

## **BAB III**

### **METODE PENELITIAN**

#### **A. Setting Penelitian**

Penelitian ini dilakukan di Toko Kue Amanda Brownies Kelurahan 30 Ilir Kota Palembang, Sumatera selatan 30153. Penelitian ini membahas tentang pengaruh citra merek, harga, promosi dan kualitas produk terhadap keputusan pembelian. Objek yang diteliti ialah pelanggan toko kue amanda yang ada di wilayah 30 ilir, Penelitian ini menggunakan satu variabel dependen yaitu keputusan pembelian kue amanda brownies dan menggunakan tiga variabel independen meliputi citra merek, harga, promosi dan kualitas produk.

#### **B. Desain Penelitian**

Penelitian ini menggunakan metode pendekatan kuantitatif. Penelitian kuantitatif adalah data yang berupa angka-angka yang diambil dari hasil pengukuran variabel dan di operasionalkan dengan menggunakan instrument penelitian.<sup>1</sup> Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui hubungan antar dua variabel atau lebih. Salah satu metode penelitian kuantitatif adalah metode survei. Penelitian survei, termasuk survei sampel adalah salah satu jenis penelitian dari berbagai jenis penelitian yang ada yang dapat digunakan sesuai dengan tujuan penelitian.<sup>2</sup>

---

<sup>1</sup>Sugiyono, “*Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*”, (Bandung: Alfabeta, 2017), hlm. 14

<sup>2</sup>Abuzar Asra, Achmad Prasetyo, “*Pengambilan Sampel dalam Penelitian Survei*”, (Jakarta Rajawali, 2015), hlm. 4

## C. Jenis dan Sumber Data

### 1. Jenis Data

Dalam suatu penelitian, data memiliki peran penting yaitu sebagai alat pembuktian hipotesis serta pencapaian tujuan penelitian. Jenis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data kuantitatif. Data kuantitatif adalah data berupa angka. Sesuai dengan bentuknya, data kuantitatif dapat diolah atau dianalisis dengan menggunakan teknik perhitungan statistik.<sup>3</sup> Dalam penelitian ini, peneliti harus mengetahui jenis data yang digunakan dan bagaimana mengidentifikasi, mengumpulkan, serta mengolah data.

### 2. Sumber Data

Sumber data dalam penelitian adalah subjek dari mana data dapat diperoleh. Apabila peneliti menggunakan kuesioner atau wawancara dalam pengumpulan datanya, maka sumber data disebut responden, yaitu orang yang merespon atau menjawab pertanyaan-pertanyaan penelitian, baik pertanyaan tertulis maupun lisan.<sup>4</sup> Data yang diperoleh untuk kepentingan penelitian ini didapat dari dua jenis sumber data, yaitu:

#### a. Data Primer

Jenis sumber yang digunakan dalam penelitian ini adalah data primer. Data primer adalah data yang berasal langsung dari responden.<sup>5</sup>

Data primer yang digunakan dalam penelitian ini adalah hasil pengisian

---

<sup>3</sup>SyofianSiregar, "Metode Penelitian Kuantitatif", (Jakarta: Kencana, 2013), hlm. 17

<sup>4</sup>Suharsimi Arikunto, "Prosedur Penelitian", (Jakarta: Rineka Cipta, 2014), hlm. 172

<sup>5</sup>Istijanto, "Aplikasi Praktis Riset Pemasaran", (Jakarta: PT. Gramedia Pustaka, 2009), hlm. 44

kuisisioner oleh responden, yaitu konsumen Toko Kue Amanda Brownies Kelurahan 30 Ilir Kota Palembang.

b. Data Sekunder

Jenis sumber yang digunakan dalam penelitian ini adalah data sekunder. Data sekunder adalah data yang diterbitkan atau digunakan oleh organisasi yang bukan pengolahannya.<sup>6</sup> Dalam penelitian ini, data sekunder diperoleh dari buku, skripsi, jurnal, dan data yang diberikan oleh perusahaan berupa *company profile*.

#### **D. Populasi dan Sampel Penelitian**

Populasi merujuk pada sekumpulan orang atau objek yang memiliki kesamaan dalam satu atau beberapa hal dan yang membentuk masalah pokok dalam suatu riset khusus. Dalam hal ini populasinya adalah konsumen Toko Kue Amanda Brownies Kelurahan 30 Ilir.

Sampel adalah suatu prosedur pengambilan data di mana hanya sebagian populasi yang diambil dan dipergunakan untuk menentukan sifat serta ciri yang dikehendaki dari suatu populasi.<sup>7</sup> Metode pengambilan sampel dilakukan dengan cara *accidental sampling* yaitu bentuk pengambilan sampel berdasarkan kebetulan dimana, siapa saja yang kebetulan bertemu dengan peneliti dan dianggap cocok menjadi sumber data yang akan menjadi sampel penelitian ini. Dalam penelitian ini yang menjadi populasi adalah konsumen Toko Kue Amanda Brownies Kelurahan 30 Ilir.

---

<sup>6</sup>*Ibid*, hlm. 16

<sup>7</sup> Syofian Siregar, "Metode Penelitian Kuantitatif", (Jakarta: Kencana, 2015), hlm. 30

Pada penelitian ini populasi yang diambil berukuran besar dan jumlahnya tidak diketahui. Penentuan jumlah sampel menurut hair yang memegang peran penting dalam estimasi dan interpretasi hasil maka ukuran sampel yang ideal dan respresentatif adalah tergantung pada jumlah variabel dikalikan 15 sampai dengan 20.<sup>8</sup> Dengan demikian sampel minimal untuk penelitian ini yang memiliki variabel bebas sebanyak 4 adalah  $4 \times 20 = 80$  orang. Dalam penelitian ini akan digunakan jumlah sampel dari hair sebesar 80 responden. Untuk mendapatkan estimasi dan interpretasi yang baik dari penelitian ini maka sampel yang diteliti ditetapkan sebanyak 80 responden.

#### **E. Teknik Pengumpulan Data**

Dalam penelitian ini, teknik pengumpulan data dilakukan dengan menggunakan teknik penyebaran kuisioner. Peneliti menyebarkan daftar pertanyaan kepada konsumen Toko Kue Amanda Brownies 30 Ilir Palembang yang jadi responden dalam penelitian ini.

Teknik pengumpulan data ini dengan cara memberikan atau menyebarkan daftar pertanyaan atau pernyataan kepada responden dengan harapan memberikan respons atas daftar tersebut. Skala pengukuran yang digunakan adalah skala *likert*. Skala *Riket*, berisi pertanyaan sistematis untuk menunjukkan sikap seorang responden terhadap pertanyaan itu.

---

<sup>8</sup>Sugiaro.*Metodologi Penelitian Bisnis*. (Yogyakarta: ANDI, 2017). hlm 167

Memiliki urutan yang jelas mulai dari “sangat setuju”; “setuju”; “ragu-ragu”; “tidak setuju”; sangat tidak setuju.”<sup>9</sup>

## **F. Variabel-variabel Penelitian**

### **1. Variabel Penelitian**

Variabel yang digunakan dalam penelitian ini meliputi pengaruh citra merek, harga, promosi dan kualitas produk terhadap keputusan pembelian Toko Kue Amanda Brownies Palembang.

#### **a. Variabel Independen**

Variabel independen yakni variabel yang mempengaruhi atau menjadi penyebab perubahan pada variabel dependen atau variabel terikat. Variabel independen dalam penelitian ini adalah Citra Merek (X1), Harga (X2), *Promosi* (X3) dan Kualita Produk (X4).

#### **b. Variabel Dependen**

Variabel dependen yakni variabel yang dipengaruhi atau menjadi akibat dari variabel independen. Variabel dependen dalam penelitian ini adalah keputusan pembelian (Y).

---

<sup>9</sup>Muhajirin, Maya Panorama, “ *Pendekatan Praktis Kualitatif dan Kuantitatif*”. (Yogyakarta: Idea Press Yogyakarta, 2017), hlm. 236

## 2. Definisi Operasional Variabel

Tabel 3.1

### Definisi Operasional Variabel

| Variabel                | Definisi Operasional  | Dimensi   | Indikator   | Skala   |
|-------------------------|---|---|---|---------|
| Keputusan Pembelian (Y) | Keputusan pembelian adalah suatu proses penyelesaian masalah yang terdiri dari menganalisis atau pengenalan kebutuhan dan keinginan, pencarian informasi, penilaian sumber-sumber seleksi terhadap alternative pembelian, keputusan pembelian, dan perilaku setelah pembelian | a. Keputusan Tentang Produk (Sumber: Thamrin, 2016)           | a. Pemilihan produk<br>b. Keunggulan produk   | Ordinal |
|                         |   | b. Keputusan Tentang Merek (Sumber: Thamrin, 2016)            | c. Ketertarikan pada merek<br>d. Kesesuaian dengan brosur/slogan yang dibuat  | Ordinal |
|                         |   | c. Keputusan Tentang Jumlah Pembelian (Sumber: Thamrin, 2016) | e. Keyakinan untuk membeli kue amanda brownies<br>f. Sumber informasi berdasarkan keluarga, teman, tetangga dan kenalan | Ordinal |
| Citra Merek (X1)        | Citra merek adalah seperangkat asosiasi unik yang ingin diciptakan atau dipelihara oleh pemasar. Citra merek dapat didefinisikan sebagai jumlah dari gambaran-gambaran, kesan-  | 1. Citra Pembuatan (Sumber: Terence A Sshimp, 2003)           | a. Sudah terjamin kehalalannya<br>b. Memiliki distribusi yang luas  | Ordinal |
|                         |   | 2. Citra Pemakaian (Sumber: Terence A Sshimp, 2003)           | c. Kue merek Amanda brownies ini banyak di pilih oleh   |         |

|              |  |   |  |         |
|--------------|--|---|--|---------|
|              | kesan, dan keyakinan-keyakinan yang dimiliki seseorang terhadap suatu objek.   |   | semua kalangan<br>d. Citra merek yang sesuai dengan kualitas produk                      | Ordinal |
|              |  | 3. Citra Produk (Sumber: Terence A Sshimp, 2003)        | e. produk yang terkenal<br>f. kemasan produk menarik dan praktis                         | Ordinal |
| Harga (X2)   | Harga merupakan sejumlah uang yang dibutuhkan untuk mendapatkan sejumlah produk tertentu atau kombinasi antara barang dan jasa. Sebenarnya harga bukanlah hanya diperuntukan bagi suatu produk yang sedang di perjual belikan di pasar saja tetapi juga berlaku untuk produk-produk yang lain. | 1. Keterjangkauan Harga (Sumber: Danang sunyoto, 2012)  | a. Harga yang terjangkau<br>b. Kesesuaian harga terhadap kualitas yang diberikan         | Ordinal |
|              |  | 2. Diskon/Potongan Harga (Sumber: Danang sunyoto, 2012) | c. Menawarkan harga diskon<br>d. Diskon yang ditawarkan sebanding dengan kualitas produk | Ordinal |
|              |  | 3. Cara Pembayaran (Sumber: Danang sunyoto, 2012)       | e. Kemudahan cara pembayaran<br>f. Aturan cara pembayaran                                | Ordinal |
| Promosi (X3) | Promosi adalah kegiatan yang ditujukan untuk mempengaruhi konsumen agar  | 1. Periklanan (Sumber: WiliamGZikmund, 2011)            | a. Iklan melalui browsur<br>b. Informasi yang mudah                                      | Ordinal |

|                      |  |  |  |         |
|----------------------|--|--|--|---------|
|                      | mereka dapat menjadi kenal akan produk yang ditawarkan oleh perusahaan kepada mereka dan kemudian mereka menjadi senang lalu membeli produk tersebut.  |  | di dapatkan  |         |
|                      |  | 2. Promosipenjualan (Sumber: WiliamGZikmund, 2011)   | c. Penawaran khusus dalam jangka waktu tertentu<br>d. Promosi penjualan yang menarik             | Ordinal |
|                      |  | 3. Penjualan personal (Sumber: WiliamGZikmund, 2011) | e. Penawaran produk langsung di stand-stand penjualan<br>f. Ikut serta di <i>event-event</i>     | Ordinal |
| Kualitas Produk (X2) | Kualitas produk adalah kemampuan yang bisa dinilai dari suatu produk di dalam menjalankan fungsinya, yang merupakan suatu gabungan dari daya tahan, keandalan, ketepatan, kemudahan pemeliharaan serta atribut-atribut lainnya dari suatu produk | 1. Fitur (Sumber: Veithrizal, 2014)                  | a. Kue yang dominan dengan coklat<br>b. bahan-bahan dengan kualitas yang baik                    | Ordinal |
|                      |  | 2. Dayatahan (Sumber: Veithrizal, 2014)              | c. Bahan yang digunakan tidak mengandung bahan pengawet<br>d. Dikemas dengan kotak yang higienis | Ordinal |
|                      |  | 3. Serviceability (Sumber: Veithrizal, 2014)         | e. pelayanannya ng cepat dan ramah<br>f. Menyediakan layanan online (Gojekdan Grab)              | Ordinal |

|  |  |   |   |         |
|--|--|---|---|---------|
|  |  | 4. Estetika (Sumber: Veithrizal, 2014)                    | g. Memiliki warna yang pekat<br>h. Tekstur kue yang lembut dan renyah   | Ordinal |
|  |  | 5. Kualitas yang Dipersepsikan (Sumber: Veithrizal, 2014) | i. Kue Amanda Brownies memiliki reputasi yang baik<br>j. Nama kue Amanda Brownies sudah terkenal di Palembang | Ordinal |

Sumber: Dikumpulkan dari berbagai sumber, 2018

## G. Instrumen Penelitian

### 1. Uji Validitas

Uji validitas merupakan suatu ukuran yang menunjukkan tingkat keandalan suatu alat ukur. Validitas digunakan untuk mengetahui kelayakan butir-butir dalam suatu daftar (konstruk) pertanyaan dalam mendefinisikan suatu variabel.<sup>10</sup> Uji validitas dilakukan dengan membandingkan nilai  $r$  hitung dengan  $r$  table untuk tingkat signifikan 5% dari *degree of freedom* ( $df$ ) =  $n-2$ , dalam hal ini ( $n$ ) adalah jumlah sampel. Jika  $r$  hitung >  $r$  tabel maka pertanyaan atau indikator tersebut dinyatakan valid, demikian sebaliknya.

<sup>10</sup>Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif dan R & D*, (Bandung: Alfabeta, 2014), hlm 89

## 2. Uji Realibilitas

Uji reliabilitas merupakan indeks yang menunjukkan sejauh mana suatu alat pengukur dapat dipercaya atau dapat diandalkan.<sup>11</sup> Uji reliabilitas instrument dapat dilihat dari besarnya nilai *Cronbach alpa* pada masing-masing variabel. *Cronbach alpa* digunakan untuk mengetahui reliabilitas konsisten inter item atau menguji kekonsistenan responden dalam merespon seluruh item. Instrument untuk mengukur masing-masing variabel dikatakan reliable jika memiliki *Cronbach Alpa* lebih besar dari 0,60.<sup>12</sup> Dalam menjawab Ketidak konsistenan dapat terjadi mungkin karena perbedaan persepsi responden atau kurang pahaman responden dalam menjawab item-item pertanyaan.

**Tabel 3.2**  
**Pedoman untuk Interpretasi terhadap Koefisien Korelasi**

| <b>Interval Koefisien</b> | <b>Tingkat Hubungan</b> |
|---------------------------|-------------------------|
| 0,00-0,199                | Sangat Rendah           |
| 0,20-0,399                | Rendah                  |
| 0,40-0,599                | Sedang                  |
| 0,60-0,799                | Kuat                    |
| 0,80-1,000                | Sangat kuat             |

Sumber: Apriyanto, 2000, *Analisis Multivariate Dengan Program SPSS*<sup>13</sup>

<sup>11</sup>Sugiyono, *Statistika Untuk Penelitian*, (Bandung: Alfabeta, 2010), hlm. 99.

<sup>12</sup>Imam Ghozali, *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program SPSS*, (Semarang: UNDIP, 2005), hlm. 129.

Sumber: *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program SPSS*<sup>14</sup>

## H. Teknik Analisis Data

Analisis data merupakan evaluasi dari sebuah situasi dari sebuah permasalahan yang dibahas, termasuk didalamnya peninjauan dari berbagai aspek dan sudut pandang, sehingga tidak jarang ditemui permasalahan besar dapat dibagi menjadi komponen yang lebih kecil sehingga dapat diteliti dan ditangani lebih mudah.<sup>15</sup> Dalam penelitian kuantitatif, analisis data merupakan kegiatan setelah data dari seluruh responden atau sumber data lain terkumpul. Kegiatan dalam analisis data adalah mengelompokkan data berdasarkan variabel dan jenis responden, memetabolisasi data berdasarkan variabel dari seluruh responden, menyajikan data tiap variabel yang diteliti, melakukan perhitungan untuk menguji hipotesis yang telah diajukan.

Peneliti menggunakan penelitian kuantitatif, maka teknik analisis data yang digunakan bertujuan untuk menguji apakah terdapat pengaruh yang signifikan atau tidak antar komponen variabel citra merek, harga, promosi dan kualitas produk terhadap keputusan pembelian. Dalam penelitian ini analisis yang digunakan adalah:

### 1. Uji Asumsi Klasik

Pengujian asumsi klasik yang digunakan dalam penelitian ini meliputi uji *normalitas*, *multikoloneritas*, *Heteroskedastisitas*, dan *Linearitas*. Masing-masing asumsi klasik tersebut secara rinci dapat dijelaskan sebagai berikut:

---

<sup>14</sup>Ibid, hlm. 231

<sup>15</sup>Muhajirin, Maya Panorama, “ *Pendekatan Praktis Kualitatif dan Kuantitatif*”. (Yogyakarta: Idea Press Yogyakarta, 2017), hlm. 268

**a. Uji Normalitas**

Uji *normalitas* adalah melakukan perbandingan antara data yang kita miliki dengan data berdistribusi normal yang memiliki mean dan standar deviasi yang sama dengan data kita.<sup>16</sup> Uji *normalitas* bertujuan untuk menguji apakah dalam sebuah model regresi, variabel dependen dan variabel independen mempunyai distribusi normal atau tidak. Model regresi yang baik adalah distribusi data normal atau mendekati normal, deteksi normalitas dengan melihat penyebaran data (titik) pada sumbu diagonal dari grafik.

Untuk mengetahui normal atau tidaknya sebaran data, maka dilakukan perhitungan uji normalitas sebaran dengan uji statistic kolmogorof-smirnov (K-S). Untuk mengetahui normal atau tidaknya sebaran data. Data dikatakan normal jika nilai signifikan  $> 0,05$ , sebaliknya jika nilai signifikan  $\leq 0,05$  maka sebarannya dinyatakan tidak normal.

Hipotesis yang dikemukakan:

Ho = data residual berdistribusi normal (Asymp.sig  $> 0,05$ )

**b. Uji Multikolonieritas**

Uji *Multikolonieritas* bertujuan untuk melihat ada atau tidaknya korelasi yang tinggi antara variabel-variabel independen dalam suatu

---

<sup>16</sup>V. Wiratna Sujarweni, “*Metedologi Penelitian*”, (Yogyakarta: PUSTAKABARUPRESS, 2014), hlm.102

model regresi linear berganda. Jika ada korelasi yang tinggi di antara variabel-variabel independennya, maka hubungan antara variabel independen terhadap variabel dependennya menjadi terganggu.

Uji *Multikolonieritas* dilakukan juga bertujuan untuk menghindari kebiasaan dalam pengambilan kesimpulan mengenai pengaruh pada uji parsial masing-masing variabel independen terhadap variabel dependen. Model regresi yang baik seharusnya tidak terjadi korelasi diantara variabel bebas.

Uji *Multikolonieritas* dapat dilakukan dengan melihat VIF (*variance inflation factors*) dan nilai tolerance. Pengambilan keputusan dengan melihat nilai tolerance.

- 1) Tidak terjadi *multikolonieritas*, jika nilai tolerance lebih besar 0,10.
- 2) Terjadi *multikolonieritas*, jika nilai tolerance lebih kecil atau sama dengan 0.10.

Dengan melihat nilai VIF (*variance inflation factors*)

- 1) Tidak terjadi *multikolonieritas*, jika nilai *multikolonieritas* VIF lebih kecil 10,00
- 2) Terjadi *multikolonieritas*, jika nilai VIF lebih besar atau sama dengan 10,00.

### c. Uji *Heteroskedastisitas*

Uji *Heteroskedastisitas* digunakan untuk mengetahui ada atau tidaknya ketidaksamaan varian dari residual pada model regresi. Prasyarat

yang harus dipenuhi dalam model regresi adalah tidak adanya gejala heteroskedastisitas.<sup>17</sup> Pengujian terhadap heteroskedastisitas dalam penelitian ini menggunakan metode park. Menurut Imam Alghazali, jika semuanya nilai Sig > 0,05 semua variabel terhadap residual kuadrat berarti tidak terdapat gejala heteroskedastisitas. Dan jika sebaliknya nilai signifikansi korelasi kurang dari 0,05 maka pada model regresi terjadi masalah heteroskedastisitas dan tidak dapat dilanjutkan.

#### **d. Uji Linieritas**

Salah satu asumsi dari analisis regresi adalah linearitas. Hal ini dimaksudkan apakah garis regresi antara X dan Y membentuk garis linier atau tidak. Uji ini ditentukan untuk mengetahui apakah masing-masing variabel bebas sebagai prediktor mempunyai hubungan linier atau tidak dengan variabel terikat. Jika kalau tidak linier maka analisis regresi tidak bisa dilanjutkan.<sup>18</sup>

## **2. Analisis Regresi Linier Berganda**

Analisis regresi berganda digunakan dalam penelitian ini karena variabel independen dalam penelitian ini lebih dari dua. Analisis regresi linier berganda adalah regresi dimana regresi dimana variabel terikat (Y) dihubungkan atau dijelaskan oleh lebih dari satu variabel, bisa dua, tiga dan

---

<sup>17</sup> Duwi Priyatno, *Paham Analisa Statistik Data dengan SPSS*, (Yogyakarta : Mediakom, 2010), hlm. 83

<sup>18</sup>Sugiyono, "*Statistika Untuk Penelitian*", (Bandung: Alfabeta, 2007), hlm. 265

seterusnya variabel bebas ( $X_1, X_2, X_3, \dots, X_n$ ) namun masih menunjukkan diagram hubungan yang linier.

Penggunaan metode analisis ini untuk menganalisis pengaruh citra merek, harga, promosi dan kualitas produk terhadap keputusan pembelian dengan model dasar dapat ditulis sebagai berikut:

$$Y = a + b_1 X_1 + b_2 X_2 + b_3 X_3 + b_4 X_4 + e$$

Keterangan:

Y : Keputusan Pembelian

a : Konstanta

b : Koefisien

X1: Citra Merek

X2: Harga

X3: Promosi

X4 : Kualitas Produk

e : Standar

### 3. Uji *Hipotesis*

Hipotesis merupakan jawaban terhadap masalah penelitian yang secara teoretis dianggap paling tinggi tingkat kebenarannya.<sup>19</sup> Uji hipotesis pada penelitian ini menggunakan analisis regresi linier berganda. Analisis ini digunakan untuk mengetahui pengaruh beberapa variabel independen (X)

---

<sup>19</sup>Sumadi Suryabrata, “*Metedologi Penelitian*”, (Jakarta: Rajawali pers, 2013), hlm. 21

terhadap variabel dependen (Y). Analisis linier berganda dilakukan dengan uji t dan uji koefisien determinasi ( $R^2$ ).

**a. Uji Signifikan Parameter Individual (Uji Statistic t)**

Uji signifikan t digunakan untuk melihat signifikan pengaruh dari variabel bebas (X) terhadap variabel terikat (Y), apakah variabel X1, X2, X3 benar-benar berpengaruh secara parsial terhadap variabel Y (keputusan pembelian).

Uji t pada dasarnya menunjukkan seberapa jauh pengaruh satu variabel independen secara individual dalam menerangkan variabel dependen. Pengujian ini dilakukan dengan menggunakan signifikan level 0,05 ( $\alpha = 5\%$ ). Penerimaan atau penolakan hipotesis dilakukan kriteria:

- 1) Jika nilai signifikan  $> 0.05$  maka hipotesis ditolak (koefisien regresi tidak signifikan). Ini berarti secara parsial variabel independen tidak mempunyai pengaruh secara signifikan terhadap variabel dependen.
- 2) Jika nilai signifikan  $\leq 0,05$  maka hipotesis diterima (koefisien regresi signifikan). Ini berarti secara parsial variabel independen tersebut mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap variabel dependen.

**b. Uji Signifikan Simultan (Uji Statistic F)**

Uji statistika F pada dasarnya menunjukkan apakah variabel independen secara bersama-sama berpengaruh secara signifikan terhadap variabel dependen.<sup>20</sup> Kriteria dalam uji F adalah sebagai berikut:

- a. Taraf signifikan  $\alpha = 0,05$
- b.  $H_0$  akan ditolak jika  $F_{hitung} > F_{tabel}$ , artinya variabel independen (X) secara simultan memiliki pengaruh signifikan terhadap variabel dependen (Y)
- c.  $H_a$  akan diterima jika  $F_{hitung} < F_{tabel}$ , artinya variabel independen (X) secara simultan tidak memiliki pengaruh signifikan terhadap variabel dependen (Y)

**c. Koefisien Dterminasi ( $R^2$ )**

*Koefisien Dterminasi*( $R^2$ ) dimaksudkan untuk mengetahui tingkat ketepatan paling baik dalam analisis regresi, dimana hal yang ditunjukkan oleh besarnya *koefisien determinasi*( $R^2$ ) antara 0 (nol) dan 1 (satu). *koefisien determinasi*( $R^2$ ) *non variable independent* berpengaruh terhadap variabel dependen. Selain itu *koefisien determinasi*( $R^2$ ) dipergunakan untuk mengetahui *presentase* perubahan variabel terikat (Y) yang disebabkan oleh variabel bebas (X).<sup>21</sup>

---

<sup>20</sup>Dwi Priyanto, “Mandiri Belajar SPSS (Untuk Analisis Data dan Uji Statistik”, (Yogyakarta: Mediako, 2008), hlm. 81

<sup>21</sup>Sugiyono, “Metode Penelitian Kuantitatif, Kuantitatif Dan R & D”, (Bandung: Alfabeta, 2013), hlm. 69