BAB III

METODE PENELITIAN

A. Pendekatan dan Jenis Penelitian

1. Pendekatan Penelitian

Pendekatan yang digunakan peneliti adalah pendekatan asosiatif yaitu penelitian yang bertujuan untuk mengetahui hubungan antara dua variabel atau lebih. Dengan penelitian ini maka akan dapat dibangun suatu teori yang dapat berfungsi untuk menjelaskan, meramalkan, dan mengontrol suatu gejala.⁶⁸ Dalam pendekatan penelitian asosiatif ini minimal terapat dua variabel yang dihubungkan. Bentuk hubungan dalam penelitian ini adalah hubungan klausal, yaitu hubungan sebab akibat yang ditimbulkan variabel bebas (X_1) Pemberian Labelisasi Halal (X_2) Harga Produk dan (X_3) Tempat Penjualan Produk terhadap variabel terikat (Y) Keputusan Pembelian Konsumen.

2. Jenis Penelitian

Dalam penelitian ini penelitian yang digunakan peneliti adalah kuantitatif. Penelitian kuantitatif adalah salah satu kegiatan penelitian yang spesifikasinya adalah sistematis, terencana dan terstruktur dengan jelas hingga pembuatan desain penelitian, baik tentang tujuan penelitian,

⁶⁸ Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D* (Bandung : Alfabeta, 2014), hlm.8

subyek penelitian, objek penelitian, sampel data, sumber data maupun metodologinya (mulai pengumpulan data hingga analisis data).⁶⁹

B. Populasi, Sampling dan Sampel Penelitian

1. Populasi

Populasi berasal dari kata bahasa Inggris *population*, yang berarti penduduk⁷⁰ atau subyek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya.⁷¹ Adapun populasi dalam penelitian ini adalah beberapa pengunjung Golden Swalayan yang berjumlah sebanyak 400 pengunjung dan Pusat Belanja Keluarga Belga yang berjumlah sebanyak 400 pengunjung. Sehingga jumlah populasi keseluruhan adalah 800 pengunjung.

2. Sampling

Sampling adalah proses seleksi atau pengambilan sebagian elemen dari kelompok elemen yang lebih besar, yakni penyimpulan terhadap sebuah populasi berdasarkan sampel dari populasi tersebut.⁷² Dalam penelitian ini, teknik sampling yang digunakan adalah *Nonprobability Sampling*, dimana teknik sampling ini adalah teknik pengambilan sampel yang tidak memberikan peluang/kesempatan yang sama bagi setiap unsur atau anggota populasi untuk dipilih menjadi

⁶⁹ Puguh Suharso, *Metode Penelitian Kuantitatif untuk Bisnis, Pendekatan Filosofis dan Praktis*,(Jakarta; PT.Indeks, 2009) hal 3

⁷⁰ M. Burhan Bungin, *METODOLOGI PENELITIAN KUANTITATIF komunikasi, Ekonomi, dan Kebijakan Publik serta Ilmu-Ilmu Sosial Lainnya*, (Jakarta: Kencana, 2005), hal. 99

⁷¹ *Ibid.*, hal. 117

⁷²Masyuri dan Zainuddin, *Metodologi Penelitian-Pendekatan Praktis dan Aplikatif*,(Bandung;PT.Refika Aditama,2011) hal.67

sampel. Teknik pengambilan sampel ini meliputi, *sampling sistematis*, *kuota*, *aksidental*, *purposive*, *jenuh*, *snowball*.⁷³ Adapun cara pengambilan sampel yang digunakan dalam penelitian ini adalah *Insidental Sampel* dimana anggota sampel yang akan diambil sudah jelas atau tidak acak yaitu pengunjung Golden Swalayan Tulungagung dan Pusat Belanja Keluarga d'Belga Tulungagung.

3. Sample

Sampel adalah bagian dari populasi yang diambil melalui cara cara tertentu yang juga memiliki karakteristik tertentu, jelas, dan lengkap yang dianggap bisa mewakili populasi. Objek atau nilai yang akan diteliti dalam sampel disebut unit sampel. Unit sampel mungkin sama dengan unit analisis, tetapi mungkin juga tidak.⁷⁴ Sampel penelitian ini adalah beberapa pengunjung Golden Swalayan dan Pusat Belanja Keluarga Belga untuk dijadikan sebagai responden untuk mengisi kuesioner.

Untuk menentukan ukuran sampel dari suatu populasi, rumus yang digunakan adalah rumus Slovin:

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

⁷³ Sugiyono, *Metodologi Penelitian Kombinasi (Mixed Methods)*, (Bandung: Alfa Beta, 2015), hlm. 301

⁷⁴ M. Iqbal Hasan, *POKOK-POKOK MATERI STATISTIKA 2 (Statistik Inferensif)*, (Jakarta:PT Bumi Aksara, 2012), hal. 84

Keterangan:

n = Ukuran sampel

N = Ukuran populasi

e = Persentase kelonggaran ketidakteelitian karena kesalahan pengambilan sampel yang masih di tolerir.

Dalam penelitian ini, digunakan persentase 10% sebagai batas kesalahan pengambilan sampel, sehingga dengan mengikuti perhitungan tersebut dapat diketahui hasilnya sebagai berikut:

$$n = \frac{800}{1 + 800 (0,1)^2}$$

$$n = \frac{800}{1 + 8}$$

$$n = \frac{800}{9}$$

$$n = 88,88$$

Berdasarkan perhitungan diatas dengan jumlah populasi sebanyak 800 pengunjung yaitu 400 pengunjung untuk Golden Swalayan dan 400 pengunjung untuk Pusat Belaja Keluarga Belga, maka ukuran sampel yang diperoleh sebesar 90 orang pengunjung (pembulatan dari 88,88). Nantinya akan dibagi di dua tempat yaitu sebanyak 45 sampel di Golden Swalayan dan 45 sampel di Pusat Belanja Keluarga Belga.

C. Sumber Data, Variabel, dan Skala Pengukuran

1. Sumber Data

Sumber data dalam penelitian adalah subjek yang menyediakan data penelitian atau dari siapa dan dimana data penelitian itu diperoleh.⁷⁵

Sumber data penelitian dapat dikategorikan menjadi dua yaitu sumber data primer (langsung) dan sumber data sekunder (tidak langsung).

Sumber data dalam penelitian ini menggunakan sumber data primer.

a. Data primer yaitu data yang diperoleh langsung dari sumbernya, diamati dan dicatat untuk pertama kalinya.⁷⁶ Data primer yang digunakan dalam penelitian ini adalah data-data dari kuesioner.

b. Data sekunder adalah data yang diperoleh dan disatukan oleh studi-studi sebelumnya atau yang diterbitkan oleh berbagai instansi lain.⁷⁷

Bisanya sumber data tidak langsung berupa data dokumentasi dan arsip-arsip resmi.

2. Variabel Penelitian

Adapun dalam penelitian ini diidentifikasi menjadi dua variabel, yaitu:

⁷⁵ Muharto dan Arisandy Ambarita, *Metode Penelitian Sistem Informasi : Mengatasi Kesulitan Mahasiswa dalam Menyusun Proposal Penelitian*, Ed. 1, Cet. 1, (Yogyakarta: Deepublish, 2016), hlm. 82

⁷⁶ Marzuki, *Metodologi Riset*, (Yogyakarta: Ekosiana, 2005), hlm. 147

⁷⁷ Suharsini Arikunto, *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktek, Edisi Revisi V*, (Jakarta: PT Rineka Cipta, 2002), hlm. 107

a. Variabel Bebas

Variabel bebas adalah variabel yang diduga sebagai penyebab munculnya variabel lain.⁷⁸ Jika ada variabel bebas, maka ada pula variabel terikat, dan dengan kenaikan setiap unit variabel bebas terdapat pula kenaikan dalam variabel terikat ataupun sebaliknya.⁷⁹ Variabel bebas pada penelitian ini adalah “Pemberian Labelisasi Halal, Harga Produk dan Tempat Penjualan Produk” yang diberi simbol X. Variabel X terdapat sub bab pokok yaitu Pemberian Labelisasi Halal (X_1), Harga Produk (X_2) dan Tempat Penjualan Produk (X_3).

b. Variabel Terikat

Variabel terikat adalah variabel respon atau output. Variabel terikat menjadi perhatian utama (sebagai faktor yang berlaku dalam pengamatan) dan sekaligus menjadi sasaran dalam penelitian.⁸⁰ Pada penelitian ini variabel yang digunakan adalah “Keputusan Pembelian Konsumen” dan diberi simbol Y.

3. Skala Pengukuran

Skala Pengukuran instrument yang digunakan dalam penelitian ini menggunakan skala *likert* yang berhubungan dengan pertanyaan tentang

⁷⁸ Moch. Moechnilabib, *Dasar-Dasar Metodeologi Penelitian*. (Malang: Lembaga penelitian. 1997) hal. 34

⁷⁹ Puguh Suharso, *Metode Penelitian Kuantitatif Untuk Bisnis: Pendekatan Filosofi Dan Praktis....*, hal. 38

⁸⁰ *Ibid.*, hal. 37

sikap seseorang terhadap sesuatu.⁸¹ Jawaban responden berupa pilihan dari lima alternative yang ada, yaitu:

1. 5 = Sangat Setuju (SS)
2. 4 = Setuju (S)
3. 3 = Netral (N)
4. 2 = Tidak Setuju (TS)
5. 1 = Sangat Tidak Setuju (STS)

D. Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data yang akan digunakan dalam penelitian ini adalah:

a. Kuesioner

Kuesioner merupakan cara pengumpulan data dengan memberikan daftar pertanyaan kepada responden untuk diisi.⁸² Kuesioner digunakan untuk memperoleh informasi dari responden mengenai hal-hal yang diketahui oleh responden terkait objek penelitian.

b. Observasi

Observasi merupakan suatu proses yang kompleks, suatu proses yang tersusun dari berbagai proses biologis dan psikologis.⁸³ Observasi dalam penelitian ini yaitu dengan mengamati subjek secara langsung.

⁸¹ Husein Umar, *Metode Penelitian Untuk Skripsi*, (Jakarta: Rajawali, 2013), hlm 70

⁸² *Ibid*, hlm. 185

⁸³ Sugiyono, *Metode Kombinasi*. . . hlm. 196

Subjek dalam penelitian ini adalah konsumen yang melakukan pembelian di Golden Swalayan dan Pusat Belanja Keluarga Belga.

E. Instrumen Penelitian

Instrumen penelitian adalah alat yang digunakan untuk menangkap data penelitian dan menggali variabel yang diteliti. Sesudah itu barulah dipaparkan prosedur pengembangan instrumen pengumpulan data atau pemilihan alat dan bahan yang digunakan dalam penelitian. Dengan cara ini akan terlihat apakah instrumen-instrumen yang digunakan sesuai dengan variabel yang diukur, paling tidak ditinjau dari segi isinya.⁸⁴

Untuk mempermudah penyusunan instrumen penelitian, maka perlu digunakan kisi-kisi instrumen, yaitu sebagai berikut:

Tabel 1.5

Kisi-Kisi Instrumen Penelitian

No	Variabel	Indikator	Jumlah Pertanyaan	Item Pertanyaan	No. Item
1	Pemberian Labelisasi Halal (X1)	Bahan baku produk yang sesuai standar.	1	Bahan baku minyak angin aroma <i>therapy</i> Freshcare tidak mengandung bahan yang diharamkan, misalnya alkohol	1
		Efek yang ditimbulkan (<i>other characteristic</i>) produk yang sesuai dengan standar halal.	4	Minyak angin aroma <i>therapy</i> Freshcare tidak menimbulkan efek samping yang berbahaya	2

⁸⁴ Tim Penyusun, *Pedoman Penyusunan Skripsi*, (Tulungagung: IAIN TA: 2014), hlm. 24

				Minyak angin aroma <i>therapy</i> Freshcare tidak merusak kulit.	3
				Minyak angin aroma <i>therapy</i> Freshcare tidak membahayakan kesehatan secara langsung.	4
				Minyak angin aroma <i>therapy</i> Freshcare memberikan hasil yang maksimal setelah pemakaian.	5
2	Harga Produk (X2)	Harga Terjangkau	1	Harga minyak angin aroma <i>therapy</i> Freshcare terjangkau dengan pendapatan saya.	6
		Harga sesuai kualitas	1	Harga minyak angin aroma <i>therapy</i> Freshcare sesuai dengan kualitasnya.	7
		Harga sesuai manfaat	1	Harga minyak angin aroma <i>therapy</i> Freshcare sesuai dengan manfaat yang saya dapatkan.	8
		Harga bersaing	2	Harga minyak angin aroma <i>therapy</i> Freshcare sama untuk setiap variannya membuat saya tidak bingung untuk memilih berbagai aroma yang saya inginkan tanpa harus memikirkan	9

				harganya.	
				Harga minyak angin aroma <i>therapy</i> Freshcare bersaing dengan produk lainnya.	10
3	Tempat Penjualan Produk (X3)	Akses	1	Lokasi penjualan produk minyak angin aroma <i>therapy</i> Freshcare mudah dijangkau sarana transportasi umum maupun pribadi.	11
		Lalu lintas (<i>traffic</i>)	1	Lokasi penjualan produk minyak angin aroma <i>therapy</i> Freshcare berada di pusat kota.	12
		Tempat parkir luas, nyaman dan aman	1	Lokasi penjualan produk minyak angin aroma <i>therapy</i> Freshcare memiliki tempat parkir luas, nyaman dan aman baik untuk kendaraan roda dua maupun roda empat.	13
		Lingkungan	1	Lingkungan penjualan produk minyak angin aroma <i>therapy</i> Freshcare berdekatan dengan pemukiman penduduk.	14
		Kompetisi	1	Lokasi penjualan	15

				produk minyak angin aroma <i>therapy</i> Freshcare tidak terlalu dekat dengan lokasi penjualan pesaing.	
4	Keputusan Pembelian Konsumen (Y)	Pengenalan masalah	1	Produk minyak angin aroma <i>therapy</i> Freshcare baik dari segi kehalalan produk, harga produk dan aroma sesuai dengan kebutuhan dan keinginan saya..	16
		Pencarian informasi	1	Saya mendapatkan informasi terkait minyak angin aroma <i>therapy</i> Freshcare melalui media iklan atau yang lainnya.	17
		Evaluasi alternatif	1	Saya memutuskan untuk membeli produk minyak angin aroma <i>therapy</i> Freshcare setelah mendapatkan manfaatnya.	18
		Keputusan pembelian	1	Saya memutuskan untuk membeli produk minyak angin aroma <i>therapy</i> Freshcare berdasarkan pertimbangan di atas.	19
		Perilaku purna pembelian	1	Saya memutuskan untuk membeli kembali produk minyak angin aroma <i>therapy</i> Freshcare	20

				berdasarkan pengalaman yang saya rasakan.	
--	--	--	--	---	--

F. Teknik Analisis Data

Analisis data bersifat kuantitatif/statistik dengan tujuan untuk menguji hipotesis yang telah ditetapkan. Adapun teknik analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah:

1. Uji Validitas

Uji validitas digunakan untuk mengukur sah atau valid tidaknya suatu kuesioner. Suatu kuesioner dikatakan valid jika pertanyaan pada kuesioner mampu untuk mengungkapkan sesuatu yang akan diukur oleh kuesioner tersebut.⁸⁵

2. Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas merupakan alat untuk mengukur suatu kuesioner yang merupakan indikator dari variabel atau konstruk. Suatu kuesioner dikatakan reliable atau handal jika jawaban seseorang terhadap pertanyaan adalah konsisten atau stabil dari waktu ke waktu.⁸⁶

Untuk menghitung reliabilitas dilakukan dengan menggunakan *Croanbach Alpha*. Ukuran kemantapan alpha dapat diinterpretasikan sebagai berikut:⁸⁷

- a. Nilai *Croanbach Alpha* 0,00 s.d 0,20 berarti kurang reliable.

⁸⁵ Imam Ghozali, *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program SPSS*, (Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro, 2006), hlm. 78

⁸⁶ *Ibid*, hlm. 85

⁸⁷ Agus Eko Sujianto, *Aplikasi Statistik dengan SPSS 16.0*, (Jakarta: PT Prestasi Pustakarya, 2009), hlm 97

- b. Nilai *Croanbach Alpha* 0,21 s.d 0,60 berarti agak reliable.
- c. Nilai *Croanbach Alpha* 0,41 s.d 0,60 berarti cukup reliable.
- d. Nilai *Croanbach Alpha* 0,61 s.d 0,80 berarti reliable.
- e. Nilai *Croanbach Alpha* 0,81 s.d 1,00 berarti sangat reliable.

3. Uji Normalitas Data

Uji distribusi normal adalah uji untuk mengukur apakah data kita memiliki distribusi normal sehingga dapat dipakai dalam statistik parametrik. Berdasar definisi di atas, tujuan dari dilakukannya uji normalitas tentu saja untuk mengetahui apakah suatu variabel normal atau tidak.⁸⁸ Dalam mendeteksi normalitas data menggunakan pendekatan *Kolmogorov-Smirnov* yang dipadukan dengan kurva *Normal Q-Q Plots*. Kriteria untuk pengambilan keputusan dengan pendekatan *Kolmogorov Smirnov* adalah sebagai berikut :

- a. Nilai Sig. atau signifikansi atau nilai probabilitas < 0.05 , distribusi data adalah tidak normal.
- b. Nilai Sig. atau signifikansi atau nilai probabilitas > 0.05 , distribusi data adalah normal.

⁸⁸ Agus Eko Sujianto, *Aplikasi Statistik dengan SPSS 16.0*. (Jakarta: Prestasi Pustaka Publisher, 2009), hal. 77

4. Uji Asumsi Klasik

a. Uji Multikolinieritas

Bertujuan untuk menguji apakah model regresi ditemukan adanya korelasi antar variabel bebas (independen).⁸⁹ Kemiripan antar variabel independen akan mengakibatkan korelasi yang sangat kuat. Selain itu untuk uji ini juga untuk menghindari kebiasaan dalam proses pengambilan keputusan mengenai pengaruh pada uji parsial masing-masing variabel independen terhadap variabel dependen. Jika VIF yang dihasilkan diantara 1-10 maka tidak terjadi multikolinieritas.⁹⁰

VIF adalah suatu estimasi berapa besar multikolinearitas meningkatkan varian pada suatu koefisien estimasi sebuah variabel penjelas. VIF yang tinggi menunjukkan bahwa multikolinearitas telah menaikkan sedikit varian pada koefisien estimasi, akibatnya menurunkan nilai t .

b. Uji Heteroskedastisitas

Uji Heteroskedastisitas, pada umumnya sering terjadi pada model-model yang menggunakan data *cross section* daripada *time series*. Namun bukan berarti model-model yang menggunakan data *time series* bebas dari heteroskedastisitas. Sedangkan untuk mendeteksi ada tidaknya heteroskedastisitas pada suatu model dapat dilihat dari

⁸⁹ Ghozali, *Aplikasi Analisis Multivariat dengan Program SPSS*, (Semarang:Badan Penerbit Universitas Diponegoro, 2007), hal. 91

⁹⁰ V. Wiratna Sujarweni, *SPSS untuk Penelitian*, (Yogyakarta:Pustaka Baru Press, 2014), hal. 185

pola gambar *Scatterplot* model tersebut. Tidak terdapat heteroskedastisitas jika:

- 1) Penyebaran titik-titik data sebaiknya tidak berpola
- 2) Titik-titik data menyebar di atas dan di bawah atau disekitar angka 0 dan
- 3) Titik-titik data tidak mengumpul hanya di atas atau di bawah saja.

c. Uji Autokorelasi

Uji autokorelasi bertujuan untuk mengetahui ada tidaknya korelasi antara variabel pengganggu pada periode tertentu dengan variabel sebelumnya. Untuk mendeteksi autokorelasi dapat dilakukan dengan uji Durbin Watson (DW). Secara umum patokan yang digunakan dalam melihat angka D-W yakni:

- 1) Angka D-W di bawah -2 berarti ada autokorelasi positif.
- 2) Angka D-W di bawah -2 sampai +2 berarti tidak ada autokorelasi.

Angka D-W di atas +2 berarti ada autokorelasi negatif.

5. Analisis Regresi Linier Berganda

Penelitian ini menggunakan analisis regresi linier berganda. Analisis ini digunakan untuk mengetahui seberapa besar pengaruh variabel bebas yaitu: Pemberian Labelisasi Halal (X1), Harga Produk (X2) dan Tempat Penjualan Produk (X3) terhadap variabel terikatnya yaitu Keputusan Pembelian Konsumen (Y). Analisis regresi linier berganda adalah analisis untuk mengukur besarnya pengaruh antara dua atau lebih variabel

independen ($X_1, X_2, X_3, \dots, X_n$) terhadap satu variabel dependen (Y) dan memprediksi variabel dependen dengan menggunakan variabel independen. Dua variabel dapat dikatakan berkorelasi apabila perubahan dalam variabel yang satu akan diikuti perubahan variabel yang lain secara teratur dengan arah yang sama (korelasi positif) atau berlawanan (korelasi negatif).⁹¹

Persamaan regresi berganda sebagai berikut :

$$Y_1 = a + b_1X_1 + b_2X_2 + b_3X_3 + \dots + e$$

Keterangan :

Y_1 = variabel kepuasan konsumen

a = bilangan konstanta

b_1 = koefisien variabel

e = error

X_1 = variabel harga

X_2 = variabel kualitas pelayanan

X_3 = variabel kualitas produk

6. Uji Hipotesis

Pembuktian hipotesis dilakukan dengan menggunakan uji statistik yang didukung oleh uji ekonometra sebagai berikut:

a. Uji Signifikan Parsial (t-Test)

Pengujian ini dilakukan untuk mengetahui apakah masing-masing variabel independen mempengaruhi variabel dependen secara

⁹¹ Sofyan Siregar, *Metode Penelitian Kuantitatif: Dilengkapi Perbandingan Perhitungan Manual & SPSS*, (Jakarta: Kencana, 2013), hlm. 301

signifikan.⁹² Pengujian ini dilakukan dengan uji t atau t-test, yaitu membandingkan antar t-hitung dengan t-tabel, sehingga dapat diketahui apakah pengaruh variabel pemberian labelisasi halal (X1), harga produk (X2) dan tempat penjualan produk (X3) terhadap keputusan pembelian konsumen (Y) signifikan atau tidak.

Pengujian juga dapat dilakukan melalui pengamatan nilai signifikansi t pada tingkat α yang digunakan (penelitian ini menggunakan tingkat α sebesar 5%). Analisis didasarkan pada perbandingan antara nilai signifikansi t dengan nilai signifikansi 0,05, dimana kriteria adalah sebagai berikut:

- 1) Jika signifikansi $t < 0,05$ maka H_0 ditolak yang berarti variabel independen berpengaruh signifikan terhadap variabel dependen.
- 2) Jika signifikansi $t > 0,05$ maka H_0 diterima yaitu variabel independen tidak berpengaruh terhadap variabel dependen.

b. Uji Signifikan Simultan (F-Test)

Pengujian ini bertujuan untuk mengetahui apakah variabel-variabel independen secara simultan atau bersama-sama mempengaruhi variabel dependen secara signifikan. F-test digunakan untuk menguji pengaruh secara bersama-sama antara pemberian labelisasi halal dan harga produk terhadap keputusan

⁹² Latan dan Temalagi, *Analisis Multivariate Teknik dan Aplikasi Menggunakan Program IBM SPSS 20.0*, (Bandung: Alfabeta, 2013), hlm. 80

pembelian konsumen.⁹³ Analisis didasarkan pada kriteria sebagai berikut:

- 1) H_0 diterima jika $F_{hitung} < F_{tabel} \Rightarrow$ Tidak ada pengaruh yang signifikan antara pemberian labelisasi halal, harga produk dan tempat penjualan produk terhadap keputusan pembelian konsumen.
- 2) H_0 ditolak jika $F_{hitung} > F_{tabel} \Rightarrow$ Ada pengaruh yang signifikan antara pemberian labelisasi halal, harga produk dan tempat penjualan produk terhadap keputusan pembelian konsumen.

Pengujian juga dapat dilakukan melalui pengamatan nilai signifikansi F pada tingkat α yang digunakan (penelitian ini menggunakan tingkat α sebesar 5%). Analisis didasarkan pada perbandingan antara nilai signifikansi F dengan signifikansi 0.05.

Dimana syarat-syaratnya sebagai berikut:

- 1) Jika signifikansi $F < 0,05$, maka H_0 ditolak yang berarti variabel-variabel independen secara simultan berpengaruh terhadap variabel dependen.
- 2) Jika signifikansi $F > 0,05$, maka H_0 diterima yaitu variabel-variabel independen secara simultan tidak berpengaruh terhadap variabel dependen.

⁹³ Latan dan Temalagi, *Analisis Multivariate Teknik dan Aplikasi Menggunakan Program IBM SPSS 20.0*, (Bandung: Alfabeta, 2013), hlm. 81