

BAB III

OBJEK DAN METODE PENELITIAN

3.1. Objek Penelitian

Penelitian ini menggunakan tiga variabel yaitu dua variabel X sebagai variabel bebas (independen), dan variabel Y sebagai variabel terikat (dependen). Uma Sekaran (2013:68), variabel penelitian adalah suatu nilai yang berbeda atau bervariasi nilai. Penelitian ini menganalisis variabel independen yaitu *perceived quality* yang terdiri dari *tangibles*, *empathy*, *reliability*, *responsiveness*, dan *assurance*, dan *perceived value* yang terdiri dari *sosial*, *emotional* dan *functional*, sedangkan variabel dependen yaitu *customer satisfaction*.

Unit analisis dalam penelitian ini adalah partisipan biliardis yang pernah melakukan penyewaan atau bermain biliardis dan pembelian alat atau *souvenir* biliardis di Barcode Pool Tables Bandung. Barcode Pool Tables Bandung dipilih sebagai objek penelitian dengan pertimbangan bahwa objek ini perlu dilakukan penelitian mengenai, pengaruh *perceived quality* dan *perceived value*. Penelitian ini juga dilakukan dalam kurun waktu selama enam bulan dengan menggunakan metode *cross sectional*.

Berdasarkan ketiga variabel penelitian yang telah disebutkan di atas, maka akan dianalisis mengenai pengaruh *perceived quality* dan *perceived value* terhadap *customer satisfaction* di Barcode Pool Tables Bandung.

3.2. Metode Penelitian

3.2.1. Jenis Metode Penelitian yang Digunakan

Berdasarkan variabel yang diteliti, maka jenis penelitian yang digunakan adalah penelitian deskriptif dan verifikatif. Menurut Uma Sekaran (2013:100), penelitian deskriptif adalah jenis penelitian konklusif yang memiliki tujuan utama mendeskripsikan sesuatu-biasanya karakteristik pasar atau fungsi. Penelitian ini terdiri dari dua tujuan, yaitu memperoleh hasil temuan berupa gambaran mengenai

perceived quality, *perceived value* dan *customer satisfaction* di Barcode Pool Tables.

Menurut Malhotra (2007:85) penelitian verifikatif atau penelitian kausalitas adalah penelitian untuk menguji kebenaran hubungan kausal (*cause-and effect*), yaitu hubungan antara variabel independen (yang mempengaruhi) dengan variabel dependen (yang dipengaruhi). Cooper dan Schindler (2003:163) menjelaskan bahwa secara sederhana penelitian kausalitas adalah penelitian yang menyatakan bahwa variabel A menghasilkan variabel B atau variabel A mendorong munculnya variabel B. Penelitian ini akan menguji kebenaran hipotesis melalui pengumpulan data di lapangan, mengenai pengaruh *perceived quality* dan *perceived value* terhadap *customer satisfaction* di Barcode Pool Tables.

Berdasarkan jenis penelitian yang digunakan, yaitu penelitian deskriptif dan verifikatif maka metode yang digunakan adalah *explanatory survey*. Menurut Malhotra (2010:96) menyatakan bahwa:

Explanatory Survey adalah dilakukan untuk mengeksplorasi situasi masalah, yaitu untuk mendapatkan ide-ide dan wawasan ke dalam masalah yang dihadapi manajemen atau para peneliti tersebut. Penjelasan penelitian dalam bentuk wawancara mendalam atau kelompok fokus dapat memberikan wawasan berharga.

Berdasarkan penelitian tersebut penelitian yang menggunakan metode ini informasi dari sebagian populasi dikumpulkan langsung di tempat kejadian secara empirik dengan tujuan untuk mengetahui pendapat dari sebagian populasi terhadap objek yang sedang diteliti.

3.2.2. Operasionalisasi Variabel

Menurut Sugiyono (2012:58) operasional variabel adalah segala sesuatu yang berbentuk apa saja yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari sehingga diperoleh informasi tentang hal tersebut, kemudian ditarik kesimpulannya.

Variabel yang dikaji dan dianalisis dalam penelitian ini meliputi: dua *independent variable* yaitu *perceived quality* (X1) dan *perceived value* (X2), sedangkan *customer satisfaction* (Y) sebagai *dependent variable* dengan

Galih Nurul Rahmadiana, 2017

PENGARUH PERCEIVED QUALITY DAN PERCEIVED VALUE TERHADAP CUSTOMER SATISFACTION DI BARCODE POOL TABLES BANDUNG

Universitas Pendidikan Indonesia | repository.upi.edu | perpustakaan.upi.edu

expectation dan *perceived* sebagai alat ukurnya. Secara lebih rinci dapat terlihat pada Tabel 3.1 berikut:

TABEL 3.1
OPERASIONALISASI VARIABEL PENELITIAN

Variabel	Dimensi	Ukuran	Skala	No. Item
<i>Perceived Quality</i> (X1)	<i>“The consumer’s judgment about a product’s overall excellence or superiority.”</i> Zeithaml dalam Kwak (2009:88)			
	<i>Tangibles</i>	Tingkat keleluasaan area parkir Barcode Pool Tables	Ordinal	1
		Tingkat kemenarikan desain interior dan eksterior Barcode Pool Tables	Ordinal	2
		Tingkat kerapihan penampilan karyawan Barcode Pool Tables	Ordinal	3
	<i>Empathy</i>	Tingkat kemampuan karyawan dalam memahami kebutuhan partisipan	Ordinal	4
		Tingkat kemampuan karyawan dalam memberikan perhatian kepada partisipan	Ordinal	5
	<i>Reliability</i>	Tingkat kenyamanan meja biliar dan kelengkapan fasilitas biliar	Ordinal	6
		Tingkat kenyamanan café	Ordinal	7
		Tingkat kesesuaian pelayanan ketika karyawan menata bola biliar yang diberikan dengan apa yang dijanjikan	Ordinal	8
	<i>Responsiveness</i>	Tingkat kecepatangapan dalam proses pelayanan ketika partisipan datang dan memilih meja biliar	Ordinal	9
		Tingkat kecepatangapan pelayanan saat partisipan membutuhkan bantuan	Ordinal	10
	<i>Assurance</i>	Tingkat kemampuan dalam memberikan rasa nyaman dan percaya diri terhadap partisipan	Ordinal	11
Tingkat kesesuaian sopan satun yang diberikan karyawan Barcode Pool Tables		Ordinal	12	
<i>Perceived Value</i> (X2)	<i>“Perceived value has been assessed as a cognitive evaluation of the time and/or money invested and comparison to the tourist experiences that were gained.”</i> Murphy et al dalam Jalilvand dkk, (2014:319)			

	<i>Social</i>	Tingkat kepercayaan diri dihadapan teman-teman meningkat ketika berkunjung ke Barcode Pool Tables	Ordinal	1
	<i>Emotional</i>	Tingkat kenyamanan kunjungan baru-baru ini ke Barcode Pool Tables	Ordinal	2
		Tingkat menikmati waktu santai ketika berkunjung ke Barcode Pool Tables	Ordinal	3
		Tingkat kesenangan ketika memutuskan berkunjung ke Barcode Pool Tables	Ordinal	4
		Tingkat kebanggaan ketika memutuskan berkunjung ke Barcode Pool Tables	Ordinal	5
		<i>Functional</i>	Tingkat kesesuaian fungsi kunjungan bermain biliar ke Barcode Pool Tables	Ordinal
<i>Customer Satisfaction (Y)</i>	<i>“Extent of overall pleasure or contentment felt by the visitor, resulting in the ability of the experience to fulfil the visitor’s desires, expectations and needs in relation to the place.”</i> Chen and Tsai, dalam Jalilvand dkk, (2014:320)			
	<i>Kepuasan atas Tangibles</i>	Tingkat kepuasan pada keleluasaan area parkir Barcode Pool Tables	Ordinal	1
		Tingkat kepuasan pada desain interior dan eksterior Barcode Pool Tables	Ordinal	2
		Tingkat kepuasan pada kerapihan penampilan karyawan Barcode Pool Tables	Ordinal	3
	<i>Kepuasan atas Empathy</i>	Tingkat kepuasan pada kemampuan karyawan dalam memahami kebutuhan partisipan	Ordinal	4
		Tingkat kepuasan pada kemampuan karyawan dalam memberikan perhatian kepada partisipan	Ordinal	5
	<i>Kepuasan atas Reliability</i>	Tingkat kepuasan pada kenyamanan meja biliar dan fasilitas biliar	Ordinal	6
		Tingkat kepuasan pada kenyamanan café	Ordinal	7
		Tingkat kepuasan pada kesesuaian pelayanan ketika karyawan menata bola biliar yang diberikan dengan apa yang dijanjikan	Ordinal	8

Kepuasan atas <i>Responsiveness</i>	Tingkat kepuasan pada kecepatanggapannya dalam proses pelayanan ketika partisipan datang dan memilih meja biliar	Ordinal	9
	Tingkat kepuasan pada kecepatanggapannya pelayanan saat partisipan membutuhkan bantuan	Ordinal	10
Kepuasan atas <i>Assurance</i>	Tingkat kepuasan pada kemampuan dalam memberikan rasa nyaman dan percaya diri terhadap partisipan	Ordinal	11
	Tingkat kepuasan pada sopan satun yang diberikan karyawan Barcode Pool Tables	Ordinal	12
Kepuasan atas <i>Social</i>	Tingkat kepuasan pada Barcode Pool Tables yang dapat meningkatkan kepercayaan diri dihadapan teman-teman ketika berkunjung ke Barcode Pool Tables	Ordinal	13
Kepuasan atas <i>Emotional</i>	Tingkat kepuasan pada kenyamanan kunjungan baru-baru ini ke Barcode Pool Tables	Ordinal	14
	Tingkat kepuasan pada pelayanan sehingga partisipan dapat menikmati waktu santai berkunjung ke Barcode Pool Tables	Ordinal	15
	Tingkat kepuasan pada pelayanan sehingga partisipan merasa senang ketika memutuskan berkunjung ke Barcode Pool Tables	Ordinal	16
	Tingkat kepuasan pada pelayanan sehingga partisipan merasa bangga ketika memutuskan berkunjung ke Barcode Pool Tables	Ordinal	17
Kepuasan atas <i>Functional</i>	Tingkat kepuasan pada kesesuaian fungsi kunjungan bermain biliar ke Barcode Pool Tables	Ordinal	18

3.2.3 Jenis dan Sumber Data

Data untuk suatu penelitian dapat dikumpulkan dari berbagai sumber. Menurut Silalahi (2012:280) data merupakan hasil pengamatan dan pengukuran empiris yang mengungkapkan fakta tentang karakteristik dari suatu gejala

Galih Nurul Rahmadiana, 2017

PENGARUH PERCEIVED QUALITY DAN PERCEIVED VALUE TERHADAP CUSTOMER SATISFACTION DI BARCODE POOL TABLES BANDUNG

Universitas Pendidikan Indonesia | repository.upi.edu | perpustakaan.upi.edu

tertentu. Berdasarkan sumber data yang ada, maka jenis data yang dikumpulkan dalam penelitian ini yaitu data primer dan data sekunder.

Menurut Silalahi (2009:289) sumber primer adalah suatu objek atau dokumen original material mentah dari pelaku yang disebut “*first-hand information*” sedangkan sumber sekunder adalah data yang dikumpulkan dari tangan kedua atau dari sumber-sumber lain yang telah tersedia sebelum penelitian dilakukan. Menurut Sanusi (2012:103) data primer adalah data yang pertama kali dicatat dan dikumpulkan oleh peneliti, sedangkan data sekunder adalah data yang sudah tersedia dan dikumpulkan oleh pihak lain.

1. Data primer merupakan suatu objek atau dokumen original-material mentah dari pelaku yang disebut “*firsthand information.*” Data yang dikumpulkan dari situasi aktual ketika peristiwa terjadi. Data atau sumber primer antara lain meliputi dokumen historis dan legal, hasil dari suatu eksperimen, data statistik, lembaran-lembaran penulisan kreatif, dan objek-objek seni.
2. Data sekunder merupakan data yang dikumpulkan dari tangan kedua atau dari sumber-sumber lain yang telah tersedia sebelum penelitian dilakukan. Sumber sekunder meliputi komentar, interpretasi, atau pembahasan tentang materi *original*. Data sekunder disebut sebagai “*second hand information.*” Dalam penelitian ini, yang menjadi sumber data sekunder adalah berbagai literatur, dan karya-karya ilmiah mengenai teori atribut produk wisata dan pengaruhnya terhadap keputusan berkunjung.

Untuk lebih jelasnya mengenai data dan sumber data yang dipergunakan dalam penelitian ini, maka penulis mengumpulkan dan menyajikannya dalam Tabel 3.2 berikut:

TABEL 3.2
JENIS DAN SUMBER DATA

Jenis Data	Sumber
Data Sekunder	
Pertumbuhan jumlah kunjungan wisatawan Internasional	<i>United Nations World Tourism Organization (UNWTO)</i>
Daftar Tempat Biliar di Bandung	Belajarbiliar.com
Data Tingkat Kunjungan Partisipan Barcode Pool Tables Bandung 2011-2015	Modifikasi Barcode Pool Tables Bandung 2016
Data Primer	

Tanggapan Partisipan mengenai <i>Perceived Quality</i> di Barcode Pool Tables	Penyebaran Kuisisioner pada Partisipan Barcode Pool Tables
Tanggapan Partisipan mengenai <i>Perceived Value</i> di Barcode Pool Tables	Penyebaran Kuisisioner pada Partisipan Barcode Pool Tables
Tanggapan Partisipan mengenai <i>Customer Satisfaction</i> di Barcode Pool Tables	Penyebaran Kuisisioner pada Partisipan Barcode Pool Tables

Sumber: Hasil Pengolahan Data 2016

3.2.4 Populasi, Sampel Dan Teknik Sampel

3.2.4.1 Populasi

Di dalam melakukan penelitian, kegiatan pengumpulan data merupakan langkah penting guna mengetahui karakteristik dari populasi yang merupakan elemen-elemen dalam objek penelitian. Data tersebut digunakan dalam mengambil keputusan untuk menguji hipotesis.

Menurut Sugiyono (2008:115) populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri atas: obyek/subyek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya. Sedangkan menurut Uma Sekaran (2013:240) Populasi mengacu pada seluruh kelompok orang, peristiwa, atau hal-hal menarik yang ingin diteliti oleh seorang peneliti. Dari pengertian di atas, dapat disimpulkan bahwa populasi bukan sekedar jumlah yang ada pada objek atau subyek yang dipelajari, tetapi meliputi seluruh karakteristik atau sifat yang dimiliki oleh subjek atau objek tersebut. Berdasarkan pengertian populasi tersebut, maka yang menjadi populasi pada penelitian ini adalah seluruh partisipan Barcode Pool Tables dengan data sebagai berikut :

TABEL 3.3
DATA KUNJUNGAN PARTISIPAN DI BARCODE POOL TABLES

Tahun	2011	2012	2013	2014	2015
Jumlah Partisipan	14.374	14.978	15.963	15.927	15.049
Presentase (%)	-	4,20%	6,58%	-1%	-5,51%

Sumber: Modifikasi Barcode Pool Tables, 2016

Maka yang menjadi populasi pada penelitian ini adalah seluruh partisipan yang sudah pernah melakukan penyewaan tempat untuk bermain biliard di Barcode Pool Tables atau sejumlah 15.049 partisipan.

3.2.4.2 Sampel

Galih Nurul Rahmadiana, 2017

PENGARUH PERCEIVED QUALITY DAN PERCEIVED VALUE TERHADAP CUSTOMER SATISFACTION DI BARCODE POOL TABLES BANDUNG

Universitas Pendidikan Indonesia | repository.upi.edu | perpustakaan.upi.edu

Dalam suatu penelitian tidak mungkin semua populasi diteliti, dalam hal ini disebabkan oleh beberapa faktor diantaranya keterbatasan biaya, tenaga, dan waktu yang tersedia. Menurut Sugiyono (2008:116) sampel adalah bagian dari jumlah karakteristik yang dimiliki oleh populasi tersebut. Uma Sekaran (2013:241) sampel adalah bagian dari populasi. Sampel demikian subkelompok atau bagian dari populasi. Dengan mempelajari sampel, peneliti harus mampu menarik kesimpulan yang digeneralisasikan. Untuk menentukan besarnya sampel tersebut bisa dilakukan secara statistik maupun berdasarkan estimasi penelitian, selain itu juga perlu diperhatikan bahwa sampel yang dipilih harus *representative* artinya segala karakteristik populasi hendaknya tercermin dalam sampel yang dipilih.

Berdasarkan kutipan di atas mengatakan bahwa sampel merupakan sebagian dari individu yang memiliki karakteristik tertentu untuk mewakili seluruh populasi yang diamati. Berdasarkan sampel di atas, maka sampel yang digunakan dalam penelitian ini adalah sebagian dari populasi penelitian.

Untuk menentukan sampel dari populasi yang telah ditetapkan perlu dilakukan pengukuran yang dapat menghasilkan jumlah. Tabachnick dan Fidel, (2013:123), mengemukakan pengukuran tersebut yaitu dengan rumus:

$$N \geq 50 + 8m$$

atau

$$N \geq 104 + m$$

Keterangan: m = jumlah variabel

N = jumlah sampel

Berdasarkan rumus tersebut, maka ukuran sampel pada penelitian ini adalah sebagai berikut:

$$N \geq 104 + m$$

$$N \geq 104 + 3$$

$$N \geq 107$$

Jadi dalam penelitian ini ukuran sampel minimal dalam penelitian ini adalah 107 orang responden.

3.2.4.3 Teknik *Sampling*

Teknik *sampling* merupakan teknik pengambilan *sampling* untuk menentukan sampel mana yang akan digunakan dalam penelitian. Menurut Uma Sekaran (2013:244) *sampling* adalah proses pemilihan jumlah elemen yang tepat dari populasi, sehingga sampel penelitian dan pemahaman tentang sifat atau karakteristik memungkinkan bagi kita untuk menggeneralisasi sifat atau karakteristik tersebut pada elemen populasi.

Pada dasarnya terdapat dua tipologi dari teknik pengambilan sampel yaitu *probability sampling* dan *non-probability sampling*. *Probability sampling* merupakan teknik pengambilan sampel dimana setiap elemen atau anggota populasi memiliki peluang yang sama untuk terpilih sebagai sampel. Sampel *probability* memiliki empat jenis teknik penarikan yaitu *simple random sampling*, *systematic random sampling*, *stratification sampling*, dan *cluster sampling*. Sedangkan sampel *non-probability* kebalikan dari *probability* dimana setiap elemen atau populasi tidak memiliki peluang yang sama dan pemilihan sampel bersifat objektif.

Teknik *sampling* yang digunakan dalam penelitian ini adalah *systematic random sampling* untuk populasi bergerak. Teknik ini digunakan karena populasinya dianggap homogen dan dapat digunakan tanpa pengetahuan mengenai bingkai *sampling*. Menurut Harun Al-Rasyid (1994:66) *sampling* sistematis ini memiliki kelebihan yaitu bisa dilakukan sekalipun tidak ada kerangka *sampling*. Menurut Zulganef (2008:142) sampel sistematis adalah metode penarikan sampel yang menarik setiap elemen ke-*n* dalam populasi yang dimulai memilih unsur secara *random* antara unsur nomor satu dan *n*. *Systematic random sampling* adalah teknik *sampling* yang digunakan jika peneliti dihadapkan pada ukuran populasi yang banyak dan tidak memiliki alat pengambil data secara *random*. Teknik pengambilan sampelnya dilakukan sebagai berikut:

1. Menentukan populasi sasaran. Dalam hal ini populasi sasaran adalah partisipan yang sudah pernah bermain di Barcode Pool Table
2. Menentukan sebuah *check point* pada objek yang akan diteliti, dalam hal ini tempat yang dijadikan *check point*-nya yaitu Barcode Pool Tables.
3. Menentukan waktu yang akan digunakan untuk menentukan *sampling*. Dalam penelitian ini waktu konkrit yang digunakan peneliti adalah pukul 12.00-23.00 WIB. Penyebaran kuesioner dilakukan selama 10 hari.
4. Menentukan ukuran sampel (n) partisipan yang akan disurvei. Berdasarkan jumlah sampel maka dalam satu hari (selama 10 hari) kuesioner yang harus diberikan sebanyak $107: 10 = 11$ responden setiap harinya.

3.2.5 Teknik Pengumpulan Data

Menurut Uma Sekaran (2013:116), teknik pengumpulan data merupakan bagian yang tidak terpisahkan dari desain penelitian. Sugiyono (2015:245) menyatakan terdapat dua hal utama yang mempengaruhi kualitas data hasil penelitian, yaitu kualitas instrumen penelitian dan kualitas pengumpulan data. Pengumpulan data dapat dilakukan dalam berbagai *setting*, berbagai sumber dan berbagai cara. Untuk mendapatkan data yang berhubungan dengan objek yang sedang diteliti dan diharapkan dapat menunjang penelitian, penulis melakukan pengumpulan data dengan cara:

1. Wawancara digunakan sebagai teknik pengumpulan data, apabila peneliti ingin melakukan studi pendahuluan untuk menemukan permasalahan yang harus diteliti, dan juga apabila peneliti ingin mengetahui hal-hal dari responden yang lebih mendalam dan jumlah respondennya sedikit atau kecil. Responden dalam penelitian ini yaitu pengunjung yang sudah pernah datang ke Barcode Pool Tables.
2. Observasi merupakan suatu proses yang kompleks, suatu proses yang tersusun dari berbagai proses biologis dan psikologis. Teknik ini digunakan bila,

Galih Nurul Rahmadiana, 2017

PENGARUH PERCEIVED QUALITY DAN PERCEIVED VALUE TERHADAP CUSTOMER SATISFACTION DI BARCODE POOL TABLES BANDUNG

Universitas Pendidikan Indonesia | repository.upi.edu | perpustakaan.upi.edu

penelitian berkenaan dengan perilaku manusia, proses kerja, gejala-gejala alam dan bila responden yang diamati tidak terlalu besar. Observasi ini dilakukan dengan melakukan pengamatan terhadap objek yang diteliti, khususnya *perceived quality* dan *perceived value* yang terdapat di Barcode Pool Tables.

3. Kuisisioner merupakan teknik pengumpulan data primer yang dilakukan dengan cara menyebarkan seperangkat daftar pertanyaan tertulis. Kuisisioner berisi pertanyaan mengenai karakteristik responden, pengalaman responden mengenai *perceived quality*, *perceived value* dan *customer satisfaction* di Barcode Pool Tables. Teknik ini dilakukan untuk melengkapi data yang sedang diteliti dengan cara mencari informasi dari sumber langsung melalui pertanyaan-pertanyaan yang diberikan pada selembar kertas kepada responden. Setelah diisi oleh responden, pertanyaan tersebut dikumpulkan dan setelah itu dikaji untuk menjadi sebuah data yang riil.
4. Studi literatur berupa usaha pengumpulan informasi yang berkaitan dengan teori-teori yang ada kaitannya dengan masalah dan variabel penelitian yang terdiri dari *perceived quality*, *perceived value* dan *customer satisfaction*. Teknik ini dilakukan untuk melengkapi data yang berkaitan dengan penelitian.

3.2.6 Pengujian Validitas dan Reliabilitas

3.2.6.1 Pengujian Validitas

Di dalam penelitian ini, data mempunyai kedudukan penting dalam penelitian karena data merupakan penggambaran dari variabel yang diteliti, dan mempunyai fungsi sebagai pembentuk hipotesis. Oleh karena itu mutu hasil penelitian ditentukan oleh benar tidaknya atau kevalidan data. Peneliti harus berhati-hati dalam menyusun instrumen, mulai dari penyusunan variabel, pemecahan subvariabel, dan penyusunan butir-butir pertanyaan yang akan diajukan.

Menurut Uma Sekaran (2013:225), validitas adalah cara pengujian mengenai seberapa baik instrumen dikembangkan dengan konsep langkah-langkah tertentu yang ditujukan untuk mengukur variabel tertentu. Dengan demikian bahwa data valid adalah data yang tidak berbeda antara data yang dilaporkan oleh peneliti

Galih Nurul Rahmadiana, 2017

PENGARUH PERCEIVED QUALITY DAN PERCEIVED VALUE TERHADAP CUSTOMER SATISFACTION DI BARCODE POOL TABLES BANDUNG

Universitas Pendidikan Indonesia | repository.upi.edu | perpustakaan.upi.edu

dengan data yang sesungguhnya terjadi pada objek penelitian. Uji validitas dilakukan untuk memastikan seberapa baik suatu instrumen digunakan untuk mengukur konsep yang seharusnya diukur. Dari penelitian ini yang akan diuji adalah validitas dari instrumen atribut produk sebagai variabel X dan keputusan berkunjung sebagai variabel Y.

Tipe validitas yang digunakan dalam penelitian ini adalah validitas konstruk, yaitu menentukan validitas dengan cara mengkorelasikan antar skor yang diperoleh dari masing-masing item berupa pertanyaan dengan skor totalnya. Skor total ini merupakan nilai yang diperoleh dari penjumlahan semua skor item. Berdasarkan ukuran statistik, bila ternyata skor semua item yang disusun menurut dimensi konsep berkorelasi dengan skor totalnya, maka dapat dikatakan bahwa alat ukur tersebut mempunyai validitas.

Langkah-langkah yang dilakukan untuk menguji validitas menurut Sekaran (2008:110) adalah sebagai berikut:

1. Mendefinisikan secara operasional suatu konsep yang akan diukur.
2. Melakukan uji coba pengukur tersebut pada sejumlah responden.
3. Mempersiapkan tabel tabulasi jawaban.
4. Menghitung nilai korelasi antara data pada masing-masing pertanyaan dengan skor total memakai rumus teknik korelasi *product moment*, yang rumusnya sebagai berikut :

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

Sumber : Sugiyono, 2011 hlm 183.

Keterangan : r_{xy} : Korelasi skor item dan skor total item
 n : Jumlah responden
 x : Skor per item dalam variabel
 y : Skor total item dalam variabel
 $\sum x$: Jumlah skor dalam distribusi X
 $\sum y$: Jumlah skor dalam distribusi Y
 $\sum x^2$: Jumlah kuadrat dalam skor ditribusi X

$\sum y^2$: Jumlah kuadrat dalam skor distribusi Y

Keputusan pengujian validitas responden menggunakan taraf signifikansi sebagai berikut:

1. Nilai r dibandingkan dengan r tabel dengan dk = n-2 dan taraf signifikansi $\alpha = 0,05$
2. Item pertanyaan-pertanyaan responden penelitian dikatakan valid jika $r_{hitung} > r_{tabel}$.
3. Item pertanyaan-pertanyaan responden penelitian dikatakan tidak valid jika r_{hitung} lebih kecil dari $r_{hitung} < r_{tabel}$
4. Berdasarkan jumlah angket yang diuji sebanyak 30 responden dengan tingkat signifikansi 5% dan derajat kebebasan (dk) n-2 (30-2=28), maka didapat nilai r_{tabel} sebesar 0,361

Dalam penelitian ini, yang akan diuji adalah validitas dari variabel *perceived quality* dan *perceived value* sebagai instrumen variabel (X) dan *customer satisfaction* sebagai variabel (Y). Perhitungan validitas item instrumen dilakukan dengan menggunakan program SPSS *Statistic 20 for windows*. Berdasarkan hasil dengan menggunakan SPSS *Statistic 20 for windows*, diperoleh hasil pengujian validitas dari masing-masing item pertanyaan yang ditunjukkan pada Tabel 3.4 berikut.

TABEL 3.4
HASIL PENGUJIAN VALIDITAS

<i>Perceived Quality</i>			
No.	Pernyataan	Nilai r_{hitung}	Keterangan
<i>Tangible</i>			
1.	Keluasan area parkir di Barcode Pool Tables.	0,761	Valid
2.	Kemenarikan desain interior dan eksterior Barcode Pool Tables.	0,819	Valid
3.	Kerapihan penampilan karyawan Barcode Pool Tables.	0,879	Valid
<i>Empathy</i>			
4.	Kemampuan karyawan dalam memahami kebutuhan partisipan.	0,888	Valid
5.	Kemampuan karyawan dalam memberikan perhatian kepada partisipan.	0,820	Valid
<i>Reliability</i>			
6.	Kenyamanan meja biliard dan kelengkapan fasilitas biliard	0,913	Valid

Galih Nurul Rahmadiana, 2017

PENGARUH PERCEIVED QUALITY DAN PERCEIVED VALUE TERHADAP CUSTOMER SATISFACTION DI BARCODE POOL TABLES BANDUNG

Universitas Pendidikan Indonesia | repository.upi.edu | perpustakaan.upi.edu

	(stik, ball, chalk) di Barcode Pool Tables		
7.	Kenyamanan café di Barcode Pool Tables	0,833	Valid
8.	Kesesuaian pelayanan ketika karyawan menata bola biliar yang diberikan dengan apa yang dijanjikan.	0,898	Valid
<i>Responsiveness</i>			
9.	Kecepatanggapannya dalam proses pelayanan ketika partisipan datang dan memilih meja biliar	0,905	Valid
10.	Kecepatanggapannya pelayanan saat partisipan membutuhkan bantuan.	0,851	Valid
<i>Assurance</i>			
11.	Pelayanan yang diberikan meningkatkan rasa percaya diri ketika bermain biliar di Barcode Pool Tables	0,862	Valid
12.	Karyawan Barcode Pool Tables sopan dan santun dalam melayani partisipan	0,906	Valid
<i>Perceived Value</i>			
<i>Social</i>			
1.	Kepercayaan diri dihadapan teman-teman meningkat ketika bermain biliar di Barcode Pool Tables	0,875	Valid
<i>Emotional</i>			
2.	Saya merasa nyaman pada kunjungan saya ke Barcode Pool Tables	0,865	Valid
3.	Saya menikmati waktu santai saya ketika bermain biliar di Barcode Pool Tables	0,892	Valid
4.	Saya merasa senang karena sudah memutuskan pergi ke Barcode Pool Tables	0,914	Valid
5.	Saya merasa bangga karena sudah memutuskan datang ke Barcode Pool Tables	0,847	Valid
<i>Functional</i>			
6.	Bermain biliar di Barcode Pool Tables memberikan pengalaman bermain biliar yang sesuai	0,901	Valid
<i>Satisfaction</i>			
1.	Saya merasa puas dengan keleluasaan area parkir Barcode Pool Tables	0,844	Valid
2.	Saya merasa puas dengan desain interior dan eksterior Barcode Pool Tables	0,820	Valid
3.	Saya merasa puas dengan kerapihan penampilan karyawan Barcode Pool Tables	0,844	Valid
4.	Saya merasa puas dengan kemampuan karyawan dalam memahami kebutuhan saya	0,920	Valid
5.	Saya merasa puas dengan kemampuan karyawan dalam memberikan perhatian kepada saya	0,898	Valid
6.	Saya merasa puas dengan meja biliar dan fasilitas biliar	0,849	Valid
7.	Saya merasa puas dengan café	0,899	Valid
8.	Saya merasa puas dengan pelayanan yang diberikan ketika menata bola biliar karena sesuai dengan apa yang dijanjikan	0,836	Valid
9.	Saya merasa puas dengan cepatanggapannya dalam proses pelayanan ketika datang dan memilih meja biliar	0,902	Valid
10.	Saya merasa puas dengan cepatanggapannya pelayanan saat saya membutuhkan bantuan	0,879	Valid

Galih Nurul Rahmadiana, 2017

PENGARUH PERCEIVED QUALITY DAN PERCEIVED VALUE TERHADAP CUSTOMER SATISFACTION DI BARCODE POOL TABLES BANDUNG

Universitas Pendidikan Indonesia | repository.upi.edu | perpustakaan.upi.edu

11.	Saya merasa puas dengan pelayanan karena meningkatkan rasa percaya diri saya	0,874	Valid
12.	Saya merasa puas karena karyawan Barcode Pool Tables sopan dan santun	0,873	Valid
13.	Saya merasa puas berkunjung ke Barcode Pool Tables karena meningkatkan kepercayaan diri saya dihadapan teman-teman	0,859	Valid
14.	Saya merasa puas dengan kunjungan saya baru-baru ini ke Barcode Pool Tables karena nyaman	0,872	Valid
15.	Saya merasa puas berkunjung ke Barcode Pool Tables karena saya dapat bersantai	0,857	Valid
16.	Saya merasa puas karena berkunjung ke Barcode Pool Tables membuat saya senang	0,882	Valid
17.	Saya merasa puas karena berkunjung ke Barcode Pool Tables membuat saya bangga	0,896	Valid
18.	Saya merasa puas berkunjung ke Barcode Pool Tables karena Barcode Pool Tables memberikan pengalaman bermain biliar yang sesuai	0,884	Valid

Sumber: Hasil pengolahan data, 2017

Tabel 3.4 dengan hasil pengujian validitas di atas menunjukkan bahwa keseluruhan item pernyataan yang berjumlah 36 pernyataan dapat dikatakan valid karena nilai r_{hitung} lebih besar dibandingkan dengan r_{tabel} yaitu 0,361 pada derajat kebebasan ($df=n-2$) dengan responden sebanyak 30 responden.

3.2.6.2 Pengujian Reliabilitas

Reliabilitas adalah alat yang digunakan untuk mengukur suatu kuisioner yang merupakan indikator dari suatu variabel. Menurut Uma Sekaran (2013:225), reliabilitas adalah cara pengujian mengenai seberapa konsisten konsep alat ukur tersebut.

Adapun rumus yang digunakan untuk mengukur reliabilitas dalam penelitian ini menggunakan uji *Cronbach Alpha* karena alternatif jawaban pada instrumen penelitian lebih dari dua. Rumusnya adalah sebagai berikut :

$$r_{11} = \frac{k}{k-1} \frac{1 - \sigma_b^2}{\sigma_1^2}$$

Sumber : Husein Umar, 2009 hlm 170.

Keterangan : r_{11} : Reliabilitas instrumen

k : Banyaknya butir pertanyaan

$\sum \sigma b^2$: Jumlah varian total

σ_1^2 : Varian total

Jumlah varian butir dapat dicari dengan cara mencari nilai varian tiap butir, kemudian jumlahkan, seperti berikut ini :

$$\sigma = \frac{x^2 - \frac{(\sum x)^2}{n}}{n}$$

Keterangan : n : Jumlah responden

x : Nilai skor yang dipilih (total nilai dari nomor-nomor butir pertanyaan)

Keputusan uji reliabilitas ditentukan dengan ketentuan sebagai berikut:

1. Item pertanyaan dikatakan reliable apabila nilai Cronbach Alfa > 0,70
2. Item pertanyaan dikatakan tidak reliable apabila nilai Cronbach Alfa < 0,70

Dalam penelitian ini, yang akan diuji adalah reliabilitas dari variabel *perceived quality* dan *perceived value* sebagai instrumen variabel (X) dan *customer satisfaction* sebagai variabel (Y). Perhitungan reliabilitas item instrumen dilakukan dengan menggunakan program SPSS *Statistic 20 for windows*. Berdasarkan hasil dengan menggunakan SPSS *Statistic 20 for windows*, diperoleh hasil pengujian realibilitas ditunjukkan pada Tabel 3.5 berikut.

TABEL 3.5
HASIL PENGUJIAN RELIABILITAS

VARIABLE	CRONBACH'S ALPHA	KETERANGAN
Perceived Quality	0,968	Reliabel
Perceived Value	0,943	Reliabel
Satisfaction	0,981	Reliabel

Sumber: Hasil pengolahan data, 2017

Tabel 3.5 di atas menunjukkan nilai Cronbach's Alpha dari ketiga variable, yaitu variable (x) *Perceived Quality* dan *Perceived Value* dan variable (y) *Satisfaction*. Dari hasil pengujian di atas, variable (x) yaitu *Perceived Quality* menunjukkan nilai Cronbach's Alpha sebesar 0,968 yang artinya variable (x) yaitu *Perceived Quality* tersebut Realibel karena nilai tersebut lebih besar dari 0,70.

Galih Nurul Rahmadiana, 2017

PENGARUH PERCEIVED QUALITY DAN PERCEIVED VALUE TERHADAP CUSTOMER SATISFACTION DI BARCODE POOL TABLES BANDUNG

Universitas Pendidikan Indonesia | repository.upi.edu | perpustakaan.upi.edu

Pada variable (x) *Perceived Value* menunjukkan nilai Cronbach's Alpha sebesar 0,943 lebih besar dari pada 0,70 yang dapat ditanyakan bahwa variable tersebut Realibel dan variable (y) yaitu *Satisfaction* memiliki nilai Cronbach's Alpha sebesar 0,981 yang dapat dinyatakan relaibel karena nilai tersebut lebih besar dari 0,70.

3.2.7 Rancangan Analisis Data

Data yang diperoleh dan dikumpulkan kemudian diolah dan dianalisis. Tujuan pengolahan data adalah untuk memberikan keterangan yang berguna, serta menguji hipotesis yang telah dirumuskan dalam penelitian ini. Maka dari itu, teknik analisis data diarahkan pada pengujian hipotesis serta menjawab masalah yang diajukan. Alat penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah kuesioner. Kuesioner ini disusun berdasarkan variabel yang terdapat dalam penelitian.

3.2.7.1 Rancangan Analisis Data Deskriptif

Penelitian ini menggunakan analisis data deskriptif untuk mendeskripsikan variabel-variabel penelitian.

1. Distribusi frekuensi adalah distribusi matematika dengan tujuan memperoleh hitungan jumlah tanggapan terkait dengan nilai yang berbeda dari satu variabel dan dua variabel mengungkapakan jumlah dalam presentase. (Naresh K. Malhotra, 2009:480)
2. Analisis statistik *cross-tabulation* ialah teknik statistik yang menggambarkan dua atau lebih variabel secara bersamaan dan hasil dalam tabel yang mencerminkan bahwa distribusi gabungan dari dua atau lebih variabel yang memiliki sejumlah kategori atau nilai-nilai yang yang berbeda. Analisis statistik *cross-tabulation* digunakan untuk mengetahui distribusi frekuensi respon dari hubungan diantara dua variabel penelitian dalam bentuk baris dan kolom. (Naresh K. Malhotra, 2009:493)
3. Untuk perhitungan skor ideal, terdapat lima tahapan perhitungan yaitu:

- a. Nilai indeks maksimum = skor tertinggi x jumlah item x jumlah responden.
 - b. Nilai indeks minimum = skor terendah x jumlah item x jumlah responden.
 - c. Jenjang variabel = nilai indeks maksimum – nilai indeks minimum.
 - d. Jarak interval = jenjang : banyaknya kelas interval
4. Analisis data deskriptif mengenai *perceived quality* di Barcode Pool Tables melalui empat dimensi yaitu *attraction, access, amenities* dan *ancillary service*.
 5. Analisis data deskriptif mengenai *perceived value* di Barcode Pool Tables melalui empat dimensi yaitu *social value, emotional value, dan functional value*.
 6. Analisis data deskriptif mengenai *customer satisfaction* di Barcode Pool Tables.

3.2.7.2 Pengujian Hipotesis

Penelitian ini menguji hipotesis dengan menggunakan analisis verifikatif. Analisis data dilakukan setelah data seluruh responden terkumpul. Dalam penelitian kuantitatif analisis data dilakukan setelah data seluruh responden terkumpul. Langkah-langkah yang akan dilakukan dalam kegiatan analisis data dalam penelitian ini yaitu:

1. *Method of Successive Internal* (MSI)

Skala yang digunakan dalam penelitian ini adalah *ordinal scale* yaitu skala yang berbentuk peringkat yang menunjukkan suatu urutan preferensi atau penilaian. Skala ordinal ini perlu ditransformasikan menjadi skala interval dengan menggunakan *method of successive internal*. Langkah-langkah untuk melakukan transformasi data tersebut adalah sebagai berikut:

- a. Menghitung frekuensi (f) pada setiap pilihan jawaban berdasarkan hasil jawaban responden pada setiap pertanyaan.
- b. Berdasarkan frekuensi yang diperoleh untuk setiap pertanyaan, dilakukan perhitungan proporsi (p) setiap pilihan jawaban dengan cara membagi frekuensi dengan jumlah responden.

Galih Nurul Rahmadiana, 2017

PENGARUH PERCEIVED QUALITY DAN PERCEIVED VALUE TERHADAP CUSTOMER SATISFACTION DI BARCODE POOL TABLES BANDUNG

Universitas Pendidikan Indonesia | repository.upi.edu | perpustakaan.upi.edu

- c. Berdasarkan proposi tersebut, selanjutnya dilakukan perhitungan proporsi kumulatif untuk setiap pilihan jawaban.
- d. Menentukan nilai batas Z (tabel normal) untuk setiap pertanyaan dan setiap pilihan jawaban.
- e. Menentukan nilai interval rata-rata untuk setiap pilihan jawaban melalui persamaan sebagai berikut:

$$Scale\ Value = \frac{Density\ at\ lower\ limit - (Density\ at\ upper\ limit)}{Area\ below\ upper\ limit - (Area\ below\ lower\ limit)}$$

Data penelitian yang telah bersekala interval selanjutnya akan ditentukan pasangan data variabel bebas dengan variabel terikat serta akan ditentukan persamaan yang berlaku untuk pasangan-pasangan tersebut.

2. Menyusun data

Mengecek nama dan kelengkapan identitas responden, serta mengecek kelengkapan data yang diisi oleh responden untuk mengetahui karakteristik responden.

3. Tabulasi data

Tabulasi data yang akan dilakukan dalam penelitian ini adalah memberi skor pada item, menjumlahkan skor pada setiap item, menyusun ranking skor pada setiap variabel penelitian.

4. Menganalisis Data

Menganalisis data yaitu proses pengolahan data dengan menggunakan rumus-rumus statistik, menginterpretasikan data agar diperoleh suatu kesimpulan.

7. Berdasarkan tujuan penelitian, maka variabel yang dianalisis adalah variabel independen (X) yaitu *perceived quality* dan *perceived value*, sedangkan variabel dependen (Y) yaitu *customer satisfaction*.

Persamaan regresi linier berganda delapan variabel bebas tersebut dirumuskan sebagai berikut:

$$Y = a + b_1X_1 + b_2X_2$$

Keterangan : Y = Subyek dalam variabel terikat yang diprediksikan

a = harga Y bila X = 0

b = koefisien regresi, yang menunjukkan angka peningkatan ataupun penurunan variabel terikat yang didasarkan pada variabel bebas. Bila b (+) maka terjadi kenaikan, bila b (-) maka terjadi penurunan.

x = subyek pada variabel bebas yang mempunyai nilai tertentu X_1 (*perceived quality*), X_2 (*perceived value*) adalah variabel penyebab.

Teknik analisis regresi linier berganda dilakukan dengan prosedur kerja sebagai berikut:

1. Uji Asumsi Normalitas

Uji normalitas adalah untuk melihat apakah nilai residual terdistribusi normal atau tidak. Model regresi yang baik adalah memiliki nilai residual terdistribusi normal. Syarat pertama untuk melakukan analisis regresi adalah normalitas, yaitu data sampel hendaknya memenuhi persyaratan distribusi normal. Untuk mengetahui apakah data yang digunakan berdistribusi normal atau tidak, dapat menggunakan *normal probability plot*.

2. Uji Asumsi Multikolinearitas

Uji multikolinieritas adalah untuk melihat ada atau tidaknya korelasi yang tinggi antara variabel-variabel bebas dalam suatu model regresi linier berganda. Jika ada korelasi yang tinggi diantara variabel-variabel bebasnya, maka hubungan antara variabel bebas terhadap variabel terikat menjadi terganggu. Parameter yang sering digunakan untuk mendeteksi multikolinieritas adalah nilai VIF (*variance inflation factor*). Suatu regresi dikatakan terdeteksi multikolinieritas apabila nilai VIF menjauhi 1 dan kurang dari 10.

3. Uji Asumsi Linearitas Data

Uji linearitas bertujuan untuk mengetahui apakah dua variabel mempunyai hubungan yang linear atau tidak secara signifikan. Dua variabel dikatakan mempunyai hubungan yang linear bila signifikansi (*Linearity*) kurang dari 0,05.

4. Uji Asumsi Autokorelasi

Persamaan regresi yang baik adalah yang tidak memiliki masalah autokorelasi, jika terjadi autokorelasi maka persamaan tersebut tidak layak dipakai prediksi. Masalah autokorelasi baru timbul jika ada korelasi secara linier antar kesalahan pengganggu periode t (berada) dan kesalahan pengganggu periode $t-1$ (sebelumnya).

5. Uji Asumsi Heteroskedastisitas

Uji heteroskedastisitas adalah untuk melihat apakah terdapat ketidak samaan varian dari residual satu pengamatan ke pengamatan yang lain tetap atau disebut homoskedastisitas. Suatu regresi dikatakan tidak terdeteksi heteroskedastisitas apabila diagram pencar residualnya tidak membentuk pola tertentu.

6. Analisis Korelasi

Analisis korelasi bertujuan untuk mencari hubungan antara kedua variabel yang diteliti. Antara korelasi dan regresi keduanya mempunyai hubungan yang sangat erat. Korelasi yang tidak dilanjutkan dengan regresi adalah korelasi yang tidak mempunyai hubungan kausal atau sebab akibat, atau hubungan fungsional. Analisis regresi dilakukan bila hubungan dua variabel berupa hubungan kausal atau fungsional. Adapun intepretasi hasil untuk perhitungan analisis korelasi adalah sebagai berikut:

TABEL 3.6
INTEPRETASI KOEFISIEN KORELASI

Besarnya Nilai	Tingkat Hubungan
0,000 – 0,199	Sangat Rendah
0,200 – 0,399	Rendah
0,400 – 0,599	Sedang
0,600 – 0,799	Kuat
0,800 – 1,000	Sangat Kuat

Sumber: Sugiyono, 2012:184.

7. Uji Koefisien Determinasi

Koefisien determinasi menyatakan besarnya kecilnya nilai variabel X terhadap Y. Koefisien determinasi merupakan kuadrat dari koefisien korelasi (r^2). Rumus koefisien determinasi adalah sebagai berikut:

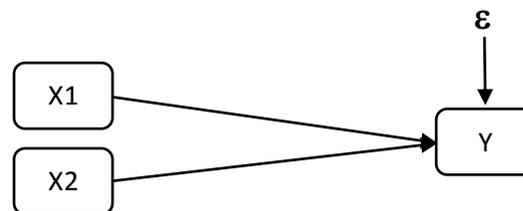
$$KP = r^2 \times 100\%$$

Sumber: Alma, 2007:81.

Keterangan : KP = Nilai Koefisien determinasi

R = Nilai Koefisien Korelasi

Dalam penelitian ini menggunakan analisis regresi linier berganda yang digunakan untuk mengetahui pengaruh antara variabel bebas (X) yaitu X_1 (*perceived quality*), X_2 (*perceived value*) terhadap variabel terikat (Y) yaitu *customer satisfaction*. Maka terlebih dahulu hipotesis konseptual tersebut digambarkan dalam sebuah paradigma seperti gambar berikut:



GAMBAR 3.1

REGRESI LINIER BERGANDA

Langkah terakhir dari analisis data yaitu menguji hipotesis dengan tujuan untuk mengetahui apakah terdapat hubungan yang cukup jelas dan dapat dipercaya antara variabel bebas dengan variabel terikat yang pada akhirnya akan diambil suatu kesimpulan H_0 ditolak atau H_a diterima dari hipotesis yang telah dirumuskan. Rancangan hipotesis dalam penelitian ini adalah:

A. Secara Simultan

$H_0 : \rho_{YX_1} = \rho_{YX_2} = 0$, artinya tidak terdapat pengaruh signifikan antara *perceived quality* dan *perceived value* terhadap *customer satisfaction*.

$H_a : \rho_{YX_1} = \rho_{YX_2} \neq 0$, artinya terdapat pengaruh signifikan antara *perceived quality* dan *perceived value* terhadap *customer satisfaction*.

Pengujian hipotesis ini dengan menggunakan uji f dihitung dengan rumus:

$$f = \frac{R^2(N - M - 1)}{m(1 - R^2)}$$

Keterangan : R = Koefisien korelasi ganda

m = Jumlah prediktor

n = Jumlah Anggota Sampel

Kriteria pengambilan keputusan untuk hipotesis yang diajukan adalah:

Jika $f_{hitung} > f_{tabel}$, maka H_0 ditolak artinya X berpengaruh terhadap Y

Jika $f_{hitung} < f_{tabel}$, maka H_0 diterima artinya X tidak berpengaruh terhadap Y

B. Secara Parsial

a. $H_0 : \rho_{YX_1} = 0$, artinya tidak terdapat pengaruh yang signifikan antara *perceived quality* terhadap *customer satisfaction*.

$H_a : \rho_{YX_1} \neq 0$, artinya terdapat pengaruh yang signifikan antara *perceived quality* terhadap *customer satisfaction*

b. $H_0 : \rho_{YX_2} = 0$, artinya tidak terdapat pengaruh yang signifikan antara *perceived value* terhadap *customer satisfaction*

$H_a : \rho_{YX_2} \neq 0$, artinya terdapat pengaruh yang signifikan antara *perceived value* terhadap *customer satisfaction*

Pengujian hipotesis ini dengan menggunakan uji t dihitung dengan rumus:

$$t = \frac{P_{YX_i} - \rho_{YX_i}}{\frac{(1 - R^2_{y(x_1, \dots, x_7)})(C_{ii} + C_{ii} + C_{ii})}{(n - k - 1)}}$$

Kriteria pengambilan keputusan untuk hipotesis yang diajukan adalah :

Tolak H_0 jika $t_{hitung} \geq t_{(mendekati\ 100\%)(n-k-1)}$

Terima H_0 jika $t_{hitung} < t_{(mendekati\ 100\%)(n-k-1)}$