

BAB III

METODOLOGI PENELITIAN

3.1 Desain Penelitian

Menurut Cresweel (2016:3) dalam penelitiannya menyatakan bahwa metode penelitian merupakan suatu cara agar dapat mengetahui bagaimana solusi dalam menghadapi suatu permasalahan dalam penelitian (Oktaviani, 2018). Penelitian ini menggunakan metode kuantitatif dengan pendekatan deskriptif dan verifikatif.

Menurut Sugiyono (2013;80) dalam bukunya menyatakan bahwa penelitian kuantitatif yaitu suatu cara yang digunakan untuk mengetahui hubungan terhadap suatu variabel dan untuk melakukan pengujian pada beberapa hipotesis dari suatu sampel yang sudah diperoleh.

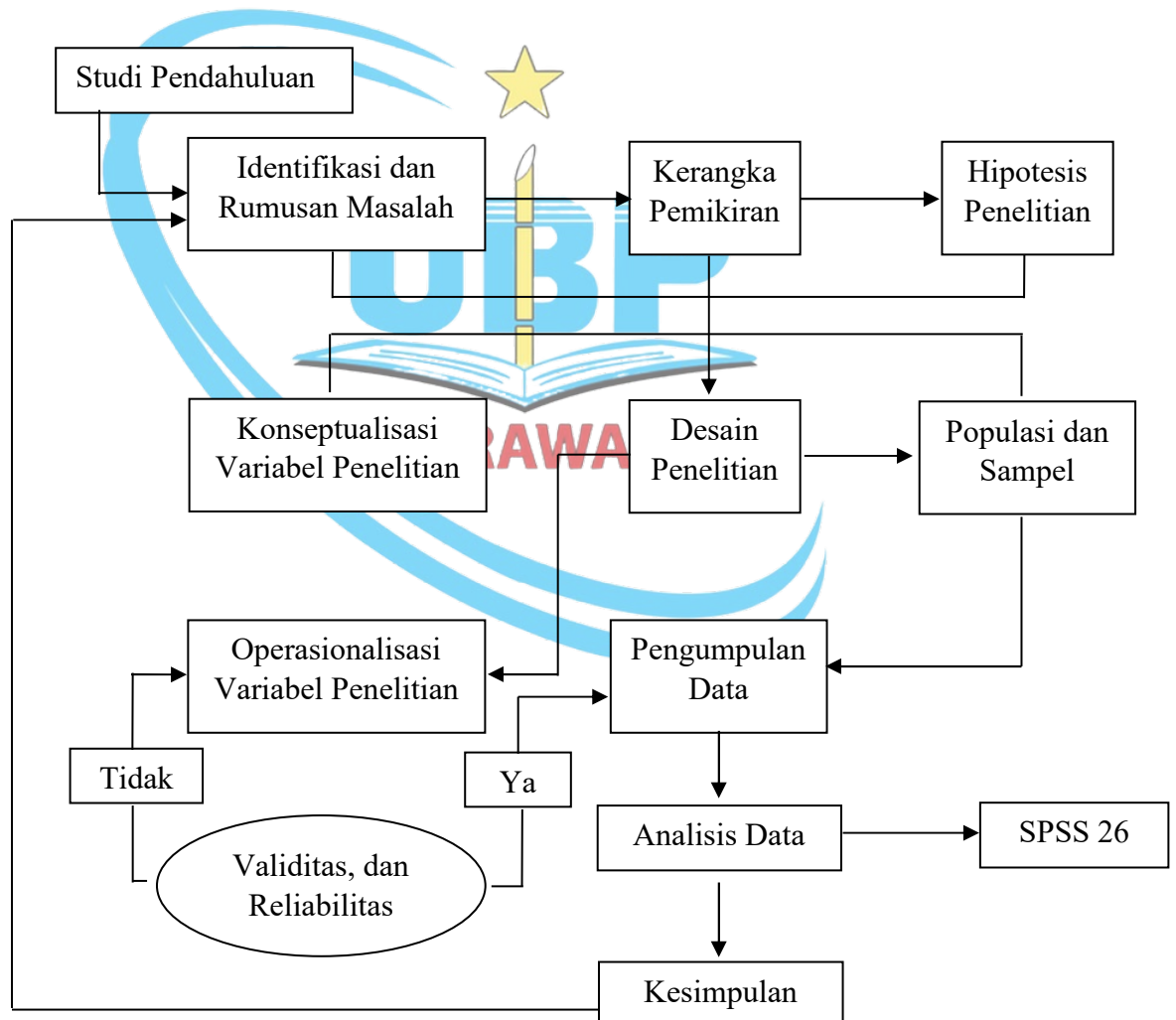
Data yang didapatkan pada penelitian berupa angka-angka yang berasal dari kuesioner yang kemudian digunakan untuk alat pengumpulan data dan melakukan analisis data agar dapat mengetahui kaitannya dan pengaruh antara dua variabel atau lebih dengan intensi suatu riset yang dapat mengembangkannya yang menyebabkan pendekatan kuantitatif ini dipilih dalam penelitian ini.

Desain penelitian ini didasari atas keinginan peneliti untuk mendapatkan gambaran mengenai harga dan *online customer review* terhadap keputusan pembelian serta untuk mengetahui pengaruh langsung maupun tidak langsung dari variabel-variabel yang ditetapkan sebagai berikut (Efendi 2021 :34) :

1. Harga merupakan bagian dari variabel bebas (*independent variable*) yang diberi notasi X1.

2. *Online customer review* merupakan bagian dari variabel bebas (*independent variable*) yang diberi notasi X2.
3. Keputusan pembelian merupakan bagian dari variabel terikat (*dependent variabel*) yang diberi notasi Y.

Secara keseluruhan proses penelitian ini dimulai dengan melakukan pengumpulan data mengenai fenomena yang sedang terjadi dan studi pendahuluan yang dilakukan pada lokus penelitian sampai dengan membuktikan hasil penelitian dan pembahasan. Untuk lebih jelas dapat dilihat pada gambar berikut ini :



Gambar 3.1
Desain Penelitian

Sumber : Metodologi Penelitian Fadli, MD (2021)

3.2 Lokasi dan Waktu Penelitian

Penelitian ini dilakukan di lingkungan kampus Universitas Buana Perjuangan Karawang kepada para mahasiswa program studi Manajemen Universitas Buana Perjuangan Karawang angkatan 2018. Sedangkan penelitian ini dilaksanakan pada bulan Februari 2022 hingga selesai.

Tabel 1.1

Waktu Penelitian

No.	Kegiatan Penelitian	Waktu Penelitian																			
		Februari				Maret				April				Mei				Juni			
		1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4
1	Penulisan Proposal																				
2	Bimbingan dan Perbaikan Proposal																				
3	Seminar Proposal																				
4	Revisi Proposal																				
5	Pengambilan Data																				
6	Analisis Data																				
7	Penulisan Laporan																				
8	Sidang Skripsi																				

3.3 Definisi Operasional Variabel

3.3.1 Definisi Operasional Variabel

Penelitian ini menjelaskan mengenai definisi dari setiap variabel dan juga operasional variabel yang akan digunakan dalam penelitian ini.

3.3.1.1 Definisi Operasional Harga

1. Harga merupakan suatu nilai ataupun alat tukar yang digunakan oleh konsumen untuk melakukan pembelian produk MS Glow guna memperoleh barang yang diinginkan.
2. Alat ukur yang digunakan untuk mengukur harga adalah teori Kotler & Armstrong (2012:52) dalam penelitian Rahmat (2018) yang meliputi aspek keterjangkauan harga, daya saing harga, kesesuaian harga dengan kualitas produk dan juga kesesuaian harga dengan manfaat yang diterima.
3. Cara mengukur harga dalam operasional adalah dengan menggunakan skala likert dengan nilai sangat tidak sesuai dengan point 1 hingga nilai sangat sesuai dengan point 5. [Sangat tidak setuju (1), tidak setuju (2), cukup setuju (3), setuju (4), sangat setuju (5)].

3.3.1.2 Definisi Operasional Online Customer Review

1. *Online customer review* merupakan suatu ungkapan ataupun penjelasan yang terdapat pada situs penjualan *online*, dimana para calon pembeli akan mendapatkan informasi mengenai produk ataupun manfaat dari MS Glow.
2. Alat ukur yang digunakan untuk mengukur *online customer review* adalah dengan menggunakan teori dari Flanagan dan Metger (2007:8) dalam (Daulay 2020 : 30) yang meliputi

aspek *trustworthy, honest, profesional, usefull, likeable*, dan *interesting*.

3. Cara mengukur *online customer review* dalam operasional adalah dengan menggunakan skala likert dengan nilai sangat tidak sesuai dengan point 1 hingga nilai sangat sesuai dengan point 5. [Sangat tidak setuju (1), tidak setuju (2), cukup setuju (3), setuju (4), sangat setuju (5)].

3.3.1.3 Definisi Operasional Keputusan Pembelian

1. Keputusan pembelian merupakan salah satu bentuk perilaku konsumen mengenai tahapan dari proses pengambilan keputusan untuk menggunakan ataupun mengkonsumsi produk dari MS Glow.
2. Alat ukur yang digunakan untuk mengukur keputusan pembelian adalah dengan menggunakan teori dari Fandy Tjiptono (2012:184) dalam penelitian Calvin (2021) yaitu meliputi aspek pilihan produk, pilihan merek, pilihan tempat penyalur, jumlah pembelian, waktu pembelian dan metode pembayaran.
3. Cara mengukur keputusan pembelian dalam operasional adalah dengan menggunakan skala likert dengan nilai sangat tidak sesuai dengan point 1 hingga nilai sangat sesuai dengan point 5. [Sangat tidak setuju (1), tidak setuju (2), cukup setuju (3), setuju (4), sangat setuju (5)].

3.3.2 Operasional Variabel

Tabel 3.2

Operasional Variabel

Variabel	Dimensi	Indikator	Skala	Item Kuesioner
Harga Kotler & Armstrong (2012:52)	Keterjangkauan harga	1. Keterjangkauan harga 2. Harga yang wajar	Ordinal	1-3
	Daya saing harga	3. Perbandingan harga 4. Harga lebih ekonomis 5. Potongan harga		4-6
	Kesesuaian dengan kualitas	6. Harga sesuai dengan kualitas 7. Kualitas brand lain lebih unggul 8. Harga sesuai dengan merek		7-11
	Kesesuaian harga dengan manfaat	8. Harga sesuai dengan manfaat 9. Cocok untuk semua jenis kulit 10. Harga sesuai dengan janji		12-15
Online customer review Flanagin & Metger (2007:8)	Dapat dipercaya	1. Kepercayaan <i>review</i>	Ordinal	1-3
	Jujur	2. Tidak semua dapat dipercaya 3. <i>Review</i> dapat dipercaya		4-6
	Profesional	4. <i>Review</i> berbayar tidak dipercaya		7-8
	Berguna	5. Peran <i>review</i>		9-10
	Menyenangkan	7. <i>Review</i> memuaskan		11
	Menarik	8. <i>Review</i> yang menarik		12-15

Tabel 3.2
Operasional Variabel
Lanjutan

Variabel	Dimensi	Indikator	Skala	Item Kuesioner
Keputusan Pembelian Fandy Tjiptono (2012:184)	Pilihan produk	1. Produk alternatif 2. Cocok dengan manfaat 3. Menarik	Ordinal	1-5
	Pilihan merek	3. Pembelian merek yang sama 4. <i>Issue</i> negatif		6-8
	Pilihan tempat penyalur	5. Penyalur sudah terjamin		9-10
	Jumlah pembelian	6. Memikirkan jumlah pembelian 7. Melakukan stock		11-12
	Waktu pembelian	8. Produk akan habis 9. Pembelian terencana		13-14
	Metode pembayaran	10. Pilihan pembayaran		15

3.4 Populasi, Sampel dan Teknik Sampling

3.4.1 Populasi

Menurut Sugiyono (2016:117) dalam penelitiannya menjelaskan bahwa populasi merupakan suatu wilayah generalisasi yang dimana terdiri dari suatu objek atau subjek yang memiliki kualitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dapat dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya (Ningsih, 2019). Populasi yang digunakan dalam penelitian ini merupakan 511 mahasiswa aktif program studi manajemen Universitas

Buana Perjuangan Karawang angkatan 2018. Terdiri dari 164 mahasiswa laki-laki dan 347 mahasiswi perempuan.

3.4.2 Sampel

Menurut Sugiyono (2016:81) dalam penelitiannya menjelaskan bahwa sampel merupakan suatu bagian dari jumlah karakteristik yang ada dalam populasi. Dimana jika populasi tersebut merupakan populasi besar dan peneliti tidak dapat mengetahui ataupun mempelajari semua populasi yang ada, maka peneliti dapat menggunakan sampel yang dapat diambil dari populasi tersebut (Butarbutar, 2019). Hasil dari sampel tersebut kemudian dapat digunakan untuk menentukan kesimpulan populasi sebuah penelitian, maka dari itu sampel yang digunakan dari populasi harus benar-benar mewakili populasi tersebut (Dzulqarnain, 2019).

Metode yang akan digunakan untuk menentukan jumlah sampel dari populasi dalam penelitian ini adalah dengan menggunakan rumus slovin yaitu:

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

$$n = \frac{511}{511(0,05^2) + 1}$$

$$n = \frac{511}{511(0,0025) + 1}$$

$$n = \frac{511}{1,2775 + 1}$$

$$n = \frac{511}{2,2775}$$

$$n = 224,36 \text{ (224 responden)}$$

Keterangan :

n = Jumlah sampel

N = Jumlah populasi

d = Tingkat kesalahan (5%)

Hasil perhitungan di atas menunjukkan bahwa jumlah sampel yang didapat dari total populasi menggunakan probability tingkat kesalahan 5% adalah sebanyak 224,36 atau dapat digenapkan menjadi 224 responden.

3.4.3 Teknik Pengumpulan Sampel

Teknik pengambilan sampel dalam penelitian ini menggunakan *non probability sampling*. Dimana Sugiyono (2012:82) dalam (Fitria & Ariva, 2019) *non probability sampling* yaitu teknik pengambilan sampel yang tidak memberikan peluang atau kesempatan yang sama bagi setiap unsur maupun anggota populasi untuk dipilih menjadi. Alasan pemilihan sampel dengan menggunakan *sampling purposive* adalah karena tidak semua sampel memiliki kriteria sesuai dengan yang akan peneliti tentukan, sehingga sampel yang dipilih sengaja ditentukan berdasarkan kriteria tertentu yang telah ditentukan oleh peneliti. Kriteria yang ditetapkan untuk memenuhi sampel antara lain :

1. Responden merupakan mahasiswa program studi manajemen Universitas Buana Perjuangan Karawang angkatan 2018.
2. Responden benar-benar pernah melakukan transaksi pembelian produk MS Glow.

3.5 Pengumpulan Data Penelitian

3.5.1 Sumber Data Penelitian

Jenis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data kuantitatif. Sumber data yang digunakan dalam penelitian ini terdiri dari dua macam data yaitu, data sekunder dan data primer. Dimana di dalam penelitian ini jenis data dibedakan berdasarkan sumber pengumpulannya. Jenis data tersebut diantaranya adalah :

a. Data Primer

Menurut Indrianto & Supomo (2013:143) data primer merupakan data asli yang diperoleh secara langsung dari sumber data (Wibowo, 2019). Data primer sendiri dapat diartikan sebagai data baru yang mempunyai sifat *up to date*, dimana data itu bisa didapatkan dari hasil observasi, kuesioner, wawancara dan sumber lainnya. Data primer dalam penelitian ini diperoleh langsung dengan cara pengisian kuesioner yang dibagikan kepada responden yang telah melakukan transaksi pembelian produk MS Glow secara *online*.

b. Data Sekunder

Menurut Sugiyono (2018:456) data sekunder merupakan data yang berasal dari sumber data yang sebelumnya sudah ada, seperti laporan, jurnal, data statistik dan sumber lainnya. Adapun data sekunder yang digunakan dalam penelitian ini diperoleh melalui jurnal, artikel, buku, dan sumber internet yang terkait dengan penelitian.

3.5.2 Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data merupakan suatu cara peneliti dalam pengumpulan data guna menjawab dan menguji hipotesis. Teknik pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini, antara lain :

a. Kuesioner

Berdasarkan penelitian dari Sugiyono (2012:142) menjelaskan bahwa kuesioner merupakan suatu teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan cara memberikan sekumpulan pertanyaan ataupun pernyataan yang tertulis kepada para responden untuk dijawab (Dzulqarnain, 2019). Dalam hal ini peneliti menggunakan kuesioner tertutup, dimana peneliti tidak membuka kesempatan bagi responden untuk meninggalkan jawaban selain jawaban yang telah dipersiapkan. Peneliti menggunakan google formulir sebagai alat untuk membuat kuesioner secara *online*. Alasan peneliti menggunakan kuesioner *online* adalah untuk memudahkan penyebaran kuesioner dan dapat menghemat waktu dan biaya ketika melakukan proses pengumpulan serta pengolahan data. Menurut Sugiyono (2015: 93), setiap item dalam pengisian kuesioner berskala *likert* dengan skor sebagai berikut (Rianti, 2021) :

Sangat Setuju (SS)	: diberi skor 5
Setuju (S)	: diberi skor 4
Cukup Setuju (CS)	: diberi skor 3
TidakSetuju (TS)	: diberi skor 2

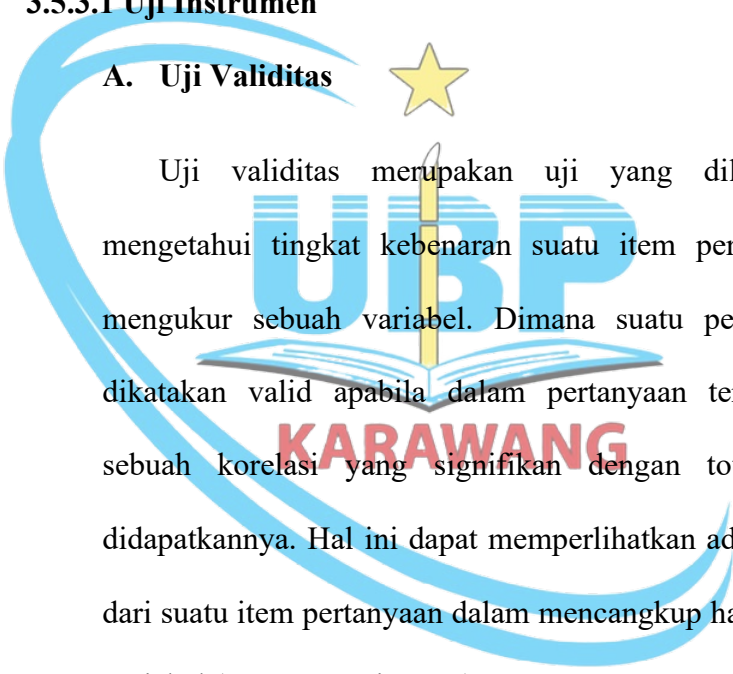
Sangat Tidak Setuju (STS) : diberi skor 1

3.5.3 Instrumen Penelitian

Menurut Sugiyono (2006:102) dalam penelitian Yusup (2018) instrument penelitian merupakan suatu alat yang digunakan untuk mengukur sebuah kejadian pada suatu variabel yang akan diteliti. Adapun instrument dalam penelitian ini adala sebagai berikut :

3.5.3.1 Uji Instrumen

A. Uji Validitas



Uji validitas merupakan uji yang dilakukan untuk mengetahui tingkat kebenaran suatu item pertanyaan dalam mengukur sebuah variabel. Dimana suatu pertanyaan dapat dikatakan valid apabila dalam pertanyaan tersebut terdapat sebuah korelasi yang signifikan dengan total skor yang didapatkannya. Hal ini dapat memperlihatkan adanya dukungan dari suatu item pertanyaan dalam mencangkup hasil dalam suatu variabel (B. F. Lestari, 2020).

Menurut Purnomo (2016:94) item ini biasanya dapat berbentuk sebuah pernyataan ataupun pernyataan yang diberikan oleh peneliti kepada responden dalam bentuk kuesioner yang memiliki tujuan untuk mengungkapkan sesuatu terkait variabel yang akan digunakan. Apabila nilai signifikansi $< \alpha = 0,05$, maka item pada pertanyaan tersebut dinyatakan valid. Tetapi apabila

nilai signifikansi $> \alpha = 0,05$, maka item pada pertanyaan tersebut dianggap tidak valid (Irish et al., 2020). Adapun berikut ini merupakan rumus uji normalitas menurut Sugiyono (2009:147) :

$$r_{xy} = \frac{n(\sum Xy) - (\sum X)(\sum Y)}{\sqrt{[n(\sum X^2) - (\sum X)^2][N(\sum Y^2) - (\sum Y)^2]}}$$

Keterangan :

r_{xy} = Korelasi xy

n = Jumlah sampel

X = Skor per item

Y = Total skor

B. Uji Reliabilitas

Menurut Ghozali (2018:45) dalam penelitian (B. F. Lestari, 2020) Uji reliabilitas merupakan sebuah alat untuk menguji kekonsistenan sebuah jawaban responden mengenai suatu pertanyaan pada kuesioner. Uji reliabilitas ini merupakan uji lanjutan setelah dilakukannya uji validitas, sehingga item yang dapat digunakan dalam pengujian ini merupakan seluruh item yang telah valid saja. Suatu kuesioner akan dinyatakan reliabel apabila jawaban dari responden terhadap pernyataan tersebut adalah konsisten atau stabil dari waktu ke waktu. Teknik pengukuran yang biasanya digunakan dalam uji reliabilitas ini adalah uji *Cronbach's Alpha*. Dimana rumus yang digunakan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut :

$$r_{11} = \left(\frac{k}{k-1} \right) \left(1 - \frac{\sum \delta_b^2}{\sum \delta_t^2} \right)$$

Dimana :

r_{11} = Reliabilitas instrumen

k = Banyaknya butir pertanyaan

δ_b^2 = Jumlah varian butir

δ_t^2 = Varian total

Menurut Purnomo (2016:95) untuk dapat menentukan reliabel atau tidaknya suatu item maka dapat digunakan batasan 0,60. Dimana apabila hasil uji reliabilitas suatu item menunjukkan nilai reliabilitas sebesar $> 0,06$, maka item tersebut dapat diterima dan dinilai baik sehingga dapat dinyatakan reliabel sebagai alat ukur. Tetapi apabila hasil uji reliabilitas suatu item menunjukkan nilai reliabilitas sebesar $< 0,06$, maka item tersebut ditolak sehingga dapat dinyatakan tidak reliabel sebagai alat ukur (Irish et al., 2020).

3.6 Analisis Data

3.6.1 Rancangan Analisis

Agar peneliti dapat mengetahui informasi yang berguna untuk memecahkan permasalahan yang sedang diteliti, maka data-data yang telah diperoleh kemudian perlu dilakukan pengelolaan dan dianalisis lebih lanjut. Analisis data merupakan sebuah proses penyederhanaan data ke dalam suatu bentuk agar lebih mudah dipahami, dibaca dan diinterpretasikan (B. F.

Lestari, 2020). Adapun analisis yang digunakan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut :

3.6.1.1 Analisis Deskriptif

Menurut Estuti (2021:49) dalam bukunya menjelaskan bahwa metode penelitian deskriptif merupakan suatu metode yang digunakan untuk mengetahui gambaran ataupun keadaan mengenai suatu hal dengan cara mendeskripsikannya sedetail mungkin berdasarkan fakta yang tersedia. Adapun menurut Sugiyoni (2018:86) menjelaskan bahwa metode penelitian deskriptif merupakan suatu penelitian yang dilakukan untuk mengetahui nilai mengenai suatu variabel baik itu satu ataupun lebih.

Analisis deskriptif dalam penelitian ini menggunakan statistik deskriptif. Dimana menurut Sugiyono (2010:206) dalam bukunya menjelaskan bahwa statistik deskriptif merupakan suatu uji statistik yang dapat digunakan untuk menganalisis suatu data dengan cara menjabarkan ataupun menggambarkan suatu data yang telah dikumpulkan. Statistik deskriptif digunakan dalam penelitian ini adalah untuk mengukur dan menganalisa pernyataan tertutup dengan menggunakan analisis rentang skala.

Menurut Sugiyono (2010:133) dalam Sulaeman (2018) mengungkapkan bahwa dengan menggunakan analisis skala likert akan menghasilkan variabel yang akan diukur dapat dijabarkan menjadi indikator variabel, dimana dalam indikator tersebut akan menjadi item-item instrumen yang dapat diubah menjadi pernyataan.

Untuk memudahkan peneliti dalam melakukan penilaian mengenai nilai rata-rata tersebut maka dapat digunakan nilai interval untuk dapat menentukan panjang kelas interval. Dimana rumus yang digunakan :

$$P = \frac{R}{K}$$

Keterangan :

P = Interval

K = Banyak kelas

R = Rentang (data terbesar – data terkecil)

3.6.1.2 Analisis Verifikatif

Menurut Sugiyono (2013:54) analisis verifikatif merupakan suatu penelitian yang digunakan untuk menguji suatu teori, dimana suatu penelitian akan menghasilkan informasi baru yaitu suatu hipotesis yang berupa kesimpulan apakah hipotesis tersebut diterima atau ditolak.

A. Transformasi Data

Transformasi data menurut Sanjaya et al. (2014) bertujuan untuk merubah suatu skala pengukuran pada data kuesioner yang asli menjadi skala lain agar menghasilkan suatu data yang telah memenuhi kriteria dari asumsi penelitian. Transformasi data pada penelitian ini digunakan untuk mengubah data hasil kuesioner yang berskala ordinal menjadi data berskala interval.

B. Uji Normalitas

Uji normalitas merupakan suatu uji *statistic* yang digunakan untuk mengukur normal atau tidaknya sebaran data pada suatu variabel yang akan digunakan (Rianti, 2021). Uji normalitas biasanya dilakukan untuk menguji ada atau tidaknya asumsi normalitas pada residual suatu model regresi (asumsi residual berdistribusi normal). Sistematis pengujian uji normalitas ini dapat dilakukan dengan menggunakan alat statistik berupa *SPSS*.

Data dalam sebuah grafik dapat dinyatakan baik apabila distribusi sebaran datanya memiliki sebuah pola yang mendekati sumbu diagonal. Penyebab tidak terpenuhinya suatu asumsi normalitas adalah karena adanya suatu data *outlier* dan data yang memang tidak berdistribusi secara normal atau telah terdistribusi dalam bentuk yang lain (Bawono & Shina, 2018). Adapun uji normalitas yang digunakan dalam penelitian ini adalah uji *Kolmogorov-Smirnov* yang memiliki kriteria pengujian seperti :

- Apabila signifikansi menunjukkan nilai $> \alpha = 0,05$, maka data dinyatakan berdistribusi secara normal.
- Apabila signifikansi menunjukkan nilai $< \alpha = 0,05$, maka data tersebut dinyatakan tidak berdistribusi secara normal.

C. Uji Regresi Linier Berganda

Model pengujian statistik menggunakan uji regresi linier berganda merupakan suatu model pengujian untuk mengetahui hubungan ataupun pengaruh antara variabel *independent* terhadap variabel *dependent* (Husein et al., 2021) . Uji regresi linier berganda dapat dikatakan sebagai suatu penyempurnaan pengujian dari regresi linier sederhana. Dimana jika dalam suatu penelitian hanya memiliki satu variabel bebas dan satu variabel terikat, maka pengujian terhadap variabel tersebut dapat dilakukan menggunakan uji regresi linier sederhana. Sedangkan uji regresi linier berganda hanya dapat digunakan apabila terdapat dua atau lebih variabel bebas dalam sebuah penelitian dan satu variabel terikat (Rianti 2021). Pada umumnya, uji regresi linier berganda dapat menghasilkan suatu model persamaan sebagai berikut :

$$Y = a + b_1X_1 + b_2X_2 + \dots + b_iX_i + e$$

Dimana :

Y	: Keputusan Pembelian
X_1	: Harga
X_2	: <i>Online customer review</i>
a	: Konstanta a
b	: Koefisien regresi
e	: Standar error

Adapun variabel independen (X) dalam penelitian ini adalah variabel harga dan *online customer review*, sedangkan

untuk variabel dependen (Y) dalam penelitian ini adalah variabel keputusan pembelian. Alat hitung yang digunakan dalam riset ini adalah dengan menggunakan alat hitung statistik berupa SPSS versi 26.

Adapun untuk memperoleh hasil regresi analisis berganda menjadi lebih akurat, maka harus dilakukan pengujian asumsi klasik. Uji asumsi klasik merupakan suatu dasar dalam model regresi linier berganda yang dilakukan sebelum melakukan pengujian hipotesis. Adapun uji asumsi klasik yang dilakukan pada penelitian ini yaitu :

3.6.2 Uji Hipotesis

3.6.2.1 Uji T

Uji validitas (Uji T) merupakan sebuah pengujian yang memiliki fungsi untuk menguji kemampuan suatu variabel independen dalam memberikan pengaruh terhadap suatu variabel dependen secara signifikan. Uji ini dapat dilakukan dengan menggunakan alat uji statistik SPSS dan dapat ditinjau dalam tabel ANOVA. Berikut ini merupakan kriteria uji T berdasarkan nilai t_{hitung} dan nilai signifikansi menurut Purnomo (2016) :

- a. Apabila nilai pada $t_{tabel} > t_{hitung}$ dan nilai signifikansinya $>$ dari $\alpha = 0,05$, maka H_0 dinyatakan diterima. Yang dimana kesimpulannya adalah variabel independen tidak memiliki pengaruh yang signifikan terhadap variabel dependen.

- b. Apabila nilai pada $t_{tabel} < t_{hitung}$ dan nilai signifikansinya $<$ dari $\alpha = 0,05$, maka H_0 dinyatakan ditolak. Yang dimana kesimpulannya adalah variabel independen memiliki pengaruh yang signifikan terhadap variabel dependen.

3.6.2.2 Uji F

Uji F merupakan sebuah uji analisis dalam regresi linier berganda yang berfungsi sebagai sarana untuk menganalisis pengaruh dan hubungan antara variabel independen dengan variabel dependen secara simultan (Rianti, 2021). Parameter dari koefisien regresi dapat diuji dengan menggunakan ANOVA (*Analysis of Variance*) guna mengetahui ada atau tidaknya pengaruh yang sama pada tiap variabel. Berikut ini merupakan kriteria dari uji F :

- a. Apabila nilai signifikansi (*sig.*) adalah $< 0,05$, maka dapat disimpulkan bahwa variabel bebas memiliki pengaruh secara simultan terhadap variabel terikat (Hipotesis diterima).
- b. Apabila nilai signifikansi (*sig.*) adalah $> 0,05$, maka dapat disimpulkan bahwa variabel bebas tidak memiliki pengaruh secara simultan terhadap variabel terikat (Hipotesis ditolak).

3.6.2.3 Uji Koefisien Determinasi

Uji koefisien determinasi merupakan uji analisis dalam regresi linier berganda yang berfungsi sebagai sarana untuk menganalisis seberapa jauh ketepatan ataupun kecocokan dari garis regresi yang dihasilkan untuk mewakili suatu kelompok data yang akan diteliti. Dimana semakin besar nilai R^2 (mendekati angka 1), maka dapat

dikatakan bahwa nilai ketepatannya adalah baik. Menurut Bawono dan Shina (2018) dalam (Irish et al., 2020) menyebutkan bahwa koefisien determinasi (R^2) memiliki kriteria sebagai berikut :

- a. Nilai R^2 merupakan nilai yang bersifat positif.
- b. Nilai $0 \leq R^2 \leq 1$.
- c. Apabila hasil model regresi menunjukkan nilai $R^2 = 0$, maka dapat disimpulkan bahwa hasil dari model regresi pada penelitian tersebut tidak tepat untuk menggambarkan nilai pada variabel dependen. Hal ini disebabkan karena tidak adanya hubungan antara variabel independen dengan variabel dependen.
- d. Apabila hasil model regresi menunjukkan nilai $R^2 = 1$, maka dapat disimpulkan bahwa hasil dari model regresi pada penelitian tersebut adalah tepat untuk menggambarkan nilai pada variabel dependen. Hal ini disebabkan karena adanya hubungan antara variabel independen dengan variabel dependen.