

BAB III

METODE PENELITIAN

3.1 Jenis Penelitian

Dalam melakukan penelitian peneliti menggunakan prosedur penelitian secara sistematis dengan desain penelitian mengacu kepada strategi yang diterapkan dalam penelitian ini, dengan tujuan menggabungkan berbagai komponen yang diterapkan dalam penelitian. Jenis data dalam penelitian ini berupa penelitian kuantitatif. Menurut pendapat Sugiyono dalam (Erlangga et al., 2021:465-466) penelitian kuantitatif sebagai metode yang digunakan dalam penelitian dengan menggunakan landasan filsafat positivisme, yang dipergunakan untuk melakukan penelitian pada populasi ataupun sampel data. Proses dalam mengumpulkan data dilakukan dengan cara menganalisis data secara kuantitatif dan statistik untuk melakukan pengujian terkait hipotesis yang telah ditetapkan sebelumnya dalam penelitian tersebut.

3.2 Sifat Penelitian

Terkait penelitian ini menggunakan sifat penelitian survey. Berdasarkan penjelasan disampaikan oleh (Adiyanta, 2019:700) survey riset merupakan sifat penelitian yang sudah sering diterapkan pada kalangan masyarakat. Penelitian riset adalah suatu bentuk aktifitas dalam penelitian yang dilakukan berdasarkan pada pendekatan positivitas dalam ilmu sosial.

3.3 Lokasi dan Priode Penelitian

3.3.1 Lokasi Penelitian

Dalam hal ini penelitian dilakukan pada lokasi wilayah Kota Batam, dikarenakan luasnya wilayah Kota Batam dan keterbatasan waktu yang tersedia dalam melakukan penelitian, maka peneliti memfokuskan batasan masalah dalam penelitian ini pada wilayah Kelurahan Tiban Lama di Kota Batam.

3.3.2 Periode Penelitian

Dalam pelaksanaan penelitian ini, dilakukan mulai bulan September tahun 2022 hingga Januari 2023. Berikut penyajian tabel periode penelitian ini.

Tabel 3.1 Periode Penelitian

Keterangan	Bulan				
	Sept	Okt	Nov	Des	Jan
Pengajuan Judul					
BAB I					
BAB II					
BAB III					
Penyebaran Kuesioner					
Pengumpulan Data					
BAB IV					
BAB V					
Penyerahan Hasil					

Sumber: Peneliti, 2022

3.4 Populasi dan Sampel

3.4.1 Populasi

Berdasarkan pendapat Sugiyono dalam (Intaha et al., 2020:147-148) menyatakan populasi secara umum dipahami sebagai suatu wilayah mencakup objek yang mempunyai karakteristik serta kemampuan tertentu sesuai dengan yang ditentukan peneliti kemudian dilakukan penelitian atau dipelajari dan dilakukan penarikan kesimpulan, sehingga populasi tidak hanya mengenai orang, tetapi juga meliputi suatu benda alam dan populasi tidak hanya mengenai jumlah suatu objek tetapi juga meliputi karakteristik pada objek tersebut.

Dalam penelitian ini populasi yang digunakan meliputi masyarakat Kota Batam yang bertempat tinggal di wilayah Kelurahan Tiban Lama yang berkrarakteristik sudah pernah ataupun sering menggunakan aplikasi Shopee sebagai media berbelanja.

3.4.2 Teknik Penentuan Jumlah Sampel

Dalam hal ini pengertian sampel dapat dipahami berdasarkan pendapat yang di sampaikan oleh Sugiyono dalam (Intaha et al., 2020:148) yaitu sampel merupakan suatu perwakilan dari populasi yang memiliki karakteristik sesuai dengan ketentuan dalam penelitian, apabila populasi yang akan diteliti memiliki jumlah yang besar, karena keterbatasan waktu, biaya dan tenaga dalam penelitian maka populasi tersebut dapat diwakilkan dengan sampel yang sesuai dengan karakteristik yang akan diteliti pada penelitian.

Dalam hal ini Teknik yang digunakan sebagai cara untuk menentukan jumlah sampel pada penelitian ini, di karenakan jumlah populasi yang tidak diketahui maka digunakan rumus Lemeshow dalam (Nanincova, 2019:1) yaitu:

$$n = \frac{Z^2 P(1-P)}{d^2}$$

Rumus 3.1 Lemeshow

Sumber: (Nanincova, 2019:1)

Keterangan:

n = Jumlah sampel minimal yang diprediksi

Z^2 = Nilai standar dari distribusi kepercayaan ($\alpha = 5\% = 1,96$)

P = Prevelensi outcome, dikarenakan data yang belum di peroleh maka maksimal estimasi digunakan ($50\% = 0,5$)

d = Tingkat ketelitian ($10\% = 0,1$)

Berdasarkan pada rumus diatas maka dapat dihitung sebagai berikut:

$$n = \frac{1,96^2 \cdot 0,5 (1-0,5)}{0,1^2}$$

$$n = \frac{3,8416 \cdot 0,25}{0,01^2}$$

$$n = 96,04 = 100$$

Melalui perhitungan rumus Lemeshow hasil jumlah sampel yang dibutuhkan dalam penelitian ini adalah 96,04 responden yang kemudian dibulatkan menjadi 100 responden.

3.4.3 Teknik Sampling

Dalam penelitian ini metode yang digunakan adalah NonProbability Sampling yaitu pengumpulan data sampel sesuai karakteristik dan sifat yang ditentukan dalam penelitian ini, demi memperoleh hasil data yang sesuai guna mencapai tujuan dalam penelitian. Sedangkan teknik yang digunakan dalam penelitian ini adalah Purposive Sampling, sesuai dengan pendapat yang kemukakan oleh sugiyono dalam (Deriyanto & Qorib, 2018:78) purposive sampling merupakan teknik penelitian yang digunakan dalam pengambilan data yang diambil dengan menggunakan pertimbangan tertentu, dalam hal ini mencakup orang-orang yang sudah mengetahui tentang hal atau objek yang akan diteliti, sehingga peneliti dapat menentukan karakteristik yang terdapat pada penelitian ini. Berikut merupakan ketentuan yang ditetapkan pada penelitian ini:

1. Responden yang digunakan adalah yang bertempat tinggal di wilayah Kelurahan Tiban Lama Kota Batam.
2. Responden yang pernah atau sering menggunakan aplikasi Shopee.

3.5 Sumber Data

Terkait dengan penelitian ini proses pengumpulan data digunakan dua jenis sumber data, yang meliputi:

1. Data Primer

Data primer meliputi informasi yang didapatkan langsung dari reponden dengan Teknik sebagai berikut:

- a) Kuesioner

Pengumpulan data kuesioner dilakukan dengan memberikan berbagai pertanyaan atau pernyataan secara tertulis kepada responden dengan tujuan mendapatkan informasi atau data yang akurat.

b) Wawancara

Wawancara dilakukan dengan memberikan berbagai pertanyaan secara lisan dan tatap muka langsung kepada reponden.

2. Data Sekunder

Data sekunder adalah data yang terkumpul melalui sumber yang tidak langsung atau diperoleh bukan dari subjek dalam penelitian, dalam hal ini pengumpulan data dapat dilakukan melalui studi pustaka.

3.6 Metode Pengumpulan Data

Metode dalam mengumpulkan data dari responden adalah menggunakan kuesioner yang disebarakan kepada masyarakat yang bertempat tinggal di wilayah Kelurahan Tiban Lama Kota Batam dan yang menggunakan aplikasi Shopee, serta pengukurannya disusun dengan menggunakan skala likert.

Berdasarkan pendapat Sugiyono dalam (Barusi, 2020:46) skala likert digunakan sebagai pengukuran sikap, persepsi serta pendapat dari seseorang atau sekelompok yang dijadikan responden mengenai fenomena sosial yang terjadi, dengan menggunakan pertanyaan yang setiap pernyataan dari responden harus mendukung sebuah pertanyaan untuk dipilih. Berikut ini terdapat lima skala penilaian dari sakal likert yang digunakan meliputi:

Tabel 3.2 Sakala Likert

No	Skala Likert	Skor
1.	Sangat Setuju (SS)	5
2.	Setuju (S)	4
3.	Netral (N)	3
4.	Tidak Setuju (ST)	2
5.	Sangat Tidak Setuju (STS)	1

Sumber: Sugiyono dalam (Barusi, 2020:46)

3.7 Definisi Operasional Variabel Penelitian

3.7.1 Operasional Variabel

Pengertian variabel menurut Sugiyono dalam (Al-Azwi & Rohmah, 2019:194) merupakan segala sesuatu yang berbentuk apapun yang dipilih oleh peneliti untuk dipelajari dan dianalisis guna memperoleh informasi terkait hal tersebut yang nantinya akan dilakukan penarikan kesimpulan terkait informasi yang diperoleh. Dalam hal ini variabel yang terdapat pada penelitian ini yaitu menggunakan tiga variabel independen dan satu variabel dependen.

3.7.2 Variabel Independen

Variabel independen menurut Sugiyono dalam (Wijoyo & Girivirya, 2020:41) merupakan variabel yang mempengaruhi atau yang menjadi sebab munculnya suatu perubahan atau variabel dependen, variabel independen dipahami sebagai variabel yang sering mempengaruhi, prediktor dan anteseden, variabel ini juga sering dikenal sebagai variabel bebas.

3.7.2.1 Promosi

Pengertian dari promosi dapat dipahami berdasarkan pemaparan yang disampaikan oleh (Sani et al., 2022:1329) promosi merupakan bagian penting dalam kegiatan pemasaran yang menjadi aktivitas berkelanjutan dan mampu mendorong berbagai peluncuran proyek atau produk baru pada perusahaan sebagai hasil dari usaha perusahaan mempengaruhi konsumen dalam kegiatan promosinya sehingga konsumen tertarik lalu memutuskan membeli produk tersebut. Berikut merupakan beberapa indikator yang mendorong terjadinya promosi yaitu:

1. Periklanan (*Advertising*)
2. Promosi Penjualan (*Sales Promotion*)
3. Hubungan Masyarakat (*Public Relation*)
4. Pemasaran Langsung (*Direct Marketing*)
5. Penjualan Pribadi (*Personal Selling*)
6. Pemasaran Digital (*Digital Marketing*)

3.7.2.2 Kemudahan Penggunaan

Pengertian kemudahan penggunaan dapat dipahami berdasarkan pendapat yang dikemukakan oleh Tjini dalam (Maulana & Nasir, 2021:371) yaitu suatu teknologi informasi yang mudah dipahami serta digunakan oleh berbagai kalangan masyarakat yang mana apabila kemudahan yang dirasakan semakin besar maka akan semakin tinggi pula tingkat keputusan pembelian yang terjadi pada konsumen. Terkait hal ini terdapat beberapa indikator yang berpengaruh dalam mendorong terjadinya kemudahan penggunaan yaitu:

1. Jelas dan mudah dipahami (*Clear and understandable*)
2. Mudah dipelajari (*Easy to learn*)
3. Mudah digunakan (*Easy to use*)
4. Dapat dikendalikan (*Controllable*)
5. Mudah menjadi terampil (*Easy to become skillfull*)
6. Fleksibel (*Flexible*)

3.7.2.3 Kepercayaan

Pengertian dari kepercayaan berdasarkan pendapat yang disampaikan oleh (Sudaryana, 2020:448) mengatakan bahwa kepercayaan merupakan suatu keyakinan yang dirasakan konsumen terhadap penjual dalam hal melakukan hubungan jual beli terkait kemampuan penjual dalam memenuhi kewajibannya kepada konsumen sesuai dengan yang disepakati dan diharapkan. Terdapat tiga jenis indikator yang mendorong timbulnya kepercayaan sebagai berikut:

1. Kebaikan hati (*Benevolence*)
2. Kemampuan (*Ability*)
3. Integritas (*Integrity*)

3.7.3 Variabel Dependen

Variabel dependen menurut pemahaman yang dijelaskan oleh Sugiyono dalam (Wijoyo & Girivirya, 2020:41) merupakan variable yang sering juga dikenal sebagai variabel terikat, yaitu variabel yang dipengaruhi atau variabel yang menjadi akibat dari adanya variabel bebas yang mempengaruhi, atau menjadi variabel output, kriteria dan konsekuen dari variable bebas.

3.7.3.1 Keputusan Pembelian

Pendapat dari Marlina dalam (Veronika & Hikmah, 2020:215) menyatakan keputusan pembelian sebagai cara yang diambil oleh konsumen ketika menemukan suatu produk dan setelah melewati berbagai tahapan dalam pembelian mulai dari tahapan timbul keinginan untuk membeli hingga pada tahap pasca pembelian dengan tujuan untuk memenuhi keinginan yang diharapkan. Berikut merupakan indikator yang digunakan dalam mendorong keputusan pembelian pada suatu produk:

1. Keinginan suatu produk
2. Mengevaluasi sebelum membeli
3. Hasil dari keputusan pembelian
4. Kepuasan konsumen
5. Loyal terhadap produk

Tabel 3.3 Operasional Variabel

Variabel	Indikator	Skala
Promosi (X1)	1. Periklanan (<i>Advertising</i>) 2. Promosi Penjualalan (<i>Sales Promotion</i>) 3. Hubungan Masyarakat (<i>Public Relation</i>) 4. Pemasaran Langsung (<i>Direct Marketing</i>) 5. Penjualan Pribadi (<i>Personal Selling</i>)	Diukur menggunakan kuesioner dan skala likert

	6. Pemasaran Digital (<i>Digital Marketing</i>)	
Kemudahan Penggunaan (X2)	<ol style="list-style-type: none"> 1. Jelas dan mudah dipahami (<i>Clear and understandable</i>) 2. Mudah dipelajari (<i>Easy to learn</i>) 3. Mudah digunakan (<i>Easy to use</i>) 4. Dapat dikendalikan (<i>Controllable</i>) 5. Mudah menjadi terampil (<i>Easy to become skillfull</i>) 6. Fleksibel (<i>Flexible</i>) 	Diukur menggunakan kuesioner dan skala likert
Kepercayaan (X3)	<ol style="list-style-type: none"> 1. Kebaikan Hati (<i>Benevolence</i>) 2. Kemampuan (<i>Ability</i>) 3. Integritas (<i>Integrity</i>) 	Diukur menggunakan kuesioner dan skala likert
Keputusan Pembelian (Y)	<ol style="list-style-type: none"> 1. Keinginan Suatu Produk 2. Mengevaluasi Sebelum Membeli 3. Hasil dari Keputusan Pembelian 4. Kepuasan Konsumen 5. Loyal Terhadap Produk 	Diukur menggunakan kuesioner dan skala likert

Sumber: Data Skunder, 2022

3.8 Metode Analisis Data

3.8.1 Analisis Deskriptif

Analisis deskriptif berdasarkan pendapat yang dijelaskan oleh (Pane, 2018:20) merupakan suatu metode yang dilakukan dengan sistem menganalisis dengan cara menyusun dan mengelompokkan data yang selanjutnya dilakukan penganalisisan

hingga didapatkan suatu gambaran terkait permasalahan yang terjadi dalam penelitian dan untuk menjelaskan hasil dari penelitian yang dilakukan. Dalam hal ini proses pengumpulan data dilakukan dengan penyebaran kuesioner kemudian data yang didapatkan tersebut diolah pada SPSS dan hasil jawaban yang didapatkan dari responden tersebut akan dilakukan pencarian rentang skala dengan menggunakan rumus sebagai berikut:

$$R_s = \frac{n(m-1)}{m}$$

Rumus 3.2 Rentang Skala

Sumber: Umar dalam (Sopini et al., 2021:879)

Keterangan:

R_s = Rentang skala

n = Jumlah sampel

m = Jumlah alternatif jawaban setiap item

Berdasarkan rumus diatas maka dapat dihitung rentang skala pada penelitian ini yaitu:

$$R_s = \frac{100(5-1)}{5}$$

$$R_s = \frac{100(4)}{5}$$

$$R_s = 80$$

Melalui perhitungan rentang skala tersebut maka diperoleh kategori yaitu:

Tabel 3.4 Rentang Skala

Rentang Skala/Kategori Skor	Kriteria
100-180	Sangat Tidak Baik/Sangat Rendah
181-260	Tidak Baik/Rendah
261-340	Cukup/Sedang
341-420	Baik/Tinggi
421-500	Sangat Baik/Sangat Tinggi

Sumber: Data Primer, diolah SPSS 25, 2022

3.8.2 Uji Kualitas Data

3.8.2.1 Uji Validitas Data

Pengertian dari Uji validitas yang sesuai dengan pendapat yang dijabarkan oleh (Janna, 2020:2) merupakan suatu pengujian yang dengan melakukan perbandingan antara r hitung dengan r tabel tujuannya mengukur valid atau tidaknya kuisisioner yang disebarakan kepada responden. Kuisisioner tersebut dapat dikatakan valid apabila berbagai pertanyaan yang tertera di dalam kuisisioner tersebut dapat mewakili objek yang diukur dalam kuisisioner tersebut, dengan tingkat signifikan senilai 0.05 dan kriteria yang ditetapkan yaitu:

- a) Apabila $R_{hitung} > R_{tabel}$ maka H_0 diterima (alat ukur valid)
- b) Apabila $R_{hitung} < R_{tabel}$ maka H_0 ditolak (alat ukur tidak valid)

3.8.2.2 Uji Reliabilitas

Definisi dari uji reliabilitas menurut pemaparan Ghozali dalam (Manoy et al., 2021:317) menyatakan uji reliabilitas sebagai suatu pengujian atau alat untuk mengukur kelayakan dari kuisisioner sebagai perwakilan dari berbagai indikator pada variabel yang diteliti dan disusun menjadi sejumlah pertanyaan yang disebarakan kepada responden. Kuisisioner tersebut dapat dikatakan layak atau reliabel apabila memiliki kestabilan pada setiap jawaban yang diberikan reponden atas pertanyaan pada kuisisioner tersebut dengan nilai *Cronbach* alfanya sebesar > 0.6 dan sebaliknya apabila *Cronbach alfa* yang $< 0,6$ maka artinya tidak reliabel.

3.8.3 Uji Asumsi Klasik

3.8.3.1 Uji Normalitas

Pendapat dari Sujarweni dalam (Yuyun & Darmawati, 2020:289) mengatakan bahwa dilakukannya uji normalitas bermaksud guna melihat diantara variabel independen (X_1 , X_2 dan X_3) dan variabel dependen (Y) berdistribusi secara normal atau tidak. Penilaian dapat dilakukan dengan cara menentukan nilai signifikan dari pengujian tersebut yang menyatakan apa bila nilai $> 0,05$ maka variabel dikatakan memiliki distribusi yang normal begitupun sebaliknya. Selain itu dapat juga dilakukan menggunakan uji P-P Plot dan grafik histogram.

Dalam hal ini pelaksanaan uji normalitas pada penelitian ini dilakukan dengan menggunakan metode grafik normal *probability plots* dan *histogram regression residual* dengan ketentuan sebagai berikut:

1. Pada diagram normal *P-P plot regression standardized*, suatu data dikatakan memiliki distribusi yang normal apabila sepanjang garis-garis diagonal terdapat titik yang tersebar.
2. Sedangkan berdasarkan *histogram residual*, suatu distribusi dikatakan normal apabila kurva yang terbentuk menyerupai bentuk lonceng atau *bell shaped*.

3.8.3.2 Uji Multikolinearitas

Berdasarkan pendapat Sujarweni dalam (Yuyun & Darmawati, 2020:289) mengatakan bahwa uji multikolinearitas merupakan pengujian yang dilakukan dengan maksud guna mengetahui apakah diantara variabel independen dan dependen memiliki hubungan secara searah atau tidak, apabila antara variabel tersebut terbukti memiliki multikolinearitas maka akan menimbulkan tidak menentukannya koefisien regresi serta standar yang tidak terhingga yang tentunya akan mengakibatkan adanya bias pada spesifikasi tersebut sehingga dapat dipahami bahwa apabila didalam model regresi tersebut tidak memiliki multikolinieritas maka model tersebut dikatakan baik. Dalam pelaksanaan uji multikolinearitas metode yang digunakan dipantau melalui *tolerance value* atau *inflation factor (VIF)* dengan batas toleran value yang > 0.1 atau $VIF < 10$, apabila hal tersebut terjadi maka tidak terdeteksi adanya multikolinieritas pada variabel tersebut.

3.8.3.3 Uji Heteroskedastisitas

Menurut Sujarweni dalam (Yuyun & Darmawati, 2020:289) memaparkan bahwa pelaksanaan uji ini untuk melihat bagaimana keadaan dari varians dan kesalahan yang mengganggu sehingga terjadinya semua variabel independen yang

tidak konstan. Dalam pengujian ini dilakukan menggunakan metode Glejser guna menguji tingkat signifikansi pada variabel independen tersebut. Apa bila pada variabel independen tidak terindikasi adanya heteroskedastisitas maka model regresi tersebut dikatakan baik. Pengujian ini dilakukan guna memberikan respon pada variabel independent dengan nilai *absolut unstandardized residual regresi* yang menjadi variabel dependent atau terikat. Apa bila dalam pengujian menghasilkan nilai diatas level nilai signifikan ($r > 0,05$) maka dikatakan tidak terindikasi heteroskedestisitas, sedangkan sebaliknya jika terindikasi heteroskedestisitas maka nilai ($r < 0,05$).

3.8.4 Uji Pengaruh

3.8.4.1 Analisis Regresi Linier Berganda

Berdasarkan pendapat Sujarweni dalam (Yuyun & Darmawati, 2020:289) mengatakan analisis regresi linier berganda dilakukan dengan memakai skala ukur atau rasio pada suatu persamaan linier dengan maksud guna melihat adanya pengaruh atau tidak antara variabel bebas dengan variabel terikat. Terkait hal ini pengujian regresi linier berganda dilakukan untuk mengetahui pengaruh promosi, kemudahan penggunaan dan kepercayaan terhadap keputusan pembelian dengan menggunakan rumus regresi linier berganda sebagai berikut:

$$Y = \alpha + b_1x_1 + b_2x_2 + b_3x_3 + e$$

Rumus 3.3 Regresi Linier Berganda

Sumber: Sujarweni dalam (Yuyun & Darmawati, 2020:289)

Keterangan:

Y	= Variabel dependen keputusan pembelian
α	= Nilai konstanta
b_1, b_2, b_3	= Koefisien regresi
x_1	= Promosi
x_2	= Kemudahan penggunaan
x_3	= Kepercayaan
e	= Eror

3.8.4.2 Analisis Koefisien Determinan (R^2)

Penjelasan terkait koefisien determinan (R^2) berdasarkan penjelasan dari (Ramadhan et al., 2019:179) dilakukan dengan maksud sebagai pengukuran seberapa mampu variabel independen menjelaskan atau menggambarkan terkait variabel dependen. Penilaian dalam koefisien determinan (R^2) dilakukan mulai dari 0 hingga 1, apabila nilai yang didapat sebesar 1 maka variabel independen tersebut mampu menggambarkan atau menginformasikan yang berhubungan dengan variabel dependen sehingga adanya hubungan yang tinggi antara variabel independen dengan variabel dependen dan sebaliknya apabila nilainya sebesar 0 maka hubungan variabel independen dengan variabel dependen juga dikatakan rendah

3.8.5 Uji Hipotesis

3.8.5.1 Uji T

Pendapat dari Suwarsih dalam (Yuyun & Darmawati, 2020:290) mengatakan uji t sebagai pengujian dengan tujuan guna melihat gambaran sebesar apa pengaruh dari variabel independen terhadap variabel dependen, dengan melakukan penarikan kesimpulan yang dilihat dari penilaian yang diperoleh jika nilai probabilitas signifikannya bernilai < 0.05 maka diperoleh kesimpulan bahwa variabel independen memiliki pengaruh signifikan terhadap variabel dependen dan sebaliknya jika nilai signifikannya $> 0,05$ maka variabel independen tidak memiliki pengaruh signifikan terhadap variabel dependen. Berikut ini terdapat tahapan dalam penentuan uji t adalah:

1. Penentuan hipotesis H_0 dan H_1

H_0 : $b_i = 0$, maka dikatakan tidak adanya pengaruh secara signifikan antara variabel independen dengan variabel dependen.

H_a : $b_i \neq 0$, maka dikatakan terdapat pengaruh secara signifikan antara variabel independen dengan variabel dependen.

2. Kriteria uji t

Jika $T_{hitung} < T_{tabel}$ maka H_0 diterima

Jika $T_{hitung} > T_{tabel}$ maka H_0 ditolak

3.8.5.2 Uji F

Dalam hal ini pendapat yang dijelaskan oleh Suwarsih dalam (Yuyun & Darmawati, 2020:290-291) mengatakan pelaksanaan uji f dilakukan untuk mengetahui apakah semua variabel independen yang diteliti berpengaruh secara

bersamaan terhadap variabel dependen, hal ini dilakukan dengan melihat penilaian dari signifikansi yang didapat, apabila nilai $\text{sig} < 0,05$ maka semua variabel independen memiliki pengaruh terhadap variabel dependen secara bersamaan dan sebaliknya apabila nilai sig sebesar $> 0,05$ maka variabel independen secara bersamaan tidak memiliki pengaruh terhadap variabel dependen. Berikut merupakan tahapan dalam melakukan penentuan uji f:

1. Penentuan hipotesis H_0 dan H_1

H_0 : $b_1 = 0$, maka dapat disimpulkan variabel independen tidak berpengaruh secara bersamaan terhadap variabel.

H_a : $b_1 \neq 0$, maka dapat dikatakan variabel independent secara bersamaan terdapat pengaruh terhadap variabel dependen.

2. Kriteria uji f

Jika $F_{\text{hitung}} < F_{\text{tabel}}$ maka H_0 diterima

Jika $F_{\text{hitung}} > F_{\text{tabel}}$ maka H_0 ditolak