

BAB III

METODE PENELITIAN

A. Pendekatan dan Jenis Penelitian

1. Pendekatan Penelitian

Penelitian ini menggunakan metode penelitian kuantitatif. Penelitian dengan pendekatan kuantitatif menekankan analisisnya pada data-data *numerical* (angka) yang diolah dengan metode statistik.¹ Penelitian kuantitatif adalah penelitian yang bekerja dengan angka, yang datanya berwujud bilangan (skor atau nilai, peringkat, atau frekuensi), yang di analisis dengan menggunakan statistik untuk menjawab pertanyaan atau hipotesis penelitian yang sifatnya spesifik, dan untuk melakukan prediksi bahwa suatu variabel yang lain.²

Pendekatan kuantitatif bertujuan untuk menguji teori, dan membangun fakta, menunjukkan gabungan antar variabel, memberikan deskripsi statistik, menaksir dan meramalkan hasilnya. Desain penelitian yang menggunakan pendekatan kuantitatif harus terstruktur, baku, formal dan dirancang sematang mungkin sebelumnya.

Dalam penelitian ini terdapat dua variabel yang digunakan yaitu variabel independen (variabel yang mempengaruhi) dan variabel dependen (variabel yang dipengaruhi), sehingga pendekatan kuantitatif tersebut digunakan untuk mengetahui atau mengukur seberapa besar pengaruh

¹Syaifuddin Azwar, *Metode Penelitian* (Yogyakarta: Pustaka Pelajar, 2004), hal. 5.

²Asmadi Alsa, *Pendekatan penelitian Kuantitatif & Kualitatif Serta Kombinasinya dalam Penelitian Psikologi* (Yogyakarta: Pustaka Pelajar, 2004), hal. 13.

variabel independen seperti kualitas produk, harga, tempat dan promosi terhadap variabel dependen yaitu keputusan pembelian produk NASA secara online pada Mahasiswa Jurusan Ekonomi Syariah FEBI IAIN Tulungagung.

2. Jenis Penelitian

Jenis penelitian yang akan digunakan dalam penelitian ini adalah asosiatif. Penelitian asosiatif merupakan bentuk penelitian yang dilakukan untuk mencari hubungan atau pengaruh satu atau lebih variabel independen dengan satu atau lebih variabel dependen.³ Pemilihan penelitian jenis asosiatif pada penelitian ini didasarkan pada rumusan masalah yang menanyakan hubungan antar variabel, sehingga dapat diketahui hubungan yang terjadi dari variabel bebas (X) kualitas produk, harga, tempat dan promosi terhadap variabel terikat (Y) keputusan pembelian produk NASA secara online pada Mahasiswa FEBI IAIN Tulungagung.

B. Populasi, Sampel dan Sampling Penelitian

1. Populasi

Sugiyono menjelaskan bahwa 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.⁴ Penentuan jenis populasi ini didasarkan atas permasalahan yang akan diuji berkaitan dengan tanggapan anggota

³Suryani dan Hendryadi, *Metode Riset Kuantitatif Teori dan Aplikasi pada Penelitian Bidang Manajemen dan Ekonomi Islam*, (Jakarta: Kencana, 2015), hal. 119.

⁴Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R & D...*, hal. 80.

mengenai pengaruh kualitas produk, harga, tempat dan promosi terhadap keputusan pembelian produk NASA secara online pada Mahasiswa IAIN Tulungagung. Sehingga dalam penelitian ini penulis mengambil populasi atau objek penelitian yaitu pada Mahasiswa Jurusan Ekonomi Syariah FEBI IAIN Tulungagung yang memakai produk rumah tangga (pasta gigi), kosmetik dan perawatan tubuh sebanyak sejumlah 597 Mahasiswa.

2. Sampling

Menurut Sugiyono dalam bukunya, teknik sampling adalah merupakan teknik pengambilan sampel. Dalam teknik sampling ada dua macam yaitu *probability sampling* dan *non probability sampling*. *Probability sampling* adalah teknik pengambilan sampel yang memberikan peluang yang sama bagi setiap unsur (anggota) populasi untuk dipilih menjadi anggota sampel. Sedangkan *non probability sampling* adalah teknik pengambilan sampel yang tidak memberi peluang/kesempatan sama bagi setiap unsur atau anggota populasi untuk dipilih menjadi sampel.

Didalam penelitian ini peneliti menggunakan *probability sampling* dengan teknik *simple random sampling*. Dikatakan *simple random sampling* karena pengambilan anggota sampel dari populasi dilakukan secara acak tanpa memperhatikan strata yang ada dalam populasi itu.⁵ Dalam penelitian ini yang dipilih menjadi sampel yaitu Mahasiswa jurusan Ekonomi Syariah semester tujuh, karena dalam semester ini sudah dipelajari mengenai tata cara berbusana dan make up yang sudah diketahui

⁵Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R & D...*, hal. 82.

bahwa dari pembelajaran tersebut Mahasiswa pada semester tujuh sudah bisa mengetahui mana produk yang baik dan yang sudah bersertifikat BPOM yang aman untuk dipakai.

3. Sampel Penelitian

Sampel adalah bagian dari populasi yang dipilih melalui cara tertentu yang mewakili karakteristik tertentu, jelas dan lengkap yang dianggap mewakili populasi.⁶ Sampel yang diambil dari populasi harus betul-betul representatif (mewakili). Keterwakilan populasi akan sangat menentukan kebenaran kesimpulan dari hasil penelitian. Sampel dalam penelitian ini adalah Mahasiswa Jurusan Ekonomi Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Tulungagung yang memakai produk rumah tangga (pasta gigi), kosmetik dan perawatan tubuh sebanyak 240 Mahasiswa.

Adapun penetapan jumlah sampel menggunakan rumus Slovin sebagai berikut:

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

Keterangan:

n = Jumlah sampel

N = Jumlah populasi

e = Batas toleransi error

⁶Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R & D...*, hal. 69.

Jadi dengan jumlah populasi 597 Mahasiswa, maka untuk ukuran sampel dengan menggunakan taraf kesalahan 5% adalah:

$$\begin{aligned}n &= \frac{N}{1 + N \cdot e^2} \\n &= \frac{597}{1 + 597 (5\%)^2} \\&= \frac{597}{1 + 597 (0,05)^2} \\&= \frac{597}{1 + 597 (0,0025)} \\&= \frac{597}{1 + 1,4925} \\&= \frac{597}{2,4925} \\&= 239,51 \\&= 240 \text{ Mahasiswa}\end{aligned}$$

C. Sumber Data, Variabel dan Skala Pengukuran

1. Sumber Data

Suharsimi Arikunto dalam Purwanto menjelaskan bahwa data adalah hasil pencatatan penelitian, baik yang berupa fakta maupun angka. Pendapat lain menyatakan bahwa data adalah keterangan mengenai variabel pada sejumlah obyek. Data menerangkan obyek-obyek dalam variabel tertentu.

Menurut cara pengumpulannya, data dapat dibagi menjadi dua yaitu primer dan sekunder.

- a) Data primer, yaitu data yang dikumpulkan sendiri secara langsung. Data primer merupakan data yang tidak tersedia dalam bentuk file. Data ini harus digali sendiri oleh peneliti dengan melibatkan responden yang sudah ditentukan. Untuk memperoleh data tersebut, peneliti dapat menggunakan kuesioner untuk disebarkan kepada responden, melakukan wawancara, observasi, dan dokumentasi.⁷
- b) Data sekunder, data sekunder merupakan data yang sudah tersedia di tempat penelitian. Sehingga peneliti hanya bertugas mencari dan mengumpulkannya saja.⁸ Dalam penelitian ini sumber data sekunder diperoleh dari sejumlah buku-buku, website dan contoh penelitian yang berkaitan dengan penelitian ini.

2. Variabel Penelitian

Menurut Hatch dan Farhady dalam bukunya Sugiyono, menyatakan bahwa variabel dapat didefinisikan sebagai atribut seseorang atau obyek yang mempunyai “variasi” antara satu orang dengan yang lain atau satu obyek dengan obyek yang lain.⁹

⁷Jonathan Sarwono, *Metode Penelitian Kuantitatif dan Kualitatif* (Yogyakarta: Graha Ilmu, 2006), hal. 129.

⁸Ibid...,hal. 124.

⁹Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif dan Kombinasi (mixed methods)*, (Bandung: Alfabeta, 2012), hal. 38.

a. Variabel Independen

Variabel ini sering disebut sebagai variabel stimulus, *predictor*, *antecedent* atau variabel bebas. Variabel bebas adalah variabel yang mempengaruhi atau yang menjadi berubahnya atau timbulnya variabel dependen (terikat). Dalam penelitian ini terdapat 3 variabel independen, yaitu:

1) Kualitas Produk (X_1)

Kualitas produk merupakan kemampuan suatu produk dalam memenuhi keinginan konsumen. Keinginan konsumen tersebut diantaranya daya tahan produk, keandalan produk, kemudahan pemakaian, serta atribut bernilai lainnya yang bebas dari kekurangan dan kerusakan.

2) Harga (X_2)

Harga adalah jumlah yang ditagihkan atas suatu produk atau jasa. Lebih luas lagi, harga adalah jumlah semua nilai yang diberikan oleh pelanggan untuk mendapatkan keuntungan dari memiliki atau menggunakan suatu produk atau jasa.¹⁰

3) Tempat (X_3)

Tempat atau lokasi adalah suatu ruang dimana berbagai kegiatan yang dilakukan perusahaan untuk membuat produk yang diperoleh dan tersedia bagi pelanggan sasaran. Faktor tempat juga berpengaruh

¹⁰Philip Kotler dan Gery Armstrong, *Prinsip-Prinsip Pemasaran...*, hal. 345.

terhadap keputusan yang diambil konsumen untuk membeli suatu produk.

4) Promosi (X_4)

Promosi adalah suatu kegiatan bidang marketing yang merupakan komunikasi yang dilaksanakan perusahaan kepada pembeli atau konsumen yang memuat pemberitaan dan mempengaruhi segala sesuatu mengenai barang maupun jasa yang dihasilkan untuk konsumen.

b. Variabel Dependen

Variabel ini sering disebut variabel output, kriteria, konsekuen atau variabel terikat. Variabel terikat merupakan variabel yang dipengaruhi atau yang menjadi akibat, karena adanya variabel bebas. Variabel dependen dalam penelitian ini yaitu keputusan pembelian (Y). Keputusan Pembelian merupakan suatu kegiatan individu yang secara langsung terlibat dalam mendapatkan dan mempergunakan barang yang ditawarkan.

3. Skala Pengukuran

Skala pengukuran merupakan kesepakatan yang digunakan sebagai acuan untuk menentukan panjang pendeknya interval yang ada dalam alat ukur, sehingga alat ukur tersebut bila digunakan dalam pengukuran akan menghasilkan data kuantitatif.¹¹

¹¹Sugiyono, *Metode Penelitian Bisnis*, (Bandung: Alfabeta, CV, 2007), hal. 105.

Dalam penelitian ini menggunakan skala Likert dimana skala Likert digunakan untuk mengukur kesetujuan dan ketidaksetujuan seseorang terhadap suatu obyek, untuk itu skala pengukuran indikator variabel tersebut diatas sebagai berikut:

- a. Sangat Setuju (SS) skor 5
- b. Setuju (S) skor 4
- c. Netral (N) skor 3
- d. Tidak Setuju (TS) skor 2
- e. Sangat Tidak Setuju (STS) skor 1

D. Teknik Pengumpulan Data dan Instrumen Penelitian

1. Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data adalah cara-cara yang dapat digunakan oleh peneliti untuk mengumpulkan data. Pengumpulan data dapat dilakukan dalam berbagai setting, berbagai sumber, dan berbagai cara. Teknik yang digunakan dalam penelitian ini adalah:

a. Observasi

Observasi atau pengamatan langsung adalah kegiatan pengumpulan data dengan melakukan penelitian langsung terhadap kondisi lingkungan objek penelitian yang mendukung kegiatan penelitian, sehingga didapat gambaran secara jelas tentang kondisi objek penelitian tersebut.¹²

¹²Syofian Siregar, *Metode Penelitian Kuantitatif*, (Jakarta: KENCANA Prenada Media Group, 2013), hal. 19.

b. Kuesioner (Angket)

Kuesioner adalah teknik pengumpulan data dengan memberikan daftar pertanyaan untuk diisi sendiri oleh responden. Kuesioner merupakan teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan cara memberi seperangkat pertanyaan tertulis kepada responden untuk menjawabnya. Peneliti menggunakan kuesioner tertutup dalam bentuk *checklis*, sehingga responden tinggal memilih jawaban yang telah disediakan, yang disusun dalam sebuah daftar dengan memberikan tanda *checklis* (✓) pada kolom yang sesuai.

c. Dokumentasi

Dokumentasi adalah teknik pengumpulan data yang tidak langsung ditujukan kepada subjek penelitian tetapi mempelajari dokumen yang tersedia. Dokumentasi merupakan suatu teknik pengumpulan data dengan menghimpun dan menganalisis dokumen baik tertulis, gambar maupun elektronik.

2. Instrumen Penelitian

Instrumen penelitian adalah pedoman tertulis yang berisikan pernyataan yang dipersiapkan untuk mendapatkan informasi dari responden.¹³ Dalam penelitian ini kisi-kisi instrumen penelitiannya ada pada lampiran ..., jumlah instrument penelitian tergantung pada jumlah variabel penelitian yang ditetapkan untuk diteliti, kemudian ditentukan

¹³Asep Saepul Hamdi dan E. Bahruddin, *Metode Penelitian Kuantitatif Aplikasi dalam Pendidikan*, (Yogyakarta: Deepublish, 2014), hal. 123.

indikator yang akan diukur. Indikator tersebut yang akan dijabarkan menjadi pernyataan ataupun pertanyaan.¹⁴

E. Teknik Analisis Data

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 dan responden, mentabulasi dan berdasarkan variabel dari seluruh responden, menyajikan data setiap variabel yang diteliti, melakukan perhitungan untuk menjawab rumusan masalah dan melakukan perhitungan untuk menguji hipotesis yang telah disajikan.¹⁵

Dalam penelitian ini peneliti menggunakan metode kuantitatif asosiasif. Data dalam penelitian bersifat kuantitatif yang berwujud angka atau perhitungan dan pengukuran di analisa menggunakan statistik sebagai berikut:

1. Uji Validitas

Validitas merupakan derajat ketepatan antara data yang terjadi pada obyek penelitian dengan data yang dapat dilaporkan oleh peneliti. Dengan demikian data yang valid adalah data “yang tidak berbeda” antara data yang dilaporkan oleh peneliti dengan data yang sesungguhnya terjadi pada obyek penelitian.¹⁶ Ketentuan validitas instrument sah apabila dapat

¹⁴Umam H., *Metode Penelitian Untuk Skripsi dan Tesis*, (Jakarta: Raja Grafindo Persada, 2005), hal. 103.

¹⁵Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D ...*, hal. 147.

¹⁶Ibid., hal. 267.

mengungkapkan data variabel yang diteliti secara tepat. Instrument dikatakan valid jika memenuhi kriteria sebagai berikut:

1. Jika koefisien korelasi *produk moment* melebihi 0,3
2. Jika nilai r hitung $> r$ table (α ; $n-2$) dikatakan valid, sebaliknya jika $r_{hitung} < r$ table dikatakan tidak valid
3. Nilai Sig. $\leq \alpha = 0,05$

2. Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas merupakan skala keajekan atau konsisten atau istiqomah dalam pengukuran.¹⁷ Reliabilitas adalah kemantapan atau stabilitas antara hasil pengamatan dengan instrumen atau pengukuran.¹⁸ Reliabilitas berkenaan dengan derajat konsistensi dan stabilitas data atau temuan. Dalam pandangan positivistik (kuantitatif), suatu data dinyatakan reliabel apabila dua atau lebih peneliti dalam obyek yang sama menghasilkan data yang sama, atau peneliti yang sama dalam waktu yang berbeda menghasilkan data yang sama, atau sekelompok data yang bila dipecah menjadi dua menunjukkan data yang tidak berbeda.

Dalam penelitian ini uji reliabilitas yang dilakukan menggunakan uji *Cronbach Alpha*. Skala *Cronbach Alpha* dikelompokkan dalam lima kelas dengan rentang yang sama diantaranya sebagai berikut:

- 1) Nilai *Cronbach Alpha* 0,00 sampai dengan 0,20 berarti kurang reliabel.
- 2) Nilai *Cronbach Alpha* 0,21 sampai dengan 0,40 berarti agak reliabel.

¹⁷Rokhmat Subagiyo, *Metode Penelitian Ekonomi Islam Konsep dan Penerapan*, (Jakarta: Alim's Publishing, 2017), hal. 71.

¹⁸Teguh Wahyono, *25 Model Analisis Statistik dengan SPSS 17*, (Jakarta: PT. Elex Media Komputindo, 2009), hal. 251.

- 3) Nilai *Cronbach Alpha* 0,41 sampai dengan 0,60 berarti cukup reliabel.
- 4) Nilai *Cronbach Alpha* 0,61 sampai dengan 0,80 berarti reliabel.
- 5) Nilai *Cronbach Alpha* 0,81 sampai dengan 1,00 berarti sangat reliabel.

3. Uji Normalitas

Uji normalitas bertujuan untuk menguji apakah data yang akan digunakan dalam model regresi berdistribusi normal atau tidak, uji normalitas ini menggunakan teknik *One-Sample Kolmogorov-Smirnov*. Untuk mengetahui apakah data berdistribusi normal atau tidak pada pengujian statistik dilakukan dengan cara berikut:

- 1) Jika nilai *Asymp. Sig. (2-Tailed)* > persentase kesalahan yang ditolerir (0,05). Maka data dapat dikatakan normal.
- 2) Jika nilai *Asymp. Sig. (2-Tailed)* < persentase kesalahan yang ditolerir (0,05). Maka data dapat dikatakan tidak normal.

Sedangkan jika melalui grafik yaitu dengan melihat output SPSS grafik *P-P Plots*. Untuk mengetahui apakah data berdistribusi normal atau tidak melalui grafik dilakukan dengan cara berikut:

- 1) Apabila data menyebar di sekitar garis diagonal dan mengikuti arah garis diagonal menunjukkan pola distribusi normal, maka model regresi memenuhi asumsi normalitas.
- 2) Apabila data menyebar jauh dari garis diagonal atau tidak mengikuti arah garis diagonal menunjukkan data tidak berdistribusi normal, maka model regresi tidak memenuhi asumsi normalitas.

4. Uji Asumsi Klasik

Uji asumsi klasik dilakukan untuk mengetahui apakah model estimasi telah memenuhi kriteria ekonometrika, dalam arti tidak terjadi penyimpangan yang cukup serius dari asumsi-asumsi yang harus dipenuhi dalam metode *Ordinary Least Square* (OLS).¹⁹

a. Multikolinieritas

Multikolinieritas timbul sebagai akibat adanya hubungan kausal antara dua variabel bebas atau lebih atau adanya kenyataan bahwa dua variabel penjelas atau lebih bersama-sama dipengaruhi oleh variabel ketiga yang berada diluar model. Untuk mendeteksi adanya Multikolinieritas, Nugroho menyatakan bahwa jika nilai *Variance Inflation Factor* (VIF) tidak lebih dari 10 maka model tersebut terbebas dari multikolinieritas.²⁰ VIF disini maksudnya adalah suatu estimasi berapa besar multikolinieritas. Meningkatkan varian pada suatu koefisien estimasi sebuah variabel penjelas. VIF yang tinggi menunjukkan bahwa multikolinieritas, akibatnya dapat menurunkan nilai t.

Uji Multikolinieritas bertujuan untuk menguji apakah pada model regresi ditemukan adanya korelasi antara variabel bebas. Model regresi yang baik sebenarnya tidak terjadi korelasi diantara variabel bebas. Jika variabel bebas saling berkorelasi, maka variabel-variabel ini tidak original.

¹⁹Jonathan Sarwono, *Analisis Data Penelitian Menggunakan SPSS*, (Yogyakarta: Andi, 2006), h. 115-117.

²⁰Agus Eko Sujianto, *Aplikasi Statistik dengan SPSS 16.0*, (Jakarta: Prestasi Pustaka Publisher, 2009), hal. 96.

Hipotesa yang digunakan dalam uji multikolineritas adalah:

H_0 : Tidak ada Multikolinearitas

H_a : Ada Multikolinearitas

Dasar pengambilan keputusannya adalah:

Jika $VIF > 10$ maka H_0 ditolak dan H_a diterima.

Jika $VIF < 10$ maka H_0 diterima dan H_a ditolak.

b. Heteroskedastisitas

Uji Heteroskedastisitas bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi terjadi ketidaksamaan varian dari residual suatu pengamatan ke pengamatan yang lain. Jika varian dari residual suatu pengamatan ke pengamatan lainnya tetap, maka disebut homokedastisitas dan jika berbeda disebut heterokedastisitas. Dasar analisisnya adalah sebagai berikut:

1. Jika ada pola tertentu, seperti titik-titik yang ada membentuk pola tertentu yang teratur (bergelombang, melebar kemudian menyempit, maka mengindikasikan telah terjadi heteroskedastisitas.
2. Jika ada pola yang jelas, serta titik-titik menyebar di atas dan di bawah angka 0 pada sumbu Y, maka tidak terjadi heteroskedastisitas.

5. Uji Regresi Linier Berganda

Secara umum analisis ini digunakan untuk meneliti pengaruh dari beberapa variable *independen* (variable X) terhadap variable *dependen* (variabel Y). Pada regresi berganda variable *independen* (variable X) yang diperhitungkan pengaruhnya terhadap variable *dependen* (variable Y),

jumlahnya lebih dari satu. Dalam penelitian ini, variabel *independennya* adalah kualitas produk, harga, tempat dan promosi (X_1 , X_2 , X_3 , X_4) sedangkan variabel *dependennya* adalah keputusan pembelian (Y). Sehingga persamaan regresi bergandanya adalah :

$$Y = a + b_1X_1 + b_2X_2 + b_3X_3 + b_4X_4 + e$$

Keterangan :

Y = Keputusan Pembelian

X_1 = Variabel Kualitas Produk

X_2 = Variabel Harga

X_3 = Variabel Tempat

X_4 = Variabel Promosi

a = Konstanta

b_1, b_2, b_3, b_4 = Koefisien masing-masing faktor

e = Kesalahan atau *prediction error*

Dari hasil regresi yang diperoleh kemudian dilakukan pengujian untuk mengetahui apakah koefisien regresi yang diperoleh mempunyai pengaruh yang signifikan atau tidak, baik secara simultan atau parsial dan mengetahui pula seberapa besar pengaruhnya.

6. Uji Hipotesis

a. Uji-T

Uji t digunakan untuk mengetahui pengaruh keterlibatan variabel Kualitas produk (X_1), Harga (X_2) dan Promosi (X_3) secara parsial atau individual berpengaruh secara signifikan terhadap variabel Keputusan pembelian konsumen. Pengujian ini dilakukan dengan cara membandingkan nilai t_{hitung} dengan t_{tabel} dengan df $n-k$ (jumlah sampel – jumlah seluruh variabel) dan taraf signifikansi $\alpha = 0,05$. Jika nilai $t_{hitung} > t_{tabel}$ dan probabilitas t lebih kecil dari 0,05 maka terdapat pengaruh pada variabel independen terhadap variabel dependen (tolak H_0 terima H_a).

Dengan kriteria pengujian:

Hipotesis diterima jika nilai probabilitas t (Signifikan t) $\leq \alpha$

Hipotesis ditolak jika nilai probabilitas t (Signifikan t) $\geq \alpha$

b. Uji-F

Uji F digunakan untuk menguji hipotesis yang menyatakan terdapat pengaruh Kualitas produk (X_1), Harga (X_2) dan Promosi (X_3) secara keseluruhan atau simultan terhadap Keputusan pembelian (Y). Pengujian ini dilakukan dengan cara membandingkan nilai f_{hitung} dengan f_{tabel} dengan taraf signifikansi $\alpha = 0,05$. Jika nilai $f_{hitung} > f_{tabel}$ dan probabilitas t lebih kecil dari 0,05 maka hal ini menunjukkan bahwa variabel independen secara bersama-sama (simultan) berpengaruh terhadap variabel dependen (tolak H_0 terima H_a).

Dengan kriteria:

Hipotesis diterima jika nilai probabilitas F (Signifikan F) $\leq \alpha$

Hipotesis ditolak jika nilai probabilitas F (Signifikan F) $\geq \alpha$

7. Uji Koefisien Determinasi

Koefisien determinasi (R^2) digunakan untuk mengetahui persentase variabel bebas secara bersama-sama dapat menjelaskan variabel terikat. Nilai koefisien determinasi (R^2) diantara nol dan satu. Jika koefisien determinasi (R^2) = 1, artinya nilai yang mendekati satu berarti variabel bebas memberikan hampir semua informasi yang dibutuhkan untuk memprediksi variabel terikat.²¹ Jika koefisien determinasi (R^2) = 0, artinya variabel bebas tidak mampu menjelaskan variabel-variabel terikat.

Keeratan korelasi dapat dikelompokkan sebagai berikut:

- 1) 0,00 sampai 0,20 berarti korelasi memiliki keeratan sangat lemah.
- 2) 0,21 sampai 0,40 berarti korelasi memiliki keeratan lemah.
- 3) 0,41 sampai 0,70 berarti korelasi memiliki keeratan kuat.
- 4) 0,71 sampai 0,90 berarti korelasi memiliki keeratan sangat kuat.
- 5) 0,91 sampai 0,99 berarti korelasi memiliki keeratan kuat sekali.

²¹Sutrisno Hadi, *Analisis Korelasi dan Regresi*, (Yogyakarta: Andi Offset, 1995), hal. 36.