

# **BAB I**

## **PENDAHULUAN**

### **A. Latar Belakang Masalah**

Ibadah haji merupakan salah satu ibadah yang terbatas oleh tempat dan waktu, dilaksanakan di tanah suci dan hanya pada bulan-bulan tertentu. Mengunjungi tanah suci untuk melaksanakan ibadah haji dan umrah adalah keinginan setiap muslim. Hal ini dibuktikan dengan peningkatan angka pendaftar haji setiap tahunnya yang membuat masa tunggu haji semakin lama. Meski demikian ibadah umrah dapat menjadi alternatif umat islam untuk mengunjungi tanah suci yang bisa dilakukan terlebih dahulu tanpa terbatas oleh waktu. Fenomena peningkatan mobilitas umat muslim dalam melaksanakan ibadah umrah menjadi peluang sekaligus tantangan bagi lembaga penyelenggara perjalanan ibadah untuk memberikan pelayanan terbaik.

Sebagai negara dengan populasi muslim terbanyak di dunia, Indonesia memiliki peran penting dalam dinamika pelaksanaan ibadah umrah. Antusiasme masyarakat Indonesia untuk melaksanakan ibadah umrah semakin meningkat setiap tahunnya, seiring dengan meningkatnya kemampuan finansial, kesadaran beribadah, serta kemudahan akses informasi dan transportasi. Hal ini mendorong timbulnya bisnis penyelenggaraan ibadah umrah secara signifikan. Berdasarkan data dari Kemenag RI, hingga tahun 2023 terdapat sebanyak 2.338 Penyelenggara Perjalanan Ibadah Umrah (PPIU) yang telah memperoleh izin resmi dan aktif beroperasi di Indonesia (Kemenag RI, 2023). Persaingan antar PPIU dalam menarik calon jemaah semakin ketat, sehingga kualitas pelayanan

menjadi faktor penentu keberhasilan dalam mempertahankan dan meningkatkan loyalitas jemaah.

Memberikan layanan yang terbaik sudah seharusnya dilakukan oleh perusahaan, terutama perusahaan yang bergerak di bidang jasa guna untuk memenuhi kepuasan pelanggan. Biro perjalanan umrah berlomba-lomba menarik minat jemaah untuk menggunakan jasa mereka. Dalam hal ini peran pelayanan sangat penting, dengan mengetahui, mengenali dan memahami keinginan konsumen, perusahaan dapat memberikan layanan yang sesuai dengan harapan konsumen. Persepsi konsumen terhadap pelayanan suatu perusahaan dipengaruhi oleh saran dan pengalaman yang mereka terima. Jika pelayanan yang diterima tidak memenuhi harapan, maka konsumen tidak akan tertarik kepada perusahaan. Semakin baik pelayanan yang diberikan maka semakin tinggi pula tingkat kepuasan jemaah.

Persaingan diantara biro perjalanan umrah semakin ketat, sehingga untuk mempertahankan dan meningkatkan jumlah jemaah maka perusahaan perlu menjaga citra positif dimata konsumen. Citra ini dapat dibangun melalui kualitas produk dan pelayanan (Aksel, 2018). Menyiapkan karyawan yang mampu memenuhi kebutuhan jemaah juga penting dalam meningkatkan citra perusahaan. Demikian pula halnya dengan jemaah, mereka telah pandai memilah-milah biro perjalanan umrah yang memberikan pelayanan terbaik.

Untuk memberikan pelayanan yang baik perusahaan harus memperhatikan beberapa hal dalam melayani konsumen. Adapun ciri pelayanan yang baik dalam Rosita (2017) yakni memiliki karyawan yang profesional di bidangnya,

memberikan fasilitas yang baik, menawarkan produk yang diinginkan, bertanggung jawab terhadap konsumen, menjalin komunikasi yang baik, serta memberikan pelayanan yang optimal kepada konsumen. Dengan demikian, pelayanan yang baik dapat memberikan kepuasan kepada konsumen.

Pelayanan dalam industri biro perjalanan wisata merupakan faktor kunci yang membedakan suatu perusahaan dari pesaingnya, sehingga memiliki peran penting dalam mencapai tujuan perusahaan. Konsumen yang puas terhadap pelayanan suatu perusahaan cenderung akan memakai kembali produk atau jasa perusahaan tersebut, bahkan akan memudahkan promosi perusahaan karena pelanggan yang puas akan dengan sukarela merekomendasikan kepada orang lain. Setiap Penyelenggara Perjalanan Ibadah Umrah (PPIU) pasti memiliki strategi pelayanan yang berbeda-beda untuk meningkatkan kualitas pelayanan untuk memberikan kepuasan kepada jemaah.

Kepuasan konsumen diukur berdasarkan seberapa besar harapan konsumen terhadap produk dan pelayanan dengan kinerja produk dan pelayanan yang aktual. Menurut Juran (2014) kepuasan konsumen terjadi ketika keadaan yang dicapai sesuai dengan harapan dan keinginan. Oleh karena itu, perasaan senang atau kecewa konsumen setelah menggunakan jasa layanan menjadi tolak ukur perbandingan antara harapan dengan kinerja suatu produk dan pelayanan.

Pelayanan prima atau *service excellence* berfokus pada upaya pelaku bisnis untuk memberikan layanan terbaiknya sebagai bentuk kepedulian perusahaan kepada konsumen. Dengan menerapkan pelayanan prima perusahaan dapat menciptakan hubungan yang baik dengan konsumen, sehingga mencapai

“kepuasan” di hati mereka. Untuk melampaui kepuasan konsumen, Barata (dalam Nizar dan Soleh, 2017) mengemukakan konsep pelayanan prima yang dikenal dengan istilah A6, yaitu mengembangkan pelayanan prima dengan menyelaraskan faktor-faktor *ability* (kemampuan), *attitude* (sikap), *appearance* (penampilan), *attention* (perhatian), *action* (tindakan), dan *accountability* (tanggung jawab). Dengan memberikan pelayanan prima (*service excellent*) menjadi faktor penting dalam menjadikan perusahaan unggul dalam persaingan.

Jemaah akan merasa puas jika pelayanan yang diberikan memenuhi harapan dan keinginan mereka dari penyedia jasa. Oleh karena itu perlunya dilakukan survei kepuasan kepada jemaah yang telah menggunakan pelayanan jasa pada PT Akbar Ghani Wisata untuk mengetahui tingkat kepuasan dan merencanakan strategi pelayanan yang lebih baik dan meningkatkan kualitas pelayanan untuk meminimalisir masalah. Secara tidak langsung penelitian ini berhubungan dengan loyalitas jemaah, jemaah yang merasa puas diharapkan bisa menggunakan jasa layanan di PT Akbar Ghani Wisata dan merekomendasikannya kepada orang lain yang akan melaksanakan umrah bersama dengan PT Akbar Ghani Wisata.

PT Akbar Ghani Wisata yang dijadikan lokasi penelitian merupakan sebuah biro perjalanan wisata yang telah memiliki izin PPIU No. 91202110200350002. Penulis melihat PT Akbar Ghani Wisata memiliki daya saing yang tinggi, setiap tahunnya jemaah umrah yang menggunakan jasa layanan PT Akbar Ghani Wisata selalu menunjukkan peningkatan, sehingga PT Akbar Ghani Wisata perlu untuk selalu meningkatkan pelayanannya. Penelitian ini dilakukan agar

menjadi tolak ukur pelayanan dalam mencapai kepuasan jemaah dan penulis ingin berkontribusi dalam pemberian pelayanan prima serta kepuasan jemaah pada PT Akbar Ghani Wisata. Maka penulis tertarik untuk melakukan penelitian dengan judul **“Pengaruh Pelayanan Prima Terhadap Kepuasan Jemaah Umrah Tahun 2025 (Penelitian di PT Akbar Ghani Wisata Kota Depok)”**

## **B. Perumusan Masalah**

Berdasarkan pemaparan yang telah dijelaskan di atas, rumusan masalah dalam penelitian ini mengenai pengaruh pelayanan prima terhadap kepuasan jemaah umrah. Agar penelitian ini lebih terarah, maka ditetapkan pembatasan masalah sebagai berikut:

1. Bagaimana pengaruh pelayanan prima terhadap kepuasan jemaah umrah di PT Akbar Ghani Wisata?
2. Bagaimana kepuasan jemaah umrah di PT Akbar Ghani Wisata?

## **C. Tujuan Penelitian**

Adapun tujuan dari penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Untuk mengetahui pengaruh pelayanan prima terhadap kepuasan jemaah umrah di PT Akbar Ghani Wisata.
2. Untuk mengetahui kepuasan jemaah umrah di PT Akbar Ghani Wisata.

#### **D. Kegunaan Penelitian**

Terdapat dua kegunaan yang didapatkan dari terlaksananya penelitian ini, yakni:

1. Secara Akademis

Dengan adanya penelitian ini diharapkan dapat memperluas wawasan mahasiswa Fakultas Dakwah khususnya pada konsentrasi haji dan umrah. Penelitian ini dapat dijadikan sebagai referensi dalam mendalami keilmuan di bidang haji dan umrah serta sebagai acuan dalam menulis karya-karya ilmiah.

2. Secara Praktis

Penelitian ini dapat digunakan perusahaan-perusahaan dalam memberikan layanan kepada konsumennya terutama perusahaan yang bergerak dibidang haji dan umrah, sebagai bahan evaluasi kinerja serta peningkatan mutu dan sumber daya manusia terhadap kualitas yang diberikan dalam segi pelayanan hingga mampu mencapai titik kepuasan pelanggan.

#### **E. Kerangka Pemikiran**

Salah satu upaya yang dapat dilakukan oleh perusahaan yang bergerak dalam bidang jasa untuk memenuhi kepuasan pelanggan adalah dengan menerapkan pelayanan prima (*service excellence*). Menurut Suwithi (dalam Rosita 2017) bahwa pelayanan prima adalah pelayanan yang terbaik yang diberikan kepada pelanggan, baik yang bersifat internal maupun eksternal berdasarkan standar dan prosedur pelayanan.

Kepuasan pelanggan terjadi ketika kebutuhan dan keinginan pelanggan telah terpenuhi secara baik. Tingkat kepuasan ditentukan oleh perbandingan antara kinerja yang dirasakan dan harapan yang ada. Jika kinerja tidak sesuai dengan harapan, pelanggan akan merasa kecewa sedangkan jika kinerja memenuhi harapan, pelanggan akan merasa senang. Untuk mengukur tingkat kepuasan pelanggan, beberapa indikator kepuasan pelanggan perlu diperhatikan. Menurut Tjiptono (2019), terdapat tiga indikator kepuasan pelanggan, yakni: kesesuaian harapan, sikap loyal (niat berkunjung kembali), dan kesediaan merekomendasikan.

Pengaruh pelayanan prima dalam Rosita (2017) telah menjelaskan bahwa pelayanan memiliki peranan yang sangat penting dalam mempengaruhi kepuasan konsumen. Perusahaan diharapkan dapat memberikan pelayanan yang terbaik untuk memenuhi kepuasan pelanggan. Sedangkan penelitian yang dilakukan oleh peneliti adalah mengukur pengaruh pelayanan prima terhadap kepuasan jemaah umrah pada PT. Akbar Ghani Wisata Kota Depok.

Berdasarkan uraian tersebut maka akan disajikan gambaran mengenai kerangka pikir dalam penelitian ini yaitu sebagai berikut:



Gambar 1. 1 Kerangka Pemikiran

## F. Hipotesis

Hipotesis merupakan dugaan sementara atas suatu masalah penelitian. Dikatakan sementara karena kebenarannya harus dibuktikan dengan data empiris. Adapun hipotesis penelitian ini adalah sebagai berikut:

H<sub>0</sub>: Tidak ada pengaruh pelayanan prima terhadap kepuasan jemaah umrah di PT Akbar Ghani Wisata

H<sub>1</sub>: Ada pengaruh pelayanan prima terhadap kepuasan jemaah umrah di PT Akbar Ghani Wisata

## **G. Langkah-Langkah Penelitian**

### **1. Lokasi Penelitian**

Adapun lokasi penelitian ini dilakukan pada PT Akbar Ghani Wisata atau Aghata Tours & Travel terletak di Bukit Novo A2 No. 3, Pancoranmas, Kota Depok, Jawa Barat.

### **2. Paradigma dan Pendekatan Penelitian**

Paradigma dalam penelitian kuantitatif ini berlandaskan pada paradigma positivisme, di mana perilaku manusia diamati dan dijelaskan melalui proses penalaran. Positivisme adalah aliran dalam filsafat yang berkaitan dengan persepsi, pemikiran, atau gagasan, yaitu peneliti menilai dan melakukan analisis terhadap objek penelitian berdasarkan pengetahuan faktual yang ada. Pendekatan ini hanya membahas hal-hal yang bersifat objektif, jelas, dan faktual (Yoon Soo Park, 2020).

Dalam penelitian ini, paradigma positivisme akan memungkinkan penulis untuk mengumpulkan data empiris secara sistematis, menganalisis pengaruh pelayanan prima terhadap kepuasan jemaah di PT Akbar Ghani Wisata. Melalui pendekatan kuantitatif bertujuan untuk mendapatkan data yang terukur secara numerik dengan menggunakan informasi tentang pelayanan prima dan mengukur kepuasan jemaah.

### 3. Metode Penelitian

Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode regresi linear sederhana. Menurut Mulyono (2019) regresi linear sederhana merupakan sebuah teknik statistika untuk menggambarkan hubungan antara variabel independen dengan variabel dependen. Dengan menggunakan metode regresi linear sederhana, peneliti dapat mengetahui pengaruh suatu variabel terhadap variabel lainnya. Secara umum, regresi linear sederhana biasanya melibatkan penggunaan data pada bentuk skala interval atau skala rasio.

Penelitian tentang “Pengaruh Pelayanan Prima Terhadap Kepuasan Jemaah Umrah Tahun 2025 (Penelitian di PT Akbar Ghani Wisata Kota Depok)” adalah sebagai subjek analisis ini. Rumus regresi linear sederhana sebagai berikut:

$$Y = a + bX$$

Keterangan:

Y = Variabel dependen (variabel terikat)

X = Variabel independen (variabel bebas)

a = Konstanta (Nilai dari Y apabila X = 0)

b = Koefisien regresi (pengaruh positif atau negatif)

### 4. Jenis Data

Penelitian ini bersifat kuantitatif karena data-data yang terkumpul pada penelitian ini dapat di analisis dengan metode regresi linear sederhana. Menurut Sugiyono (2013) penelitian kuantitatif dapat diartikan sebagai metode penelitian yang berlandaskan pada filsafat positivisme, yang

digunakan untuk meneliti pada populasi atau sampel tertentu, teknik pengambilan sampel pada umumnya digunakan secara acak, dan pengumpulan data menggunakan instrument penelitian, analisis data bersifat kuantitatif atau statistik dengan tujuan untuk menguji hipotesis yang telah ditetapkan.

Berdasarkan metode penelitian yang telah dipaparkan, maka dalam penelitian ini menggunakan metode kuantitatif untuk mendeskripsikan Pengaruh Pelayanan Prima Terhadap Kepuasan Jemaah Umrah Tahun 2025 di PT Akbar Ghani Wisata.

## **5. Sumber Data**

Data yang digunakan dalam penelitian ini terdiri dari data primer dan data sekunder.

### **a. Data Primer**

Data primer adalah data yang diperoleh langsung dari hasil penyebaran kuesioner kepada jemaah umrah PT Akbar Ghani Wisata. Kuesioner merupakan metode pengumpulan data berupa susunan rangkaian pertanyaan tertulis yang harus dijawab yang berhubungan dengan topik penelitian pada responden, yaitu kuesioner yang menanyakan tentang kepuasan jemaah dan pelayan prima.

**b. Data Sekunder**

Data sekunder adalah sumber data yang telah dikumpulkan dan digunakan oleh pihak pertama yang mencakup studi kepustakaan dalam bentuk buku literatur, teori-teori, serta catatan-catatan yang berkaitan dengan rumusan masalah, seperti gambaran umum perusahaan, struktur organisasi internal, dan lain sebagainya.

**6. Populasi dan Sampel****a. Populasi**

Populasi menurut Sugiyono (2013) merupakan wilayah generalisasi yang mencakup objek atau subjek dengan kuantitas dan karakteristik tertentu yang ditentukan oleh peneliti untuk diteliti dan kemudian diambil kesimpulannya. Populasi merujuk pada keseluruhan objek penelitian. Dalam penelitian ini populasi yang dimaksud adalah jemaah umrah yang telah melaksanakan ibadah umrah dengan menggunakan jasa layanan PT Akbar Ghani Wisata pada tahun 2025 yang terhitung dari bulan Januari sampai dengan bulan April yaitu sebanyak 192 orang.

**b. Sampel**

Menurut Sugiyono (2013), sampel adalah sebagian dari populasi penelitian yang dimiliki. Sampel dari populasi dapat digunakan jika populasi yang akan diteliti terlalu besar. Sedangkan menurut Arikunto (2019), sampel adalah sebagian atau perwakilan dari populasi yang sedang diteliti.

Penelitian ini menggunakan teknik *nonprobability sampling*. Pengambilan sampel dilakukan dengan metode *simple random sampling*, peneliti mengambil sampel secara acak. Dalam teknik ini, setiap anggota populasi memiliki peluang yang sama untuk menjadi sampel.

Untuk menentukan ukuran sampel dari suatu populasi maka digunakan rumus Slovin sebagai berikut:

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

Keterangan:

n = Ukuran Sampel

N = Ukuran Populasi

e = Nilai Error Sebesar 10%

Populasi jemaah umrah PT Akbar Ghani Wisata pada tahun 2025 yang terhitung dari bulan Januari sampai dengan bulan April yaitu sebanyak 192 orang, maka:

$$\begin{aligned} n &= \frac{192}{1 + 192(0,01)} \\ &= \frac{192}{1 + 1,92} \\ &= \frac{192}{2,92} = 65,75 \end{aligned}$$

Maka jumlah sampel dari populasi dari 65,75 digenapkan menjadi 66 orang responden.

## H. Teknik Pengumpulan Data

Penelitian ini menggunakan kuesioner sebagai teknik pengumpulan data. Kuesioner sangat efektif dalam pengumpulan data, karena memungkinkan peneliti untuk mengukur variabel. Dalam penelitian ini digunakan skala untuk setiap pernyataan diberikan bobot dengan menggunakan skala likert.

Skala likert adalah alat yang digunakan untuk mengukur sikap, pendapat dan persepsi individu atau kelompok terhadap fenomena sosial. Dalam skala likert, variabel yang akan diukur dijabarkan menjadi indikator-indikator variabel. Kemudian variabel tersebut dijadikan sebagai dasar untuk menyusun item-item instrumen yang dapat berupa pernyataan atau pertanyaan. Dalam hal ini, setiap pertanyaan diberi bobot menggunakan skala likert sebagai berikut:

- a. Sangat Puas (SP) skor 5
- b. Puas (P) skor 4
- c. Cukup Puas (CP) skor 3
- d. Kurang Puas (KP) skor 2
- e. Sangat Tidak Puas (STP) skor 1

## I. Analisis Data

Teknik analisis data dalam penelitian kuantitatif merupakan proses mengolah data yang diperoleh dari responden di lapangan atau sumber terpercaya lainnya. Contoh proses pengolahan data meliputi pengelompokkan data sesuai dengan kategori responden, penyusunan tabulasi data, serta pelaksanaan perhitungan untuk menguji hipotesis.

## 1. Uji Validitas

Menurut Sugiyono (2013), uji validitas adalah alat ukur yang berguna untuk menentukan keabsahan instrumen, sehingga dapat dilihat instrumen mana yang praktis dan mana yang tidak untuk digunakan sebagai instrumen dalam kuesioner penelitian.

Uji validitas dilakukan dengan cara mengkorelasikan setiap skor item dengan skor total. Skor total merupakan penjumlahan dari keseluruhan item. Untuk menguji validitas kuesioner, peneliti menggunakan tingkat signifikansi sebesar 0,05. Berikut adalah standar penelitian untuk uji validitas:

- a. Jika nilai  $r$  hitung lebih besar dari nilai  $r$  tabel, maka kuesioner tersebut dikatakan valid.
- b. Jika nilai  $r$  hitung lebih kecil dari nilai  $r$  tabel, maka kuesioner tersebut dikatakan tidak valid.

## 2. Uji Reliabilitas

Menurut Suharsimi Arikunto (2019), bahwa reliabilitas merujuk pada suatu pengertian bahwa suatu instrumen cukup dapat dipercaya untuk digunakan sebagai alat pengumpul data karena instrument tersebut sudah memenuhi standar yang baik. Instrument yang reliabel akan menghasilkan data yang dapat dipercaya. Tujuan reliabilitas adalah untuk memastikan bahwa instrument cukup dapat dipercaya untuk digunakan sebagai alat pengumpul data karena instrumen tersebut sudah baik.

Secara teknis pengujian instrumen menggunakan keputusan uji reliabilitas ditentukan dengan ketentuan sebagai berikut:

- a. Jika  $r$  hitung  $> 0,6$  berarti item pertanyaan dikatakan reliabel
- b. Jika  $r$  hitung  $< 0,6$  berarti item pertanyaan dikatakan tidak reliabel

### 3. Uji Normalitas

Menurut Ghazali (2018: 145) uji normalitas dilakukan untuk menentukan apakah variabel independen dan variabel dependen dalam model regresi mempunyai distribusi normal atau tidak. Uji normalitas bertujuan untuk mengevaluasi sebaran data dari variabel penelitian. Data yang memiliki distribusi normal adalah data yang ideal untuk digunakan dalam penelitian. Normalitas data dapat diperiksa dengan menganalisis kurva plot probabilitas. Jika pola penyebaran datanya membentuk garis diagonal pada kurva ini, maka variabel tersebut dianggap mengikuti distribusi normal.

Tujuan dari dilakukannya uji normalitas pada serangkaian data adalah untuk mengetahui apakah populasi data memiliki distribusi normal atau tidak. Jika data berdistribusi normal, maka uji statistik yang digunakan dapat berupa uji parametrik. Sedangkan bila data tidak berdistribusi normal, maka uji statistik yang digunakan adalah uji nonparametrik (Siregar, 2013).

### 4. Uji Heteroskedastisitas

Uji heteroskedastisitas digunakan untuk menentukan apakah terdapat ketimpangan varian antara pengamatan residual dengan pengamatan lainnya. Heteroskedastisitas terjadi ketika model regresi tidak sama. Ketika

varian tidak konstan, maka akan muncul heterokedastisitas yang menyebabkan terbentuknya pola pada grafik.

## 5. Model Regresi

Regresi linier sederhana adalah salah satu metode yang digunakan untuk memprediksi permintaan di masa yang akan datang dengan berdasarkan data masa lalu, atau untuk mengidentifikasi pengaruh suatu variabel bebas (*independent*) terhadap suatu variabel tak bebas (*dependent*). Persamaan untuk analisis regresi linier sederhana adalah:

$$Y = a + bX$$

Keterangan:

Y = Variabel terikat

X = Variabel bebas

a = Konstanta

b = Koefisien regresi

## 6. R-Square / Koefisien Determinasi

Koefisien determinasi adalah ukuran yang menunjukkan seberapa baik suatu model mampu menjelaskan variasi dalam variabel dependen. Pelayanan prima adalah variabel independen yang mencakup (sikap, perhatian dan tindakan), dan variabel dependen adalah kepuasan jemaah (termasuk kesesuaian harapan, sikap loyal dan kesediaan merekomendasi).

Koefisien determinasi memberikan gambaran tentang seberapa besar variasi dalam kepuasan jemaah dapat dijelaskan oleh variasi dalam pelayanan prima, berdasarkan perhitungan khusus (Riyanto, 2017).

## 7. Uji F / Uji Simultan

Uji F dikenal dengan uji serentak atau uji model/uji Anova, adalah uji yang digunakan untuk melihat bagaimana pengaruh semua variabel independen secara simultan terhadap variabel dependen. Pengujian secara simultan pada dasarnya melibatkan semua variabel independen yaitu kepuasan jemaah, dan yang dimasukkan dalam model sebagai variabel dependen yaitu pelayanan prima. Hipotesis nol ( $H_0$ ) yang diuji adalah apakah semua parameter dalam model sama dengan nol.

- a.  $H_0$ : tidak terdapat satupun variabel bebas yang mampu mempengaruhi variabel terikat.
- b.  $H_1$ : terdapat satupun variabel bebas yang mampu mempengaruhi variabel terikat.

## 8. Uji T / Uji Partial

Menurut Ghazali (2018: 57), uji statistik t digunakan untuk menentukan apakah variabel dependen dipengaruhi secara signifikan oleh variabel independen secara parsial. Jika nilai probabilitas t lebih besar dari 0,05, maka tidak ada pengaruh dari variabel independen terhadap variabel dependen (koefisien regresi dianggap tidak signifikan). Sebaliknya, jika nilai probabilitas t kurang dari 0,05, maka terdapat pengaruh dari variabel

independen terhadap variabel dependen dan koefisien regresi dianggap signifikan.

