

BAB III

METODE PENELITIAN

3.1 Jenis Penelitian

Jenis penelitian yang dapat dipergunakan pada penelitian yang dilakukan merupakan jenis deskriptif serta dengan metode kuantitatif. Alasan digunakan jenis penelitian deskriptif untuk menjelaskan suatu situasi yang hendak diteliti dengan dukungan studi kepustakaan sehingga lebih memperkuat analisa peneliti dalam membuat suatu kesimpulan. Berdasarkan definisi tersebut sehingga yang dapat dijadikan tujuan dengan mengetahui pada citra merek, kualitas produk dan kepercayaan konsumen terhadap keputusan pembelian pada *e-commerce* Bukalapak di Kota Batam. Penelitian yang sesuai dengan definisi penelitian kuantitatif menggunakan instrumen penelitian untuk mengumpulkan data, menganalisis data tersebut secara kuantitatif dan statistik, dan menggunakan hasilnya untuk mengevaluasi hipotesis tentang populasi atau sampel yang diteliti (Sugiyono, 2019:17).

3.2 Sifat Penelitian

Penelitian ini menggunakan jenis penelitian replikasi, yang dapat didefinisikan sebagai pelaksanaan penyelidikan yang didasarkan pada dan mereplikasi temuan penyelidikan sebelumnya tentang topik atau fenomena yang sama dengan menggunakan metode yang sama atau mirip tetapi berbeda objek, variabel, dan kerangka waktu. Subjek dan kerangka waktu penelitian ini membedakannya dari pendahulunya.

3.3 Lokasi dan Periode Penelitian

3.3.1 Lokasi Penelitian

Dalam penelitian ini responden yang dianalisis adalah pelanggan atau konsumen *e-commerce* Bukalapak selama bulan September 2022 dan Januari 2023, dan lokasi penelitian untuk penelitian ini berada di Kota Batam.

3.3.2 Periode Penelitian

Pada penelitian ini periode penelitian dilakukan pada September 2022 sampai dengan Januari 2023, tahap awal yang dilakukan dari pengajuan judul sampai dengan tahap akhir yaitu pengumpulan hasil penelitian. Adapun tabel periode penelitian yang digunakan sebagai berikut:

Tabel 3.1 Jadwal Penelitian

Kegiatan	September				Oktober				November				Desember				Januari			
	2022				2022				2022				2022				2023			
	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4
Pengajuan judul		■																		
Pencarian data awal			■	■																
Penyusunan penelitian					■	■	■	■												
Penyebaran dan penyusunan kuesioner									■	■	■	■								
Pengumpulan dan pengolahan data											■	■								
Pemeriksaan laporan penelitian													■	■	■	■				
Pembahasan dan kesimpulan															■	■				
Pengumpulan hasil penelitian																	■	■	■	■

Sumber: Data Penelitian (2022)

3.4 Populasi dan Sampel

3.4.1 Populasi

Populasi adalah sekelompok hal atau orang yang signifikan secara statistik dengan karakteristik yang diketahui dari mana kesimpulan dapat diturunkan. Tujuan populasi ini adalah untuk memudahkan penentuan ukuran sampel yang diambil dari populasi dan membatasi penerapan generalisasi (Sugiyono, 2019:127). Dalam penelitian ini populasi yang digunakan merupakan pengguna atau konsumen yang pernah membeli suatu produk di *e-commerce* Bukalapak.

3.4.2 Teknik Penentuan Besar Sampel

Dalam istilah statistik, sampel mewakili subset populasi baik dari segi ukuran maupun komposisi. Peneliti dapat menggunakan sampel dari komunitas jika kelompok yang diselidiki terlalu luas untuk diselidiki secara individual karena kendala seperti waktu, uang, atau sumber daya lainnya (Sugiyono, 2019:127). Dalam penelitian ini menggunakan metode *Jacob Cohen* untuk mengetahui ukuran sampel yang sesuai yang dapat dipergunakan dengan rumus:

$$N = L / F^2 u + 1$$

Rumus 3.1 Jacob Cohen

Sumber: Vernadila & Realize (2019:639)

Keterangan :

N : Ukuran sampel

F² : *Effect size* (0,1)

u : Banyaknya ubahan yang terkait dalam penelitian

L : Fungsi power (u), hasil tabel power = 0,95

Dari rumus dapat diambil sampel dengan harga L tabel ($t.s=1\%$)= 0,95, serta $u = 19,76$. Maka jumlah sampel yang diambil dalam penelitian ini adalah:

$$N = \frac{L}{F^2} + u + 1 = N = \frac{19,76}{0,1} + 5 + 1 = N = 203,6 = 204$$

Hasil dari responden penelitian ini adalah 204 responden, dan perhitungan yang digunakan untuk mendapatkan hasil tersebut didasarkan pada sampel dengan menggunakan rumus *Jacob Cohen*.

3.4.3 Teknik *Sampling*

Pada penelitian ini teknik *sampling* yang digunakan merupakan *non probability sampling* dengan alasan memiliki keunggulan digunakan untuk membuat suatu hipotesis jika populasi yang digunakan tidak diketahui jumlah pastinya. Dengan menggunakan teknik *purposive sampling* yang dapat diartikan sebagaimana pada teknik dengan penentuan sampel berdasarkan kriteria tertentu. Pemilihan sampel didasarkan pada kriteria tertentu, antara lain sebagai berikut:

1. Responden merupakan pengguna aktif aplikasi e-commerce Bukalapak dan telah melakukan pembelian melalui aplikasi tersebut lebih dari dua kali pada tahun 2022 di Kota Batam.
2. Responden yang dapat dipergunakan dengan dapat berusia lebih dari 17 tahun.

3.5 Sumber Data

Jenis sumber data yang digunakan dalam penelitian ini meliputi data primer dan data sekunder, dengan penjelasan masing-masing di bawah ini:

1. Data primer

Data primer merupakan data yang diperoleh langsung dilapangan tempat objek penelitian yang dilakukan dan selanjutnya data diolah untuk mendapatkan suatu kesimpulan. Dalam penelitian data primer diperoleh sebagai berikut:

- a. Wawancara yang dilakukan kepada pengguna atau pembeli dari aplikasi Bukalapak.
- b. Kuesioner dengan memberikan daftar pertanyaan yang diberikan secara langsung kepada responden yang akan diteliti.

2. Data sekunder

Data sekunder merupakan suatu data yang diperoleh secara tidak langsung atau yang diperoleh melalui perantara atau data yang diperoleh melalui suatu situs di *website*. Dalam penelitian ini data sekunder diperoleh sebagai berikut:

- a. Jumlah pengunjung *e-commerce* kuartal 1 2022
- b. Data *top brand for gen-z index* tahun 2021-2022 kategori *e-commerce*.
- c. Data *survey* Ipsos berdasarkan kualitas produk *e-commerce* Indonesia pada tahun 2022.
- d. Data ulasan negatif pada aplikasi Bukalapak di Playstore pada tahun 2022
- e. Data jumlah pengunjung Bukalapak pada tahun 2021-2022.

3.6 Metode Pengumpulan Data

3.6.1 Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data yang digunakan pada penelitian ini dapat dijelaskan sebagai berikut:

1. Wawancara

Wawancara merupakan proses memperoleh keterangan untuk tujuan penelitian dengan cara tanya jawab antara peneliti dengan dengan narasumber. Dalam penelitian ini wawancara yang dilakukan kepada pengguna *e-commerce* Bukalapak yang difokuskan kepada permasalahan terkait dengan judul penelitian yang sesuai dengan tujuan yang diharapkan.

3.6.2 Instrumen Pengumpulan Data

Instrumen pada pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini sebagai berikut:

1. Kusioner

Kuesioner adalah sejenis pengumpulan data di mana responden diminta untuk mengisi formulir dengan jawaban mereka atas beberapa pertanyaan. Dalam penelitian ini, peneliti menggunakan formulir Google untuk mengirimkan pertanyaan, yang selanjutnya diisi oleh peserta dengan menggunakan lembar jawaban yang menyertainya. Pertanyaan dinilai pada *skala likert* berdasarkan faktor-faktor berikut:

Tabel 3.2 Pemberian Skor Kuesioner

No	Alternatif Jawaban	Kode	Skor
1	Sangat Setuju	SS	5
2	Setuju	S	4
3	Netral	N	3

Tabel 3.2 Lanjutan

No	Alternatif Jawaban	Kode	Skor
4	Tidak Setuju	TS	2
5	Sangat Tidak Setuju	STS	1

Sumber: Sugiyono (2019:147)

2. Studi pustaka

Studi literatur adalah instrument pengumpulan data yang melibatkan melakukan studi tinjauan buku, literatur, catatan, dan laporan yang relevan dengan subjek yang sedang dibahas.

3.7 Definisi Operasional Variabel Penelitian

Variabel penelitian adalah atribut, fitur, atau nilai seseorang, item, atau aktivitas yang memiliki variasi tertentu yang dipilih oleh peneliti untuk diselidiki untuk membuat kesimpulan. Perubahan ini mungkin diputuskan menjadi signifikan oleh peneliti. Pada penelitian yang dilakukan variabel yang dipergunakan yaitu variabel bebas (X) dan variabel terikat (Y) (Sugiyono, 2019:67).

3.7.1 Variabel Independen (X)

Variabel independen biasanya disebut sebagai "variabel bebas" dalam bahasa Indonesia. Apa yang mempengaruhi atau bertanggung jawab atas munculnya variabel dependen (Sugiyono, 2019:67). Pada penelitian ini variabel bebas yang dipergunakan yaitu citra merek (X1), kualitas produk (X2) dan kepercayaan konsumen (X3).

3.7.1.1 Citra Merek

Citra merek merupakan dampak tambahan yang dapat membantu mendorong keputusan pembelian terhadap merek produk. Kontributor signifikan terhadap komitmen pelanggan adalah bagaimana perusahaan atau produknya terwakili di benak publik (Vernadila & Realize, 2019:635). Indikator citra merek menurut Nofrianto *et al.* (2022) yaitu:

1. Citra pembuat
2. Citra pemakai
3. Citra produk

3.7.1.2 Kualitas Produk

Kualitas produk adalah strategi bisnis mendasar yang, ketika diterapkan, menghasilkan produksi produk dan layanan yang memenuhi persyaratan implisit dan eksplisit konsumen (Simamora & Realize, 2020:112). Indikator kualitas produk menurut Siregar (2022:102) yaitu:

1. Kinerja
2. Kesesuaian dengan spesifikasi
3. Daya tahan
4. Keandalan
5. Kualitas yang di persepsikan

3.7.1.3 Kepercayaan Konsumen

Kepercayaan konsumen dapat didefinisikan sebagai kesiapan konsumen untuk mentolerir kerentanan dalam proses penyelesaian transaksi. Transaksi ini

didasarkan pada ekspektasi optimis konsumen tentang perilaku pembeliannya di masa depan (Wau *et al.*, 2022:81). Indikator kepercayaan konsumen menurut Realize *et al.* (2018:81) yaitu:

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

3.7.2 Variabel Dependen (Y)

Variabel dependen merupakan variabel yang dipengaruhi atau hasil sebagai akibat langsung dari variabel independen. Nama lain untuk variabel dependen adalah variabel terikat (Sugiyono, 2019:67). Pada penelitian ini variabel terikat yang dipergunakan yaitu keputusan pembelian (Y).

3.7.2.1 Keputusan Pembelian

Keputusan untuk melakukan pembelian merupakan proses integrasi yang mengintegrasikan beberapa jenis informasi untuk menilai dua atau lebih tindakan potensial dan memilih salah satunya (Simamora & Realize, 2020:113). Indikator keputusan pembelian menurut Siregar (2022:106) yaitu:

1. Kebiasaan dalam membeli produk
2. Kemantapan sebuah produk
3. Memberikan rekomendasi pada orang lain
4. Melakukan pembelian ulang

3.8 Metode Analisis Data

Metode analisis data mencakup kegiatan seperti mengkategorikan informasi berdasarkan variabel dan jenis responden, tabulasi informasi berdasarkan variabel dari semua responden, menyajikan informasi untuk setiap variabel yang diselidiki, melakukan perhitungan untuk menjawab rumusan masalah, dan melakukan perhitungan untuk menguji hipotesis. Memperoleh temuan tes yang akurat dan dapat dipercaya bergantung pada penggunaan pendekatan analitis yang tepat (Sugiyono, 2019:206).

3.8.1 Uji Statistik Deskriptif

Uji statistik deskriptif adalah analisis yang dilakukan untuk mengetahui keberadaan suatu variabel bebas, baik hanya pada satu variabel atau lebih, tanpa membuat perbandingan terhadap variabel itu sendiri dan melihat untuk hubungan dengan variabel lain. Telah ditunjukkan bahwa analisis deskriptif dapat digunakan untuk menjelaskan dan mengkarakterisasi data yang berasal dari variabel bebas. Menghitung nilai terendah, nilai maksimum, nilai rata-rata, dan standar deviasi merupakan bagian dari pendekatan analisis data yang dikenal dengan analisis statistik deskriptif. Analisis semacam ini digunakan untuk menjelaskan data secara umum atau generalisasi (Sugiyono, 2019:206).

3.8.2 Uji Kualitas Data

3.8.2.1 Uji Validitas

Uji validitas merupakan alat untuk mengukur apa yang seharusnya diukur. Uji validitas digunakan untuk mengetahui valid atau tidaknya suatu kuesioner. Dalam hal ini, suatu kuesioner dianggap sah apabila pertanyaan atau

pernyataannya menunjukkan sesuatu yang dapat dinilai oleh kuesioner tersebut. Jika koefisien korelasi signifikan kurang dari 5% (tingkat signifikansi), berarti pernyataan tersebut konsisten dengan indikasi yang berkembang (Anissa & Yulianto, 2021:8). Dalam penelitian ini, rumus di bawah ini digunakan untuk menentukan validitas:

$$r_x = \frac{n \sum xy - (\sum x)(\sum y)}{\sqrt{[n \sum x^2 - (\sum x)^2][n \sum y^2 - (\sum y)^2]}}$$

Rumus 3.2 *Pearson Correlation*

Sumber: Sandora (2020:83)

Keterangan :

r_{xy} = Koefisien korelasi setiap item pertanyaan

x = Skor dari setiap item pertanyaan

y = Skor total dari setiap item pertanyaan

n = Jumlah sampel

Dasar dari pengambilan keputusan dalam uji validitas adalah dengan membandingkan nilai r hitung dengan r tabel (Siregar, 2022:110), sebagai berikut:

1. Jika nilai r hitung lebih besar dari r tabel maka dinyatakan valid.
2. Jika nilai r hitung lebih kecil dari r tabel maka dinyatakan tidak valid.

3.8.2.2 Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas adalah alat ukur yang menentukan besar kecilnya sesuatu yang dapat dipercaya dan diandalkan. Uji reliabilitas ini menggunakan pendekatan pengujian nilai *Cronbach Alpha* yang cukup mendekati 1. Jika hasil yang dicapai lebih besar dari batas minimal 0,06, uji reliabilitas dianggap dapat dipercaya. Hal ini ditunjukkan dengan nilai *Cronbach Alpha* yang lebih besar dari 0,60. Setelah

pertanyaan telah divalidasi oleh uji validitas, aktualitas situasi dapat ditentukan (Sihombing & Hutasoit, 2021:152). Dalam penelitian ini uji reliabilitas menggunakan dengan rumus seperti dibawah ini:

$$r_{11} = \left(\frac{k}{k-1} \right) \left(1 - \frac{\sum \delta_b^2}{\delta_t^2} \right) \quad \text{Rumus 3.3 Alpha Crobach}$$

Sumber: Sandora (2020:84)

Keterangan:

r_{11} = realibilitas instrumen

k = banyaknya butir pertanyaan

$\sum \delta_b^2$ = jumlah varian butir

δ_t^2 = jumlah varian

Adapun dasar pengambilan keputusan pada uji reliabilitas (Sihombing & Hutasoit, 2021:152), dengan kriteria sebagai berikut:

1. Jika nilai koefisien *cronbach's alpha* > 0,060 maka kuesioner atau angket dianggap reliable atau konsisten.
2. Jika nilai koefisien *cronbach's alpha* < 0,60 maka kuesioner atau angket tidak reliable atau tidak konsisten.

3.8.3 Uji Asusmsi Klasik

3.8.3.1 Uji Normalitas

Uji normalitas merupakan prosedur diagnostik yang menentukan apakah variabel-variabel yang dimasukkan ke dalam model regresi berdistribusi normal atau tidak. Baik strategi *Kolmogorov-Smirnov* atau pendekatan grafik dapat digunakan untuk melakukan pengujian yang akan menentukan apakah data

mengikuti distribusi normal atau tidak. Menurut metode *Kolmogorov-Smirnov* yang menjadi dasar pengambilan keputusan (Zuhro & Budiyanto, 2021:8), yaitu:

1. Jika nilai probabilitas $> 0,05$ maka data penelitian berdistribusi normal.
2. Jika nilai probabilitas $< 0,05$ maka data penelitian tidak berdistribusi normal.

Sementara itu, uji normalitas yang menggunakan pendekatan grafik menyatakan bahwa sebaran data penelitian harus mengikuti garis diagonal antara 0 dan pertemuan sumbu X dan Y. Jika data (titik-titik) tersebar di sekitar sumbu diagonal dan mengikuti arah garis diagonal, maka regresi tersebut memenuhi asumsi normalitas (Zuhro & Budiyanto, 2021).

Dalam penelitian ini uji normalitas dapat dilakukan melalui rumus sebagai berikut:

$$X^2 = \sum_{i=1}^n \frac{(O_i - E_i)^2}{E_i}$$

Rumus 3.4 Uji Normalitas

Sumber: Ghozali (2018:27)

Keterangan:

X^2 = Nilai X^2

O_i = Nilai Observasi

E_i = Nilai *expected*

3.8.3.2 Uji Multikolinearitas

Uji multikolinearitas bertujuan untuk menentukan apakah model regresi menemukan hubungan antara variabel-variabel yang dianggap independen atau tidak. Model regresi yang layak tidak akan memiliki hubungan antara variabel yang digunakan sebagai faktor independen. Jika ada korelasi, kami memiliki apa

yang dikenal sebagai masalah multikolinearitas. Uji multikolinearitas sangat penting untuk menentukan ada atau tidaknya suatu model memiliki variabel independen yang memiliki kemiripan dengan variabel model lain yang dianggap independen. Dasar-dasar pengambilan keputusan untuk uji multikolinearitas (Siregar, 2022:111), yaitu :

1. Jika nilai *tolerance* < 0.1 dan VIF > 10 artinya tidak terjadi multikolinearitas antar variabel bebas dalam model regresi.
2. Jika nilai *tolerance* > 0.1 dan VIF < 10 artinya terjadi multikolinearitas antar variabel bebas dalam model regresi.

Pada penelitian ini uji multikolinearitas dapat menggunakan rumus sebagai berikut:

$$\boxed{VIF_j = \frac{1}{1 - R_j^2}}$$

Rumus 3.5 Uji Multikolinearitas

Sumber: Ghozali (2018:27)

VIF = *Variance Inflation Factor*

R_j^2 = Koefisien korelasi variabel bebas

3.8.3.3 Uji Heteroskedastisitas

Uji heteroskedastisitas bertujuan untuk mengetahui apakah model regresi memiliki ketidaksamaan atau tidaknya jumlah varians suatu residual observasi dibandingkan dengan observasi lainnya. Homoskedastisitas menggambarkan keadaan di mana varians residual dari satu pengamatan ke pengamatan lain tidak berubah, sedangkan heteroskedastisitas menggambarkan keadaan di mana varians tidak berubah. Jika suatu model regresi memiliki homoskedastisitas atau tidak

memiliki heteroskedastisitas, maka model tersebut dianggap baik. Plot grafis antara nilai prediksi variabel dependen (ZPRED) dan residualnya adalah alat yang digunakan ahli statistik untuk memastikan apakah ada heteroskedastisitas dalam data yang dianalisis (SRESID) (Fauziah & Tirtayasa, 2022:1387), antara lain:

1. Masalah heteroskedastisitas terjadi jika sebaran data berupa titik-titik membentuk pola tertentu dan konsisten.
2. Heteroskedastisitas tidak menjadi masalah jika sebaran data berupa titik-titik tidak membentuk pola tertentu dan menyebar di atas dan di bawah sumbu Y.

3.8.4 Uji Pengaruh

3.8.4.1 Analisis Regresi Linier Berganda

Analisis regresi pada dasarnya merupakan studi mengenai ketergantungan variabel *dependent* (terikat) dengan satu atau lebih variabel *independent* (variabel bebas), dengan suatu tujuan mengestimasi serta memprediksi nilai rata-rata variabel *dependent* yang terdapat nilai variabel *independent* yang diketahui. Regresi yang memiliki dua atau lebih variabel *independent* dapat disebut juga regresi berganda. Dalam bentuk regresi linear berganda yang menjadi model untuk penelitian ini (Maulana & Lestariningsih, 2021:7), yaitu sebagai berikut:

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

Rumus 3.6 Regresi Linear Berganda

Sumber : Maulana & Lestariningsih (2021:7)

Keterangan:

y = Keputusan pembelian

a = Konstanta

x1 = Citra merek

x ₂	= Kualitas produk
x ₃	= Kepercayaan konsumen
b ₁ b ₂ b ₃	= Koefisien Regresi
e	= Error

3.8.4.2 Analisis Koefisien Determinasi (R²)

Analisis koefisien determinasi (R²) berupaya menilai kapasitas model untuk menunjukkan fluktuasi variabel dependen. Tujuannya adalah untuk mengukur kontribusi variabel independen terhadap variabel dependen. Jika R² mendekati 1, berarti kontribusi variabel bebas terhadap variabel terikat semakin besar, sehingga dapat diterima untuk digunakan sebagai model penelitian. Dan jika R² mendekati 0, hal ini menunjukkan bahwa kontribusi variabel independen terhadap variabel dependen semakin berkurang, sehingga model tersebut tidak layak untuk digunakan dalam penelitian selanjutnya (Zuhro & Budiyanto, 2021:8). Adapun rumus yang digunakan dalam analisis koefisien determinasi (R²) sebagai berikut:

$$Kd = r^2 \times 100\%$$

Rumus 3.7 Koefisien Determinasi

Sumber: Nofrianto *et al.* (2022:191)

Keterangan:

Kd = Koefisien Determinasi

R = Nilai Koefisien Korelasi

Tolak ukur layak tidaknya koefisien determinasi dapat dilihat (Anissa & Yulianto, 2021:9), sebagai berikut:

1. Jika (R^2) bernilai mendekati 0 maka semakin kecil koefisien determinasi yang berarti variabel bebas (X) terhadap variabel terikat (Y) tidak berpengaruh.
2. Jika (R^2) bernilai mendekati 1 yang berarti pengaruh variabel bebas (X) terhadap variabel terikat (Y) dapat dikatakan adanya pengaruh.

3.9 Uji Hipotesis

3.9.1 Uji Hipotesis Secara Parsial – Uji t

Uji t dikenal sebagai uji parsial, biasanya dilakukan untuk menguji bagaimana pengaruh hasil regresi masing-masing variabel bebas terhadap variabel terikat apakah signifikan, dengan kata lain apakah secara positif signifikan atau secara negatif signifikan. Uji t memiliki tujuan untuk menentukan seberapa besar pengaruh variabel bebas secara parsial terhadap terikat. Untuk menguji variabel yang berpengaruh secara parsial terhadap variabel terikat pada tingkat kepercayaan 5% (0,05) (Sihombing & Silitonga, 2021:152). Adapun rumus yang digunakan dalam uji t sebagai berikut:

$$t = \frac{r\sqrt{n-2}}{\sqrt{1-r^2}} \quad \text{Rumus 3.8 Uji t}$$

Sumber : Nofrianto *et al.* (2022:192)

Keterangan :

r = Koefien korelasi

n = Jumlah Sampel

Dasar pengambilan keputusan pada uji t atau uji parsial (Sihombing & Silitonga, 2021:152), sebagai berikut:

1. Jika t hitung lebih besar dari t tabel dan nilai signifikan lebih kecil dari 0,05 artinya hipotesis penelitian diterima yang menunjukkan bahwa secara parsial variabel bebas berpengaruh signifikan terhadap terikat.
2. Jika t hitung lebih kecil dari t tabel dan nilai signifikan lebih besar dari 0,05 artinya hipotesis penelitian ditolak yang menunjukkan bahwa secara parsial variabel bebas tidak berpengaruh signifikan terhadap terikat.

3.9.2 Uji Hipotesis Secara Simultan – Uji F

Uji simultan dikenal sebagai uji yang mengetahui pengaruh bersama-sama (simultan) variabel bebas terhadap variabel terikat. Pada uji ini dilakukan untuk mengetahui signifikan atau tidak berpengaruh secara bersama-sama variabel bebas dengan variabel terikat maka menggunakan *probability* sebesar 5% (Sihombing & Silitonga, 2021:153). Adapun rumus yang digunakan dalam uji f sebagai berikut:

$$F_{hitung} = \frac{R^2/K}{1-R^2 (n-k-1)}$$

Rumus 3.9 Uji f

Sumber: Nofrianto *et al.* (2022:192)

Keterangan :

R² = Koefisien korelasi berganda

K = Jumlah variabel independen

n = Jumlah anggota sampel

Dasar pengambilan keputusan pada uji t atau uji parsial (Sihombing & Silitonga, 2021:152), sebagai berikut:

1. Jika f hitung lebih besar dari f tabel dan nilai signifikan lebih kecil dari 0,05 artinya hipotesis penelitian diterima yang menunjukkan bahwa secara simultan variabel bebas berpengaruh signifikan terhadap terikat.

2. Jika f hitung lebih kecil dari f tabel dan nilai signifikan lebih besar dari 0,05 artinya hipotesis penelitian ditolak yang menunjukkan bahwa secara simultan variabel bebas tidak berpengaruh signifikan terhadap terikat.