep QFD tersebut, WebQual disusun berdasar pada persepsi pengguna akhir (*end user*) terhadap suatu *website*.

WebQual telah mengalami beberapa iterasi dalam penyusunan kategori dan butir-butir pertanyaannya. Versi terbaru adalah WebQual 4.0 yang menggunakan tiga dimensi untuk mewakili kualitas dari *website*, yaitu dimensi kemudahan penggunaan (*Usability Quality*), dimensi kualitas informasi (*Information Quality*), dan kualitas interaksi (*Interaction Quality*). Cara pengukuran dalam metode WebQual menggunakan instrumen penelitian atau kuisisioner berdasarkan konsep *house of quality* dengan struktur instrumennya juga mengacu ke model SERVQUAL.

Penjabaran dimensi beserta indikator yang dihasilkan dari teori WebQual dapat dilihat pada Tabel 2.1, 2.2, dan Tabel 2.3.

Tabel 2.1. Dimensi Kemudahan Penggunaan (*Usability Quality*)

No	Deskripsi Indikator
1	Apakah pengguna merasa mudah untuk mempelajari pengoperasian <i>website</i>
2	Apakah interaksi antara <i>website</i> dengan pengguna jelas dan mudah dipahami
3	Apakah pengguna merasa mudah untuk bernavigasi dalam <i>website</i>
4	Apakah pengguna merasa <i>website</i> mudah digunakan
5	Apakah <i>website</i> memiliki tampilan yang menarik
6	Apakah desain sesuai dengan jenis <i>website</i>
7	Apakah pengguna merasa mudah menemukan informasi yang ingin dicari

(Sumber: <http://www.webqual.co.uk/instrument.htm>)

Tabel 2.2 Dimensi Kualitas Informasi (*Information Quality*)

No	Deskripsi Indikator
1	Apakah <i>website</i> memberikan informasi yang akurat
2	Apakah <i>website</i> memberikan informasi yang dapat dipercaya
3	Apakah <i>website</i> memberikan informasi yang tepat waktu
4	Apakah <i>website</i> memberikan informasi yang relevan
5	Apakah <i>website</i> memberikan informasi yang mudah dipahami
6	Apakah <i>website</i> menyediakan informasi yang lengkap dan terperinci
7	Apakah <i>website</i> menyajikan informasi dalam format yang sesuai dengan kebutuhan/proposional

(Sumber: <http://www.webqual.co.uk/instrument.htm>)

Tabel 2.3 Dimensi Kualitas Interaksi (*Interaction Quality*)

No	Deskripsi Indikator
1	Apakah <i>website</i> memiliki reputasi yang baik
2	Apakah <i>website</i> memberi rasa aman pada pengguna saat mengunduh
3	Apakah <i>website</i> menyediakan ruang untuk daftar menjadi <i>member</i>
4	Apakah <i>website</i> menjaga keamanan data pribadi pengguna/ <i>member</i>
5	Apakah <i>website</i> memberikan ruang untuk diskusi antar <i>member</i>
6	Apakah <i>website</i> menyajikan informasi sesuai dengan kebutuhan pengguna

(Sumber: <http://www.webqual.co.uk/instrument.htm>)

2.8 Model Konseptual

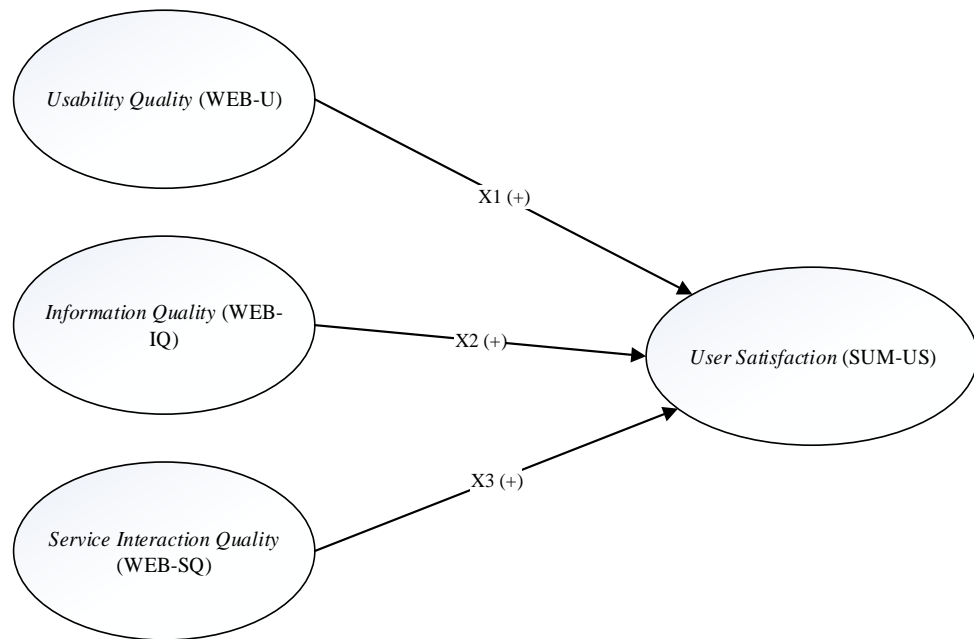
Model kerangka konseptual menggambarkan hubungan antar variabel yang diuji dalam penelitian. Berdasarkan kerangka konseptual, penelitian ini memiliki hipotesis sebagai berikut:

X1 : Terdapat pengaruh yang positif antara *Usability Quality* dan *User Satisfaction*.

X2 : Terdapat pengaruh yang positif antara *Information Quality* dan *User Satisfaction*.

X3 : Terdapat pengaruh yang positif antara *Interaction Quality* dan *User Satisfaction*.

Berikut merupakan model WebQual yang dapat dilihat pada Gambar 2.1.



Gambar 2.1 Kerangka Konseptual

2.9 Validitas dan Reliabilitas

Menurut (Rostina, 2011), validitas adalah suatu ukuran yang menunjukkan tingkat kevalidan atau kesahihan suatu instrumen. Suatu instrumen dikatakan *valid* apabila mampu mengukur apa yang diinginkan. Sebuah instrumen dikatakan *valid* apabila dapat mengungkap data dari variabel yang diteliti secara tepat. Uji validitas berguna untuk mengetahui apakah ada pernyataan-pernyataan pada kuesioner yang harus dibuang/diganti karena dianggap tidak relevan. Teknik untuk mengukur validitas kuesioner dengan mengkorelasikan antara skor tiap item dengan skor total dan melakukan koreksi terhadap nilai koefisien korelasi yang overestimasi.

Uji reliabilitas dapat dilakukan secara eksternal ataupun internal. Secara eksternal pengujian dapat dilakukan dengan *test-retest (stability)*, *equivalent* dan gabungan keduanya. Secara internal reliabilitas dapat diuji dengan menganalisis

konsistensi butir-butir yang ada pada instrumen dengan teknik tertentu (Sugiyono, 2011).

Dasar pengambilan keputusan dalam uji reliabilitas adalah jika nilai *alpha* lebih besar dari *r* tabel maka *item-item* angket yang digunakan dinyatakan reliabel atau konsisten, sebaliknya jika nilai *alpha* lebih kecil dari *r* tabel maka *item-item* angket yang digunakan dinyatakan tidak reliabel atau tidak konsisten.

Pengukuran validitas dan reliabilitas mutlak dilakukan, karena jika instrumen yang digunakan sudah tidak *valid* dan reliabel maka dipastikan hasil penelitiannya pun tidak akan *valid* dan reliabel.

2.10 Uji Asumsi

Di dalam uji statistika regresi dilakukan pula uji asumsi klasik sebagai syarat terlaksananya analisis regresi linear berganda, yaitu:

1. Normalisasi Data

Menurut (Sugiyono, 2012), penggunaan statistik parametris, bekerja dengan asumsi bahwa data setiap variabel yang akan dianalisis membentuk distribusi normal. Bila data tidak normal maka teknik statistik parametrik tidak dapat digunakan untuk alat analisis. Suatu data yang membentuk distribusi normal bila jumlah data di atas dan di bawah rata-rata adalah sama, demikian juga simpangan bakunya sehingga dapat membentuk suatu kurva normal. Selain kurve normal umum, juga terdapat kurve normal standar. Dikatakan standar, karena nilai rata – ratanya adalah 0 dan simpangan bakunya adalah 1,2,3,4, dst. Nilai simpangan baku selanjutnya dinyatakan dalam simbol *z*. Kurva normal umum dapat diubah ke dalam kurva normal standart, dengan menggunakan rumus sebagai berikut.

$$x = \frac{(x_i - \bar{x})}{s}$$

Dengan: z = Simpangan baku untuk kurva normal

x_i = Data ke i dari suatu kelompok data

\bar{x} = Rata – rata kelompok

s = Simpangan baku

Pengujian dilakukan dengan menggunakan metode Normal Probabilitas Plots.

Normal Probabilitas Plots berbentuk grafik yang digunakan untuk mengetahui

apakah dalam sebuah model regresi, nilai regresi residual terdistribusi dengan

normal atau tidak. Model regresi yang baik seharusnya distribusi regresi

residual normal atau mendekati normal.

2. Multikolinieritas

Uji multikolinieritas dimasukkan untuk membuktikan atau menguji ada

tidaknya hubungan yang linier antara variabel bebas (*independent*) satu

dengan variabel bebas (*independent*) yang lainnya. Dalam analisis regresi

ganda, maka akan terdapat dua atau lebih variabel bebas yang diduga akan

mempengaruhi variabel terdapatnya. Masalah multikolinieritas tidak akan

terjadi pada regresi linier sederhana yang hanya melibatkan suatu variabel

bebas (Sudarmanto, 2013).

3. Heteroskedastisitas

Untuk menguji apakah dalam sebuah model regresi, terjadi ketidaksamaan

varians dari residual dari suatu pengamatan yang lain, jika varian dari residual

dari satu pengamatan ke pengamatan yang lain tetap, maka disebut

Homoskedastisitas atau mengalami heteroskedastisitas. Uji asumsi

heteroskedastisitas ini dimasukkan untuk mengetahui apakah variasi residual absolut sama atau tidak sama untuk semua pengamatan (Sudarmanto, 2013).

4. Autokorelasi

Menurut (Sudarmanto, 2013), autokorelasi merupakan suatu kondisi dimana terdapat korelasi atau hubungan antar pengamatan atau observasi, baik itu dalam bentuk observasi deret waktu (*time series*) atau observasi *crosssection*, yang dimaksudkan untuk mengetahui apakah terjadi korelasi di antara data pengamatan atau tidak. Berdasarkan konsep tersebut, maka uji autokorelasi sangat penting untuk dilakukan tidak hanya pada data yang bersifat *time series* saja, akan tetapi semua data (*independent variable*) yang diperoleh perlu diuji terlebih dahulu autokorelasinya apabila akan dianalisis dengan regresi linier ganda.

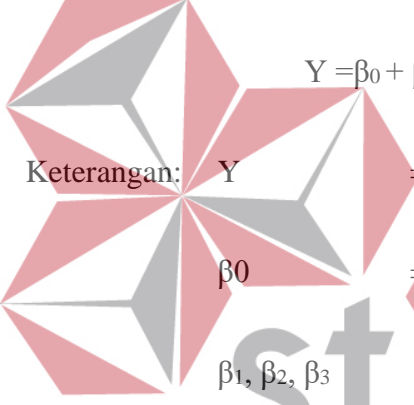
5. Linearitas

Menurut (Priyatno, 2010), istilah linearitas didefinisikan sebagai bentuk hubungan antara variabel *independent* dan variabel *dependent* adalah linear. Uji Linearitas bertujuan untuk mengetahui apakah dua variabel tersebut menunjukkan hubungan yang linear atau tidak.

2.11 Regresi

Menurut (Sugiyono, 2012), analisis regresi digunakan untuk memprediksikan seberapa jauh perubahan nilai variabel *dependent*, bila nilai variabel *independent* dimanipulasi atau dirubah-rubah atau dinaik-turunkan. Manfaat dari hasil analisis regresi adalah untuk membuat keputusan apakah naik dan menurunnya variabel *dependent* dapat dilakukan melalui peningkatan variabel *independent* atau tidak.

Regresi memiliki bentuk bermacam-macam. Regresi linear sederhana maupun regresi linear berganda digunakan untuk mencari model hubungan linear antara variabel-variabel bebas dengan variabel terikat sepanjang tipe datanya adalah *interval* atau *rasio*. Pada persamaan 2.4 regresi *dummy* memfasilitasi apabila ada salah satu atau lebih variabel bebas yang bertipe nominal atau ordinal. Regresi data panel memberikan keleluasaan kepada peneliti apabila data yang diregresikan merupakan *cross-section* maupun data runtun waktu. Sedangkan regresi logistik membantu peneliti untuk meregresikan variabel terikat yang bertipe nominal (biner) maupun nominal atau ordinal *non-biner*.



$$Y = \beta_0 + \beta_1 X_1 + \beta_2 X_2 + \dots + \beta_n X_n + \varepsilon$$

Keterangan:

- Y = variabel terikat.
- β_0 = koefisien intercept regresi.
- $\beta_1, \beta_2, \beta_3$ = koefisien *slope* regresi.
- X_1, X_2, X_3 = variabel bebas.
- ε = *error* persamaan regresi.

INSTITUT BISNIS
 & INFORMATIKA
stikom
 SURABAYA

2.12 Regresi Linear Berganda

Menurut (Sugiyono, 2012), analisis regresi berganda digunakan untuk meramalkan bagaimana keadaan (naik-turunnya) variabel *dependent* (kriterium), bila dua atau lebih variabel *independent* sebagai faktor prediktor dimanipulasi (dinaik-turunkan nilainya). Jadi analisis regresi berganda akan dilakukan bila jumlah variabel *independent* nya minimal 2. Proses perhitungan secara umum

adalah sama dengan regresi linear sederhana hanya perlu pengembangan sesuai dengan kebutuhan regresi linear berganda.

Persamaan regresi linear berganda sebagai berikut:

$$Y' = a + b_1X_1 + b_2X_2 + \dots + b_nX_n$$

Keterangan:

Y' = Variabel *dependent* (nilai yang diprediksikan)

X_1 dan X_2 = Variabel *independent*

a = Konstanta (nilai Y' apabila $X_1, X_2, \dots, X_n = 0$)

b = Koefisien regresi (nilai peningkatan ataupun penurunan)

2.13 Uji Koefisien Regresi Secara Bersama (Uji F)

Uji ini digunakan untuk mengetahui apakah variabel *independent* (X_1, X_2, \dots, X_n) secara bersama-sama berpengaruh secara signifikan terhadap variabel *dependent* (Y). Atau untuk mengetahui apakah model regresi dapat digunakan untuk memprediksi variabel *dependent* atau tidak. Signifikan berarti hubungan yang terjadi dapat berlaku untuk populasi (dapat digeneralisasikan), Langkah-langkah atau urutan menguji hipotesa dengan distribusi f adalah sebagai berikut:

1. Merumuskan Hipotesis

- a. $H_0: \beta_1 = \beta_2 = \beta_3 = \beta_4 = 0$, berarti secara bersama-sama tidak ada pengaruh variabel bebas terhadap variabel terikat.
- b. H_a : apabila minimal terdapat satu $\beta \neq 0$ maka terdapat pengaruh variabel bebas terhadap variabel terikat.

2. Menentukan tingkat signifikansi

Tingkat signifikansi menggunakan $\alpha = 5\%$ (signifikansi 5% atau 0,05 adalah ukuran standar yang sering digunakan dalam penelitian).

3. Menentukan F hitung

4. Menentukan F tabel

Setelah menentukan taraf nyata atau derajat keyakinan yang digunakan, maka bisa menentukan nilai t tabel. Dengan derajat bebas (df) dalam distribusi F ada dua, yaitu:

a. $df \text{ numerator} = df_n = df_1 = k - 1$

b. $df \text{ denominator} = df_d = df_2 = n - k$

Keterangan:

$df = \textit{degree of freedom}$ atau derajat kebebasan

$n =$ Jumlah sampel

$k =$ banyaknya koefisien regresi

5. Kriteria pengujian

a. H_0 diterima bila $F \text{ hitung} < F \text{ tabel}$

b. H_0 ditolak bila $F \text{ hitung} > F \text{ tabel}$

6. Membandingkan F hitung dengan F tabel

7. Kesimpulan

Keputusan bisa menolak H_0 atau menerima H_0 menerima H_a . Nilai F tabel yang diperoleh dibanding dengan nilai F hitung apabila F hitung lebih besar dari F tabel, maka ditolak sehingga dapat disimpulkan bahwa ada pengaruh yang signifikan antara variabel *independent* dengan variabel *dependent*.

2.14 Uji Koefisien Regresi Secara Parsial (Uji T)

Uji T ini digunakan untuk mengetahui apakah dalam model regresi variabel *independent* (X_1, X_2, \dots, X_n) secara parsial berpengaruh signifikan terhadap variabel *dependent* (Y). Tujuan dari uji t adalah untuk menguji koefisien regresi secara individual. Langkah-langkah atau urutan menguji hipotesa dengan distribusi t adalah sebagai berikut:

1. Merumuskan hipotesa

$H_0: \beta_i = 0$, artinya variabel bebas bukan merupakan penjelas yang signifikan terhadap variabel terikat. $H_a: \beta_i \neq 0$, artinya variabel bebas merupakan penjelas yang signifikan terhadap variabel terikat.

a. Hipotesa nol = H_0

H_0 adalah suatu pernyataan mengenai nilai parameter populasi. H_0 merupakan hipotesis statistik yang akan diuji hipotesis nihil.

b. Hipotesa nol = H_a

H_a adalah suatu pernyataan yang diterima jika data sampel memberikan cukup bukti bahwa hipotesa nol adalah salah.

2. Menentukan tingkat signifikansi

Tingkat signifikansi menggunakan $\alpha = 5\%$ (signifikansi 5% atau 0.05 adalah ukuran standar yang sering digunakan dalam penelitian).

3. Menentukan T hitung

4. Menentukan T tabel

Setelah menentukan taraf nyata atau derajat keyakinan yang digunakan sebesar $\alpha = 1\%$ atau 5% atau 10%, maka bisa menentukan nilai t tabel pada persamaan:

$$df = n - k$$

Keterangan:

df = *Degree of freedom* atau derajat kebebasan

n = Jumlah sampel

k = Banyaknya koefisien regresi + konstanta

5. Kriteria Pengujian

a. H_0 diterima jika $-T_{\text{tabel}} < T_{\text{hitung}} < T_{\text{tabel}}$

b. H_0 ditolak jika $-T_{\text{hitung}} < -T_{\text{tabel}}$ atau $T_{\text{hitung}} > T_{\text{tabel}}$

6. Membandingkan T_{hitung} dengan T_{tabel}

7. Kesimpulan

Keputusan bisa menolak H_0 atau menerima H_0 . Nilai t_{tabel} yang diperoleh dibandingkan nilai t_{hitung} , bila t_{hitung} lebih besar dari t_{tabel} , maka H_0 ditolak, sehingga dapat disimpulkan bahwa variabel *independent* berpengaruh pada variabel *dependent*. Apabila t_{hitung} lebih kecil dari t_{tabel} , maka H_0 diterima sehingga dapat disimpulkan bahwa variabel *independent* tidak berpengaruh terhadap variabel *dependent*.

2.15 Analisis Korelasi Ganda

Korelasi ganda (*multiple colleration*) merupakan angka yang menunjukkan arah dan kuatnya hubungan antara dua variabel *independent* secara bersama-sama atau lebih dengan satu variabel *dependent* (Sugiyono, 2012). Korelasi ganda digunakan untuk mencari hubungan antara dua variabel bebas atau lebih yang secara bersama-sama dihubungkan dengan variabel terikatnya. Sehingga dapat diketahui besarnya sumbangan seluruh variabel bebas yang menjadi obyek penelitian terhadap variabel terikatnya. Langkah-langkah menghitung koefisien ganda adalah sebagai berikut:

1. Jika harga r belum diketahui, maka hitunglah harga r . Biasanya sudah ada karena kelanjutan dari korelasi tunggal
2. Hitunglah r hitung dengan rumus sebagai berikut:

$$R_{y_{x_1 x_2}} = \sqrt{\frac{r_{y_{x_1}}^2 + r_{y_{x_2}}^2 - 2 r_{y_{x_1}} r_{y_{x_2}} r_{x_1 x_2}}{1 - r_{x_1 x_2}^2}}$$

Dimana: $R_{y_{x_1 x_2}}$ = koefisien korelasi ganda antara variabel x_1 dan x_2

$r_{y_{x_1}}$ = koefisien korelasi x_1 terhadap Y

$r_{y_{x_2}}$ = koefisien korelasi x_2 terhadap Y

$r_{x_1 x_2}$ = koefisien korelasi x_1 terhadap X_2

3. Tetapkan taraf signifikansi (α), sebaiknya disamakan dengan α terdahulu
4. Tentukan kriteria pengujian R , yaitu :

H_a : tidak signifikan

H_0 : signifikan

H_a : $R_{y_{x_1 x_2}} = 0$

H_0 : $R_{y_{x_1 x_2}} \neq 0$

Jika $F_{hitung} \leq F_{tabel}$ maka H_0 diterima

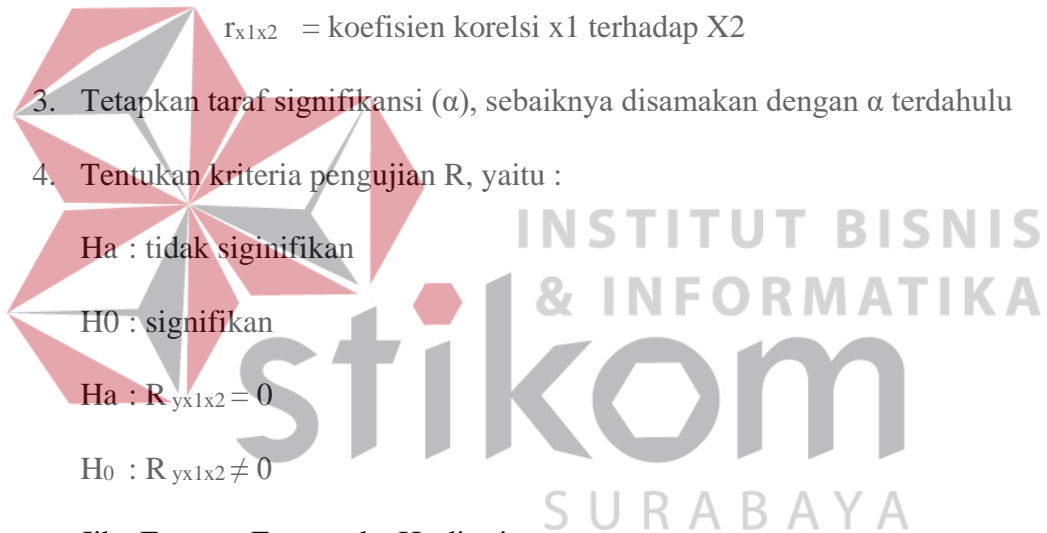
5. Cari F_{hitung} dengan persamaan:

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

6. Cari $F_{tabel} = F(1 - \alpha)$, kemudian dengan

$dk_{pembilang} = k$

$dk_{penyebut} = n - k - 1$



dimana k = banyaknya variabel bebas

n = banyaknya anggota sampel

dengan melihat tabel f didapat nilai F_{tabel}

7. Bandingkan Fhitung dan Ftabel

8. Kesimpulan

Menurut (Sugiyono, 2011), pedoman untuk memberikan interpretasi koefisien korelasi sebagai berikut:

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

2.16 Analisis Determinasi (R^2)

Koefisien Determinasi (R^2) digunakan untuk mengetahui seberapa besar prosentase sumbangan pengaruh variabel *independent* secara serentak terhadap variabel *dependent*. Determinasi adalah diantara nol dan satu ($0 < R^2 < 1$) dan selalu bernilai positif, sebab merupakan rasio dari dua jumlah kuadrat yang nilainya juga selalu positif.