

III. METODE PENELITIAN

A. Tipe Penelitian

Tipe penelitian dalam penelitian ini adalah tipe penelitian bersifat *explanatory research*. Menurut Singarimbun dan Effendi (1995: 5), penelitian eksplanatori adalah tipe penelitian yang menyoroti hubungan antar variabel penelitian dan menguji hipotesis yang telah dirumuskan sebelumnya. Dalam penelitian ini, penulis berusaha menjelaskan hubungan antara variabel nilai pelanggan dan variabel gaya hidup yang mempengaruhi keputusan konsumen menggunakan jasa fitness.

B. Sumber Data

Menurut Arikunto (2006: 129), sumber data dalam penelitian adalah "subjek dari mana data dapat diperoleh". Oleh karena ini penelitian ini menggunakan data primer. Data primer di ambil dengan menggunakan kuesioner yang berisikan beberapa pernyataan berupa 13 pernyataan tentang Nilai Pelanggan, 37 pernyataan tentang Gaya Hidup Vals2 dan 5 pernyataan tentang Keputusan Pembelian. Maka sumber datanya adalah para responden yang menggunakan sarana kebugaran di Pusat Kebugaran Andri di Bandar Lampung yang memenuhi kriteria dalam penelitian ini.

C. Teknik Pengumpulan Data

Tehnik pengumpulan data menggunakan data kuesioner yang di buat dengan katagori multiple choice dengan menggunakan skala likert, dimana setiap butir pernyataan di

bagi menjadi lima skala ukur yaitu sangat setuju (skor 5), setuju (skor 4), ragu-ragu/netral (skor3), tidak setuju (skor2), dan sangat tidak setuju (skor1). Kuesioner ini diberikan kepada 96 responden yakni para pengguna sarana kebugaran yang memenuhi kriteria di Pusat Andri di Bandar Lampung (data primer). Di dalam proses pengambilan data peneliti sendiri. Peneliti langsung memberikan kepada responden kuesioner didalam pengambilan data., di dalam perjalanan mencari sumber data adapun responden yang tidak mau memberikan tanggapan yang positif bahkan menolak sehingga peneliti sendiri tidak memaksakan dan peneliti mencari responden yang bersedia mengisi kuesioner.di mana peneliti menyeleksi responden yang sesuai dengan kriteria peneliti. sehingga cukup memakan waktu yang lama di dalam mencari sumber data. Sumber data yang terkumpul akan di proses dan di hitung menggunakan SSPS 17.

D. Objek dan Subjek Penelitian

1. Objek Penelitian

Objek dalam penelitian ini adalah nilai konsumen, faktor gaya hidup konsumen dan keputusan menggunakan jasa sarana kebugaran

2. Subjek Penelitian

Subjek dalam penelitian ini adalah konsumen atau pelanggan Pusat Kebugaran Andri di Bandar Lampung

E. Populasi dan Sampel Penelitian

1. Populasi

Populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri atas objek atau subjek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk

dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya (Sugiyono 2009:115). Populasi dalam penelitian ini adalah para pengguna Pusat Kebugaran Andri di Bandar Lampung yang menjadi member di pusat kebugaran Andri periode Juli 2010 – Juni 2011. Populasi dalam penelitian ini 2155 anggota / *member*.

Berikut ini data anggota / *member* pengguna sarana kebugaran Andri di bandar Lampung. Yang mana data diperoleh dari pembukuan Pusat kebugaran Andri.

Tabel 2. Jumlah Anggota/ Member Jasa Sarana Kebugaran ANDRI Periode Juli 2010 – Juni 2011

Jumlah anggota/ member													
Bulan	Jul	Agu	Sep	Okt	Nov	Des	Jan	Feb	Mar	Apr	Mei	Jun	Total
	143	205	136	184	231	176	181	194	200	185	154	166	2155

Sumber: *Pusat Kebugaran Andri*, 2010

2. Teknik Sampling

Sampel adalah bagian dari jumlah dari populasi yang memiliki sifat-sifat utama dari populasi dan dijadikan sebagai perwakilan atau representasi dalam penelitian.

Penentuan besarnya sampel dalam penelitian ini dihitung dengan rumus menurut Slovin (Umar, 2002:141-142) sebagai berikut :

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

Keterangan :

n : Banyaknya unit sampel

N : Banyaknya unit populasi

D : Taraf Nyata 0,1

1 : Bilangan Kostanta (Sugiyono, 2005)

$$n = \frac{2155}{2155(0,1^2)+1} = \frac{2155}{2155(0,01)+1} = \frac{2155}{21,55+1} = \frac{2155}{22,55}$$

$$= 95,56$$

Maka besarnya sampel yang harus diambil adalah sebanyak 96 orang.

Dalam penelitian ini pengambilan responden dilakukan dengan teknik *purposive sampling* dan *accidental sampling*. Teknik *purposive sampling* yaitu memilih sampel yang sesuai dengan kriteria tertentu sesuai dengan kriteria dalam penelitian ini. Kriteria ini diterapkan pada:

1. Para pelanggan yang masih aktif menggunakan sarana kebugaran / yang masih menjadi member
2. Menggunakan sarana kebugaran di pusat kebugaran Andri secara terus-menerus sampai saat ini atau minimal 3 bulan terakhir dengan pertimbangan pengetahuan responden mengenai produk dan pelayanan lebih lengkap.
3. Menggunakan sarana kebugaran dengan melakukan tujuan – tujuan tertentu.

Kemudian untuk menentukan responden dilakukan secara *accidental sampling*. Menurut Sugiyono (2007: 77), teknik *accidental sampling* adalah teknik penarikan sampel secara kebetulan yaitu siapa saja yang kebetulan bertemu dengan peneliti dapat digunakan sebagai sampel bila dipandang orang yang kebetulan ditemui itu cocok sebagai sumber data. Dengan demikian siapa saja

pelanggan yang masih aktif di pusat kebugaran Andri dan secara kebetulan bertemu dengan peneliti serta memenuhi kriteria yang telah ditentukan maka dapat dijadikan sebagai responden. Alasan digunakan *accidental sampling* karena banyaknya pelanggan yang menggunakan sarana kebugaran yang belum pasti jadwal latihan pelanggan yang menggunakan sarana kebugaran di pusat kebugaran Andri

F. Definisi Konseptual

Singarimbun dan Effendi (1995:21) mengemukakan definisi konseptual merupakan pemaknaan dari konsep yang digunakan sehingga memudahkan peneliti untuk mengoperasikan konsep tersebut di lapangan.

Definisi konseptual pada penelitian ini adalah:

1. Nilai Pelanggan

Nilai konsumen bahwa sesuatu di luar perusahaan yang dirasakan oleh konsumen berkenaan dengan manfaat yang dirasakan oleh konsumen didalam menggunakan atau membeli produk atau jasa. dalam mengukur nilai konsumen dari beberapa tipe-tipe nilai konsumen, dikomunikasikan hanya dimensi tipe nilai yang dipakai dalam penelitian ini yaitu manfaat nilai produk, manfaat nilai pelayanan, dan manfaat nilai harga dimana ketiga tipe tersebut sudah cukup mewakili dari pengukuran nilai konsumen, karena nilai konsumen (*costomer value*) pada perinsipnya sebagai perbandingan antara manfaat yang dirasakan konsumen dengan pengorbanan yang dikeluarkan.

$$V (value) = B (benefit) / C (cost)$$

2. Gaya Hidup

Menggambarkan perilaku seseorang, yaitu bagaimana ia hidup menggunakan uangnya dan memanfaatkan waktu yang dimiliki, yang di dasarkan pada kegiatan dan minat dasar psikologinya Gaya hidup adalah konsep yang lebih kontemporer, lebih kompetitif, dan lebih berguna dari pada kepribadian. Pada penelitian ini, peneliti menggunakan instrumen dari VALS 2, yang dikembangkan dari beberapa item pertanyaan.

3. Keputusan menggunakan sarana kebugaran

adalah proses pengintegrasian yang mengkombinasikan pengetahuan untuk mengevaluasi dua atau lebih perilaku alternatif, dan memilih salah satu di antaranya, yang melalui proses yang terdiri dari lima tahap, yaitu pengenalan kebutuhan dan keinginan, pencarian informasi, evaluasi terhadap alternatif pembelian, keputusan pembelian, dan tingkah laku setelah pembelian.

G. Definisi Operasional

Singarimbun dan Sofyan (1995: 2), definisi operasional adalah petunjuk tentang bagaimana suatu variabel diukur. Dalam mengukur konsep maka dibutuhkan definisi operasional dalam menjabarkan konsep tersebut secara lebih jelas. Dalam definisi operasional peneliti menggunakan tipologi dari tiga katagori dasar nilai pelanggan dan sistem Vals untuk meneliti gaya hidup. Uraian tentang definisi operasional yang digunakan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

Tabel 3. Variabel Operasional dan Skala Pengukuran :

Variabel	Definisi Variabel	Indikator	Skala pengukuran
Nilai Pelanggan (<i>customer volue</i>)	Merupakan salah satu perilaku konsumen dan perbedaan antara nilai yang dinikmati konsumen / besarnya manfaat yang dirasakan karena memiliki serta menggunakan suatu produk / jasa dari biaya untuk memilikinya.	a. Manfaat Nilai Produk b. Manfaat Nilai Pelayanan c. Manfaat Nilai Harga	Skala Likert
Gaya Hidup	Pola hidup yang ditunjukkan melalui bagaimana seseorang menggunakan uangnya, dan memanfaatkan waktunya, apa yang mereka anggap penting, dan apa yang mereka pikirkan tentang diri mereka sendiri yang didasarkan pada kegiatan, dan minat dasar psikologi	a. Kegiatan b. Minat dasar psikologi (<i>interaset</i>)	Skala Likert
Keputusan Menggunakan jasa Kebugaran	Keputusan yang diambil konsumen dari suatu pemikiran tentang apa yang harus diperbuat untuk menjatuhkan pilihan pada salah satu alternatif menggunakan jasa kebugaran yang ada untuk memenuhi kebutuhan	a. Pengenalan masalah b. Pencarian informasi c. Evaluasi alternatif d. Keputusan pembelian e. Perilaku purna beli	Skala Likert

H. Teknik Pengujian Instrumen Penelitian

1. Pengujian Validitas

Validitas merupakan suatu ukuran yang menunjukkan tingkat kevalidan atau kesahihan suatu instrumen. Suatu instrumen dianggap valid apabila mampu mengukur apa yang diinginkan. Valid tidaknya suatu alat ukur tergantung mampu tidaknya alat ukur tersebut mencapai tujuan pengukuran yang dikehendaki dengan

tepat, karena suatu alat ukur yang valid mempunyai validitas yang tinggi. Sebaliknya sebuah alat ukur yang kurang valid berarti memiliki validitas rendah.

Pengujian validitas menggunakan analisis faktor yang merupakan cara yang digunakan untuk mengidentifikasi variabel dasar atau faktor yang menerangkan pola hubungan dalam suatu himpunan variabel observasi.

Untuk menganalisis data, penelitian ini menggunakan analisis faktor yang dilakukan dengan bantuan program SPSS 17. Tujuan analisis ini adalah untuk mensegmentasikan nilai dan gaya hidup VALS 2, karena pada penelitian ini peneliti mengembangkan item pertanyaan gaya hidup VALS 2, dari beberapa item pertanyaan menjadi lebih banyak dan banyak item yang tidak valid sehingga nilai pelanngan dan gaya hidup VALS 2 tidak dapat disegmentasikan dengan cara mengakses langsung melalui situs www.futur.sri.com

Instrument dinyatakan valid apabila nilai anti image correlation lebih besar dari 0,5, sehingga apabila ada nilai anti image correlation yang lebih kecil dari 0,5, maka akan dieksekusi dari daftar pertanyaan dan dilakukan perhitungan ulang.

Pengujian validitas menggunakan analisis factor yaitu dengan menghilangkan item-item yang dianggap tidak valid. Selain itu, penggunaan analisis factor dalam uji validitas dikarenakan instrument yang digunakan sangat banyak, sehingga perlu dipilih instrument yang benar – benar valid dengan cara mengeksekusi item pertanyaan yang tidak valid. Berikut hasil uji validitas dengan analisis factor.

Tabel 4. Hasil Validitas Variabel Nilai Pelanggan dengan Analisis Faktor

Item	Anti-Image Correlation	Ketetapan	Keputusan
1	.726 ^a	0,5	Semua item pada variable nilai pelanggan sudah memenuhi syarat valid karena nilai anti image correlation > nilai ketetapan yaitu 0,5. Sehingga item pertanyaan pada variable nilai pelanggan dapat dilanjutkan untuk analisis lebih lanjut.
2	.783 ^a	0,5	
3	.787 ^a	0,5	
4	.751 ^a	0,5	
5	.800 ^a	0,5	
6	.832 ^a	0,5	
7	.860 ^a	0,5	
8	.864 ^a	0,5	
9	.830 ^a	0,5	
10	.892 ^a	0,5	
11	.809 ^a	0,5	
12	.838 ^a	0,5	
13	.762 ^a	0,5	

Sumber: Data Primer diolah. 2011

Tabel 5 Hasil Validitas Variabel Gaya Hidup dengan Analisis Faktor

Item	Anti-Image Correlation	Ketetapan	Keputusan
3	.821 ^a	0,5	Dari 37 pertanyaan, beberapa item di eksekusi karena nilai anti-image correlation < 0,5. Sehingga menghasilkan 17 pertanyaan yang akan digunakan untuk analisis lebih lanjut atau yang dinyatakan valid.
4	.859 ^a	0,5	
5	.812 ^a	0,5	
6	.845 ^a	0,5	
7	.549 ^a	0,5	
14	.535 ^a	0,5	
16	.853 ^a	0,5	
17	.776 ^a	0,5	
18	.683 ^a	0,5	
20	.811 ^a	0,5	
23	.806 ^a	0,5	
24	.837 ^a	0,5	
25	.762 ^a	0,5	
30	.828 ^a	0,5	
31	.652 ^a	0,5	
34	.811 ^a	0,5	
35	.742 ^a	0,5	

Sumber: Data Primer diolah. 2011

Tabel 5 di atas merupakan hasil akhir setelah dilakukan 3 (tiga) kali penghitungan analisis faktor, karena untuk variable gaya hidup memiliki 37 item pertanyaan, maka perlu dibuang beberapa item pertanyaan sehingga memberikan beberapa item yang lebih fokus.

Tabel 6. Hasil Validitas Variabel Keputusan dengan Analisis Faktor

Item	Anti-Image Correlation	Ketetapan	Keputusan
1	.741 ^a	0,5	Semua item pada variable keputusan sudah memenuhi syarat valid karena nilai anti image correlation > nilai ketetapan yaitu 0,5.
2	.779 ^a	0,5	
3	.762 ^a	0,5	
4	.811 ^a	0,5	
5	.754 ^a	0,5	

Sumber: Data Primer diolah. 2011.

Berdasarkan hasil uji validitas instrument penelitian pada masing-masing variable dengan menggunakan analisis faktor, di mana item instrument yang dianggap tidak valid akan dieksekusi dari daftar pernyataan dan menghasilkan instrument yang benar-benar valid dan dapat digunakan untuk analisis lebih lanjut karena nilai anti image correlation setiap instrument sudah lebih besar dari 0,5.

2. Pengujian Reliabilitas

Reliabilitas merupakan tingkat keandalan alat ukur (kuesioner). Kuesioner yang reliabel adalah kuisisioner yang apabila dicobakan berulang-ulang pada kelompok yang sama akan menghasilkan data yang sama. Cara mengukurnya dengan menggunakan rumus *Alpha Cronbach's*.

Rumus *Alpha Cronbach's*:

$$r_{ii} = \frac{k}{k-1} \times \frac{1 - \sum r_b^2}{r_t^2}$$

Keterangan:

- r_{ii} = Reliabilitas Instrumen
- k = Banyaknya butir pertanyaan atau soal
- $\sum \alpha b^2$ = Σ Varians butir pertanyaan
- αt^2 = Varians Total

Dengan rumus varians yaitu:

$$\sum \alpha b^2 = \frac{\sum X^2 - \frac{(\sum X)^2}{n}}{n}$$

Sumber : Sugiyono (2007:3)

Selanjutnya indeks reliabilitas diinterpretasikan dengan menggunakan tabel interpretasi r untuk menyimpulkan bahwa alat ukur yang digunakan cukup atau tidak reliabel. Nilai interpretasi reliabilitas dapat dilihat pada tabel berikut:

Tabel 7. Hasil Uji Reliabilitas Instrumen Penelitian

Variabel	<i>Alpha Cronbach</i> -hitung	Keputusan
Nilai Pelanggan	0.843	<i>Alpha Cronbach</i> pada masing-masing variabel > 0,6
Gaya Hidup	0.838	
Keputusan	0.710	

Sumber: Data Primer Diolah. 2011

Suatu pengukuran mungkin reliabel tapi tidak valid, tetapi suatu pengukuran tidak bisa dikatakan valid bila tidak reliabel. Metode pengujian reliabilitas instrumen menggunakan rumus korelasi *Alpha Cronbach*, dengan ketentuan nilai *Alpha Cronbach* > 0,6. Hasil uji reliabilitas

Tabel 7 memperlihatkan semua instrumen pada masing-masing variabel adalah reliable atau dapat dipercaya untuk menjawab permasalahan dalam penelitian ini karena nilai alpha cronbach > 0,6, sehingga analisis lebih lanjut dapat dilakukan

I. Teknik Pengolahan Data

Teknik pengolahan data dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Editing

Yaitu memeriksa ulang data yang diperoleh dari lapangan untuk mengetahui lengkap tidaknya data, dengan demikian data yang diperoleh tidak terdapat kesalahan.

2. Koding

Yaitu membuat kategori-kategori tertentu dari data yang diperoleh dari lapangan.

3. Tabulasi

Yaitu memasukkan data kedalam tabel tunggal sehingga mudah dibaca. Hasil dari tahap koding berupa kategori-kategori data dari responden dimasukkan dalam bentuk tabel yang sesuai.

J. Teknik Analisis Data

1. Uji Asumsi Klasik

Pengujian ini dilakukan untuk mengetahui apakah model estimasi telah memenuhi kriteria ekonometrik dalam arti tidak terjadi penyimpangan yang cukup serius dari asumsi-asumsi yang diperlukan.

a. Uji Normalitas

Gujarati (2003: 102), Uji normalitas dilakukan untuk menguji apakah dalam model regresi, variabel pengganggu atau residual memiliki distribusi normal. Model yang baik adalah memiliki distribusi normal atau mendekati normal. Untuk mengujinya akan digunakan alat uji normalitas, yaitu dengan melihat

Normal P-P Plot of Regression Standardized Residual. Dasar pengambilan keputusan *Normal P-P Plot of Regression Standardized Residual* adalah:

- Jika data menyebar di sekitar garis diagonal dan mengikuti arah garis diagonal, maka model regresi memenuhi asumsi normalitas.
- Jika data menyebar jauh dan garis diagonal dan/atau tidak mengikuti arah garis diagonal, maka model regresi tidak memenuhi asumsi normalitas (Santoso, 2000: 214).

b. Uji Heterokedastisitas

Santoso (2000: 210), Uji heteroskedastisitas adalah untuk melihat apakah terdapat ketidaksamaan varians dari residual satu ke pengamatan ke pengamatan yang lain. Model regresi yang memenuhi persyaratan adalah di mana terdapat kesamaan varians dari residual satu pengamatan ke pengamatan yang lain tetap atau disebut homoskedastisitas. Untuk mengetahui apakah terjadi atau tidak terjadi heteroskedastisitas dalam suatu model regresi yaitu dengan melihat grafik *scatterplot*. Dasar pengambilan keputusannya adalah:

- Jika ada pola tertentu, seperti titik-titik (point-point) yang ada membentuk suatu pola tertentu yang teratur (bergelombang), maka telah terjadi heteroskedastisitas.
- Jika tidak ada pola yang jelas, serta titik-titik menyebar diatas dan dibawah angka 0 pada sumbu Y, maka tidak terjadi heteroskedastisitas.

c. Uji Multikolinearitas (*Collinearity Statistic*)

Gujarati (2003: 328), Uji multikolinearitas adalah untuk melihat ada atau tidaknya korelasi yang tinggi antara variabel-variabel bebas dalam suatu model regresi linear berganda. Jika ada korelasi yang tinggi di antara variabel-variabel

bebasnya, maka hubungan antara variabel bebas terhadap variabel terikatnya menjadi terganggu. Untuk melihat apakah ada multikolinearitas dalam penelitian ini, maka akan dilihat dari *Variance Inflation Factor* (VIF) dan *Tolerance*. Menurut Santoso (2001) dalam Priyatno (2008: 39), pada umumnya jika VIF lebih besar dari 5, maka variabel tersebut mempunyai persoalan multikolinearitas dengan variabel bebas lainnya.

2. Analisis Regresi Linier Berganda

Untuk menguji hipotesis yang telah diajukan pada bab sebelumnya, digunakan analisis regresi linier berganda untuk mengetahui apakah ada pengaruh nilai pelanggan dan gaya hidup terhadap keputusan menggunakan sarana kebugaran dengan menggunakan program SPSS 17.0. Model analisis regresi linier berganda menurut Sugiyono (2007:221) sebagai berikut:

$$Y = a + b_1X_1 + b_2X_2 + et$$

Keterangan:

- a = Nilai *Intercept* (konstanta)
- X₁ = Nilai Pelanggan
- X₂ = Gaya Hidup
- b₁ = Koefisien regresi variabel X₁
- b₂ = Koefisien regresi variabel X₂
- et = *Disturbance term*
- Y = Keputusan menggunakan sarana kebugaran

3. Pengujian Hipotesis

Suatu penghitungan statistik disebut signifikan secara statistik apabila nilai uji statistiknya berada dalam daerah kritis (daerah di mana H_0 ditolak). Sebaliknya tidak signifikan bila nilai uji statistiknya berada dalam daerah di mana H_0 diterima.

Pengujian hipotesis penelitian menggunakan uji F dan uji t untuk melihat pengaruh nilai pelanggan dan gaya hidup secara simultan dan parsial terhadap keputusan menggunakan sarana kebugaran di Pusat Kebugaran Andri Bandarlampung.

a. Uji F (Pengaruh Secara Simultan)

Uji F digunakan untuk mengetahui apakah nilai pelanggan dan gaya hidup secara simultan berpengaruh terhadap keputusan menggunakan sarana kebugaran di Pusat Kebugaran Andri Bandarlampung. Nilai F dapat dirumuskan sebagai berikut:

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

Keterangan:

R^2 = koefisien korelasi ganda

N = Jumlah sampel

m = jumlah prediktor

(Sugiyono, 2007: 218)

Hasil penghitungan untuk uji F dapat ditemui pada tabel ANOVA (*Analysis of Variance*) dari *output* SPSS. Pengujian hipotesis yaitu:

- a. apabila nilai $F_{hitung} > F_{tabel}$ dan signifikan $< 0,05$, maka H_0 ditolak dan H_a diterima yang berarti nilai pelanggan dan gaya hidup berpengaruh secara simultan dan signifikan terhadap keputusan menggunakan sarana kebugaran pada tingkat keyakinan tertentu.

- b. apabila nilai $F_{hitung} < F_{tabel}$ dan signifikan $> 0,05$, maka H_0 diterima dan H_a ditolak yang berarti nilai pelanggan dan gaya hidup tidak berpengaruh secara simultan dan signifikan terhadap keputusan menggunakan sarana kebugaran pada tingkat keyakinan tertentu.

Pengujian ini dilakukan dengan tingkat kepercayaan 95% dan derajat kebebasan 5%, derajat bebas pembilang $df_1 = (k-1)$ dan derajat bebas penyebut $df_2 = (n - k)$, di mana k merupakan banyaknya parameter (koefisien) model regresi linier dan n merupakan jumlah pengamatan.

4. Uji t (Pengujian Secara Parsial)

Uji t – parsial digunakan untuk menguji apakah sebuah variabel bebas benar memberikan pengaruh terhadap variabel terikat. Dalam pengujian ini ingin diketahui apakah jika secara terpisah, suatu variabel X masih memberikan kontribusi secara signifikan terhadap variabel terikat Y. Rumus uji t – parsial adalah:

$$t = \frac{r_p \sqrt{n-3}}{\sqrt{1-r_p^2}}$$

(Sugiono, 2002)

Keterangan :

t = Nilai t_{hitung}

r_p = Nilai korelasi

n = Banyaknya pengamatan

Hipotesis statistik uji t dinyatakan dengan :

- apabila nilai $t_{hitung} > t_{tabel}$ dan signifikan $< 0,05$, berarti H_0 ditolak dan H_a diterima. Artinya nilai pelanggan dan gaya hidup berpengaruh secara parsial dan signifikan terhadap keputusan menggunakan sarana kebugaran.

- apabila nilai $t_{hitung} < t_{tabel}$, H_0 dan Signifikan $> 0,05$, berarti H_0 diterima dan H_a ditolak. Artinya nilai pelanggan dan gaya hidup tidak berpengaruh secara parsial dan signifikan terhadap keputusan menggunakan sarana kebugaran.

5. Uji R^2 (Koefisien Determinasi)

Koefisien determinasi (R^2) adalah besarnya nilai pengaruh seluruh variabel bebas terhadap variabel terikat dengan kisaran nilai koefisien antara 0 s.d. 1. Dengan kata lain, variabel keputusan menggunakan jasa fitness dijelaskan oleh nilai pelanggan dan gaya hidup.