

BAB III

METODE PENELITIAN

3.1. Jenis Penelitian

Penelitian ini dilakukan dengan menggunakan pendekatan penelitian kuantitatif, dengan desain penelitian deskriptif. Menurut (Sugiyono, 2020) penelitian kuantitatif dicirikan oleh sifatnya yang objektif, melibatkan pengumpulan dan analisis data kuantitatif melalui metode statistik. Hal ini memungkinkan perhitungan yang tepat dan penyajian temuan dalam bentuk tabel, grafik, dan diagram. Selain itu, (Sanusi, 2021:14) mendefinisikan desain penelitian deskriptif sebagai pendekatan terstruktur yang bertujuan untuk memberikan gambaran sistematis tentang informasi ilmiah yang berasal dari subjek dan objek yang diteliti. Dengan menggabungkan prinsip-prinsip penelitian kuantitatif dengan desain penelitian deskriptif, penelitian ini berupaya memperoleh pemahaman yang komprehensif tentang topik penelitian sambil menggunakan analisis statistik yang ketat untuk menarik wawasan yang bermakna dan menyajikannya secara terstruktur. Peneliti ingin mengetahui Pengaruh Promosi Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Sepatu Bata Di Kota Batam serta semua gejala yang ada di variabel-variabel penelitian.

3.2. Sifat Penelitian

Pada penelitian ini menggunakan penelitian yang bersifat orisinil. Menurut (Purwanza *et al.*, 2022:7) penelitian orisinil adalah sebuah bentuk penelitian yang

menggunakan seluruh variabel, indikator serta objek penelitian yang baru dan bukan pengulangan dari penelitian sebelumnya. Penelitian orisinal juga disebut juga sebagai penelitian terbarukan yaitu penelitian yang di dalamnya terdapat seluruh variabel dan objek penelitian yang baru.

3.3. Lokasi dan Periode Penelitian

3.3.1. Lokasi Penelitian

Respondent dipenelitian ini ialah hanya pembeli sepatu bata Di DC Mall ialah lokasi yang ditentukan sebagai area yang akan diteliti.

3.3.2. Periode Penelitian

Penelitian dilaksanakan mulai dari bulan Maret 2023 hingga Juli 2023.

Jadwal penelitian dapat dirincikan dengan tabel dibawah ini yaitu:

Tabel 3.1 Jadwal Penelitian

| Kegiatan | Tahun, Bulan, dan Pertemuan | | | | | | | | | | | | | |
|----------------------------|-----------------------------|-------|---|---|---|-----|---|------|---|----|------|----|----|----|
| | Maret | April | | | | Mei | | Juni | | | Juli | | | |
| | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | 6 | 7 | 8 | 9 | 10 | 11 | 12 | 13 | 14 |
| Pengajuan Judul | ■ | | | | | | | | | | | | | |
| Penulisan Bab I | | ■ | ■ | ■ | ■ | ■ | ■ | | | | | | | |
| Penulisan Bab II | | | | | | | | ■ | ■ | | | | | |
| Penulisan Bab III | | | | | | | | ■ | ■ | | | | | |
| Menyebarkan Kuesioner | | | | | | | | | ■ | ■ | | | | |
| Mengumpulkan Kuesioner | | | | | | | | | ■ | ■ | | | | |
| Pengolahan Data | | | | | | | | | | | ■ | ■ | | |
| Penulisan Bab IV dan Bab V | | | | | | | | | | | ■ | ■ | | |
| Menyerahkan Penelitian | | | | | | | | | | | | | ■ | |

Sumber: Peneliti, 2023

3.4. Populasi dan Sampel

3.4.1. Populasi

Menurut (Sugiyono, 2019) populasi merupakan sebuah wilayah generalisasi yang didalamnya ada subjek dan objek serta memiliki kualitas dan karakter tertentu yang bisa ditentukan peneliti agar dipahami lalu diambil kesimpulan. Dalam penelitian ini populasi penelitian yaitu seluruh responden yang membeli sepatu bata Di DC Mall sebanyak 240

Tabel 3.2 Jumlah Pembeli

| No. | Bulan | Jumlah Pembeli |
|-----|----------|----------------|
| 1 | Januari | 26 |
| 2 | Februari | 47 |
| 3 | Maret | 32 |
| 4 | April | 50 |
| 5 | Mei | 45 |
| 6 | Juni | 40 |

3.4.2. Sampel

Menurut (Sugiyono, 2019) sampel adalah bagian dari sejumlah karakteristik yang ada di dalam populasi. Sampel yang digunakan pada penelitian ini yaitu seluruh responden yang membeli sepatu bata Di Kota Batam dimana untuk jumlah populasinya 240.

3.4.2.1. Teknik Penentuan Besar Sampel

Pada penelitian ini populasi diketahui jumlahnya 240 sehingga menggunakan rumus Slovin untuk menentukan jumlah sampel. Adapun rumus Slovin yaitu:

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

n = ukuran sampel

N = ukuran populasi

Rumus 3.1 slovin

e = toleransi ketidak telitian (5%)

perhitungan

$$n = \frac{240}{1 + 240(0,05)^2}$$

$$n = \frac{327}{1+0,6}$$

$$n = \frac{240}{1,6}$$

$$n = 150$$

n menjadi = 150

3.4.3. Teknik Sampling

Dalam penelitian ini teknik pengambilan sampel yang digunakan adalah teknik pengambilan sampel non-probabilitas. Menurut (Sugiyono, 2021:95) yang merupakan kebalikan dari pengambilan sampel probabilitas. Tidak seperti sampling probabilitas, sampling non-probabilitas tidak menawarkan kesempatan yang sama bagi semua anggota populasi untuk dipilih sebagai bagian dari sampel. Dalam ranah teknik pengambilan sampel non-probabilitas, pendekatan khusus yang digunakan dalam penelitian ini adalah teknik pengambilan sampel purposive. Menurut (Sugiyono, 2021:98) Purposive sampling melibatkan pemilihan anggota sampel berdasarkan pertimbangan atau kriteria tertentu yang sejalan dengan tujuan penelitian. Dengan sengaja memilih responden yang memiliki karakteristik atau atribut penting yang relevan dengan penelitian, penelitian ini bertujuan untuk menargetkan individu atau kelompok yang dapat menawarkan wawasan dan data berharga yang terkait langsung dengan pertanyaan penelitian. Adapun kriteria pengambilan sampel pada penelitian ini yaitu:

1. Responden membeli sepatu bata Di DC Mall
2. Responden yang berusia 17 tahun keatas

3.5. Sumber Data

Dalam penelitian ini, pengumpulan dan pengolahan data melibatkan dua sumber yang berbeda: data primer dan data sekunder. Menurut (Sugiyono, 2020) Data primer diperoleh langsung dari lapangan, dan dalam konteks penelitian ini merujuk pada informasi yang dikumpulkan langsung dari konsumen pengguna sepatu Bata di Kecamatan Batu Aji Kota Batam. Untuk mengumpulkan data primer, kuesioner dirancang dan didistribusikan dengan cermat kepada konsumen sasaran, memungkinkan peneliti memperoleh wawasan dan pendapat langsung dari individu yang memiliki pengalaman langsung dengan sepatu Bata. Pendekatan ini memastikan bahwa data yang diperoleh bersifat spesifik, relevan, dan langsung dapat diterapkan pada tujuan penelitian, menawarkan perspektif yang berharga dan memperkaya kedalaman penelitian.

Di sisi lain, data sekunder yang terdiri dari informasi yang sudah ada sebelumnya dari berbagai sumber juga digunakan untuk melengkapi dan menguatkan temuan yang berasal dari data primer. Dengan menggabungkan wawasan dari data primer dan sekunder, penelitian ini bertujuan untuk menawarkan analisis yang komprehensif dan menyeluruh, mendorong pemahaman yang kuat tentang materi pelajaran (Sugiyono, 2020)

3.6. Metode Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini adalah menggunakan kuesioner. Menurut (Sugiyono, 2020:148) Kuesioner berfungsi sebagai pendekatan metodologis untuk pengumpulan data, yang melibatkan penyebaran pernyataan dan pertanyaan tertulis kepada responden untuk mendapatkan jawaban dan wawasan. Dalam penelitian ini, kuesioner dirancang dan diimplementasikan dengan cermat menggunakan Google Form, sebuah platform digital yang memfasilitasi penyebaran dan pengumpulan tanggapan dengan mudah. Link kuesioner tersebut kemudian dibagikan kepada konsumen yang pernah membeli sepatu Bata di Kota Batam.

Menurut (Sugiyono, 2020:105) Skala Likert berdiri sebagai alat ukur yang signifikan digunakan untuk menilai sikap, pendapat, dan perspektif individu atau kelompok tentang fenomena sosial. Dalam kuesioner studi ini, skala Likert digabungkan dengan terampil untuk mengukur tanggapan responden, memungkinkan pemahaman yang bernuansa tentang keyakinan dan sudut pandang. Variabel-variabel yang diperiksa dipilih dengan hati-hati dan digambarkan sebagai variabel indikator, yang menandakan relevansinya dalam memberikan wawasan berharga tentang subjek penelitian. Dengan memanfaatkan skala Likert, peneliti dapat secara efektif menangkap berbagai tingkat persetujuan atau ketidaksetujuan yang diungkapkan oleh para responden, memungkinkan analisis sikap dan sentimen yang komprehensif dan terperinci. Kuesioner dalam penelitian ini menggunakan skala likert dan variabel yang diukur serta dijelaskan adalah variabel indikator.

Tabel 3.3 Skala Likert

| Pernyataan | Simbol | Skor |
|---------------------|---------------|-------------|
| Sangat Tidak Setuju | STS | 1 |
| Tidak Setuju | TS | 2 |

| | | |
|---------------|----|---|
| Netral | N | 3 |
| Setuju | S | 4 |
| Sangat Setuju | SS | 5 |

Sumber: Peneliti, 2023

3.7. Definisi Operasional Variabel Penelitian

Menurut (Sugiyono, 2021:38) Variabel berfungsi mewujudkan nilai atau karakteristik yang berbeda yang terkait dengan individu atau aktivitas. Peneliti mendefinisikan dan mengategorikan variabel-variabel ini dengan cara tertentu, memungkinkan untuk melakukan studi komprehensif dan menarik wawasan konklusif. Untuk studi khusus ini, dua jenis variabel yang berbeda digunakan: variabel independen dan variabel dependen.

3.7.1. Variabel Independen

Menurut (Sugiyono, 2021) Variabel bebas adalah faktor atau kondisi yang dimanipulasi atau dikendalikan oleh peneliti selama penelitian. Ini berfungsi sebagai kekuatan pendorong atau penyebab yang mempengaruhi hasil di bawah pemeriksaan. Variabel dependen pada penelitian ini yaitu Promosi (X1) Kualitas Produk (X2)

3.7.2. Variabel Dependen

Menurut (Sugiyono, 2021) variabel dependen adalah faktor yang merespon perubahan atau variasi variabel independen. Ini adalah hasil yang diamati, efek, atau hasil yang ingin diukur dan dianalisis oleh para peneliti. Variabel dependen pada penelitian ini yaitu Keputusan Pembelian (Y).

Tabel 3.4 Operasional Variabel

| No | Variabel | Definisi Variabel | Indikator Variabel | Skala Ukur |
|----|----------|-------------------|--------------------|------------|
|----|----------|-------------------|--------------------|------------|

| | | | | |
|---|-------------------------|---|---|---------------|
| 1 | Promosi (X1) | Menurut (Ernawati, 2020:20) promosi adalah kegiatan komunikasi yang dinamis yang dilakukan oleh perusahaan untuk menyajikan gambaran menarik tentang produknya kepada konsumen | <ol style="list-style-type: none"> 1. Pemasaran langsung 2. Penjualan Person 3. Promosi Penjualan 4. Periklanan | <i>Likert</i> |
| 2 | Kualitas Produk (X2) | Menurut (Pirantika, A. Purwanti, 2021: 35) Kualitas produk dapat dipahami sebagai representasi holistik dari suatu layanan atau produk, merangkum keseluruhannya dalam hal kapasitasnya untuk memberikan rasa kepuasan yang mendalam dengan memenuhi kebutuhan konsumen secara implisit | <ol style="list-style-type: none"> 1. Ciri produk 2. Kesesuaian dengan spesifikasi 3. Ketahanan 4. Keandalan 5. Desain | <i>Likert</i> |
| 3 | Keputusan Pembelian (Y) | Menurut (Afriza, 2021) keputusan pembelian merupakan suatu proses seseorang saat melaksanakan pembelian antara pilihan yang ada sesuai dengan keperluan dan kemauan konsumen. | <ol style="list-style-type: none"> 1. Mengetahui Kebutuhan 2. Sumber Informasi 3. Evaluasi Alternatif 4. Melakukan Pembelian 5. Perilaku | <i>Likert</i> |

Sumber: Peneliti, 2023

3.8. Metode Analisis Data

Menurut (Sugiyono, 2020:243) mendefinisikan desain penelitian deskriptif sebagai pendekatan terstruktur yang bertujuan untuk memberikan gambaran sistematis tentang informasi ilmiah yang berasal dari subjek dan objek yang diteliti. Dengan menggabungkan prinsip-prinsip penelitian kuantitatif dengan desain penelitian deskriptif, penelitian ini berupaya memperoleh pemahaman yang

komprehensif tentang topik penelitian sambil menggunakan analisis statistik yang ketat untuk menarik wawasan yang bermakna dan menyajikannya secara terstruktur.

3.8.1. Analisis Deskriptif

Menurut (Sanusi, 2021) Statistik deskriptif merupakan alat analisis mendasar dalam penelitian, yang dirancang khusus untuk menawarkan wawasan sistematis ke dalam informasi ilmiah yang berasal dari subjek dan objek yang diselidiki. Dalam penelitian ini, analisis berkisar pada mendeskripsikan secara komprehensif tanggapan yang diperoleh dari kuesioner konsumen yang diisi oleh Pembeli Sepatu Bata di DC Mall yang menjadi responden. Dengan menggunakan statistik deskriptif, penelitian ini bertujuan untuk menafsirkan dan menyajikan data secara hati-hati dalam cara yang terstruktur, menjelaskan pola, tren, dan distribusi tanggapan. Dengan menggunakan statistik deskriptif, penelitian ini dapat mengungkap informasi berharga, memberikan konteks penelitian yang bermakna, dan memfasilitasi pemahaman yang lebih dalam tentang perspektif dan preferensi konsumen mengenai sepatu Bata di DC Mall. Sebelum melaksanakan analisis deskriptif, terlebih dulu harus dibuat rentang skala yang dapat dijadikan pedoman dalam analisis deskriptif. Perhitungan dari rentang skala yaitu:

$$RS = \frac{n(M-1)}{M}$$

Rumus 3.2 Rentang Skala

Keterangan:

RS = Rentang skala

n = jumlah sampel

M = Jumlah alternatif jawaban per sampel

$$\begin{aligned} RS &= \frac{150(5 - 1)}{5} \\ &= \frac{150(4)}{5} \\ &= 120 \end{aligned}$$

Tabel 3.5 Rentang Skala

| No | Rentang Skala | Kategori |
|----|---------------|---------------------|
| 1 | 120–240 | Sangat Tidak Setuju |
| 2 | 241–361 | Tidak Setuju |
| 3 | 362–482 | Netral |
| 4 | 483–603 | Setuju |
| 5 | 604–724 | Sangat Setuju |

Sumber: Peneliti, 2023

3.8.2. Uji Kualitas Data

3.8.2.1. Uji Validitas Data

Menurut (Meilani *et al.*, 2022) Uji validitas merupakan penilaian kritis yang dilakukan untuk memastikan tingkat ketelitian dan kredibilitas data yang diperoleh dari subjek atau objek yang diteliti. Evaluasi ini berupaya untuk mengetahui derajat keselarasan antara data yang ada dengan data yang dilaporkan selama proses penelitian. Dengan melakukan uji validitas data yang ketat, peneliti dapat memastikan keandalan dan kepercayaan informasi yang dikumpulkan, sehingga memperkuat kredibilitas. Pemeriksaan sistematis ini sangat penting dalam memvalidasi akurasi dan keaslian data, memberikan jaminan bahwa temuan dibangun di atas dasar informasi yang andal.

$$R_{XY} = \frac{n (\sum \chi_i \gamma_i) - (\sum \chi_i)}{(n (\sum \chi^2) - (\chi)^2) (n (\sum \gamma^2))}$$

Rumus 3.3 Uji Validitas

Keterangan :

$R_{\chi\gamma}$ = Koefisien Korelasi

n = Nominal Responden

χ_i = Nilai pada Setiap Data di Instrumen

γ_i = Nilai pada Setiap Data di Kriteria

3.8.2.2. Uji Reliabilitas Data

Menurut (Wibowo, 2021:25) Uji reliabilitas merupakan instrumen berharga yang digunakan untuk menilai konsistensi dan keterandalan hasil kuesioner, yang mencakup semua indikator yang terkait dengan variabel yang digunakan dalam penelitian. Melalui evaluasi ini, peneliti bertujuan untuk memastikan tingkat stabilitas dan keakuratan data yang diperoleh dari kuesioner. Dengan melakukan uji reliabilitas kuesioner, peneliti dapat memvalidasi kekokohan dan koherensi tanggapan yang diberikan oleh para peserta. Analisis komprehensif ini memastikan bahwa hasil kuesioner dapat diandalkan dan dapat digunakan dengan percaya diri sebagai dasar yang dapat dipercaya untuk menarik kesimpulan.

$$r_i = \frac{k}{(k - 1)} \frac{\{1 - \sum S_i^2\}}{S_{t^2}}$$

Rumus 3.4 Uji Reliabilitas

Keterangan:

r_i = Koefisien reliabilitas Alfa Cronbach

k = Nominal unit per soal

$\sum S_i^2$ = Nominal varians nilai dalam setiap unit soal

S_{t^2} = Varians total

3.8.3. Uji Asumsi Klasik

3.8.3.1. Uji Normalitas

Menurut (wibowo,2021) Uji normalitas melayani tujuan khusus dalam metode regresi, berusaha untuk menentukan apakah variabel independen dan dependen menunjukkan distribusi normal. Dengan menggunakan data untuk penilaian statistik ini, peneliti bertujuan untuk mengukur sejauh mana data tersebut sesuai dengan kurva berbentuk lonceng standar, yang merupakan karakteristik dari distribusi normal. Tes ini memungkinkan peneliti untuk mengevaluasi simetri dan bentuk distribusi data dan memastikan apakah sesuai dengan asumsi yang diperlukan untuk analisis regresi.

$$X^2 = \sum \frac{(O_i - E_i)^2}{E_i}$$

Rumus 3.5 Uji Normalitas

Keterangan:

X^2 = Nilai dari X^2

O_i = Nilai dari observasi

E_i = Nilai harapan

Ketika model regresi terdiri dari residual dengan distribusi normal, uji normalitas menentukan apakah nilai residual biasanya terdistribusi atau tidak. Kesalahan sering terjadi pada uji normalitas karena dilakukan pada masing-masing variabel dan tidak dilarang, namun model regresi ini memerlukan normalitas yang nilai residualnya bukan merupakan variabel pencarian, sehingga pengujian tidak dilakukan karena terdapat nilai residual pada masing-masing variabel. Untuk melakukan uji normalitas ini dapat dilakukan dengan menggunakan uji histogram, uji Chi-kuadrat, uji P-Plot regular. Uji Noramalitas Nilai Kolmogorov-Smirnov

digunakan dalam uji normalitas untuk pengambilan keputusan jika nilai Sig > 0,05, maka akan terjadi distribusi normal.

3.8.3.2. Uji Multikolonieritas

Menurut (Tanzeh *et al.*, 2020) Uji multikolinieritas merupakan pemeriksaan penting yang dilakukan untuk menilai adanya korelasi yang tinggi atau sempurna di antara variabel bebas yang digunakan dalam analisis regresi. Tujuan utamanya adalah untuk menentukan apakah ada hubungan timbal balik tersebut, karena berpotensi mempengaruhi keandalan dan akurasi hasil regresi. Untuk mendeteksi adanya multikolinearitas, peneliti biasanya mengacu pada nilai Variance Inflation Factor (VIF). Jika nilai VIF melebihi 10 menandakan adanya gejala multikolinearitas antar variabel bebas. Sebaliknya, nilai VIF di bawah 10 menunjukkan tidak adanya fenomena multikolinearitas. Melalui pengujian ini, peneliti dapat mengidentifikasi potensi masalah yang timbul dari multikolinearitas dan mengambil tindakan yang tepat untuk mengatasi atau mengurangi dampaknya.

3.8.3.3. Uji Heterokedastisitas

Menurut (Tanzeh *et al.*, 2020) Uji heteroskedastisitas adalah alat analisis penting yang digunakan untuk menilai kesesuaian varian dalam residual di berbagai pengamatan. Tujuan utamanya adalah untuk menguji apakah dispersi residu dalam satu pengamatan berbeda secara signifikan dari pengamatan lainnya. Untuk melakukan uji heteroskedastisitas, peneliti biasanya menggunakan metode Scatter Plot, yaitu dengan memplot nilai ZPRED (nilai prediktif) terhadap nilai SRESID (nilai residu). Dengan memeriksa Scatter Plot secara visual, peneliti dapat mengidentifikasi pola atau tren apa pun dalam distribusi residu. Jika titik-titik pada

Scatter Plot tersebar secara acak dan merata di sekitar garis yang paling cocok, ini menunjukkan adanya homoskedastisitas, yang menunjukkan bahwa varian dalam residu tetap konstan di berbagai pengamatan. Di sisi lain, jika titik-titik menunjukkan bentuk corong yang berbeda atau menampilkan dispersi yang tidak rata, ini menunjukkan heteroskedastisitas, yang menandakan bahwa varian residu bervariasi di antara pengamatan.

3.8.4. Uji Pengaruh

3.8.4.1. Analisis Regresi Linier Berganda

Menurut (Sanusi, 2021) Analisis regresi linier berganda adalah pendekatan analitik yang digunakan ketika jumlah variabel meningkat dari satu variabel menjadi dua atau lebih variabel independen. Ini memungkinkan peneliti untuk mempelajari hubungan antara variabel dependen tunggal dan beberapa variabel independen secara bersamaan. Metode ini berusaha mengungkap sejauh mana masing-masing variabel independen mempengaruhi variabel dependen dengan tetap mempertimbangkan dampak potensial dari variabel independen lainnya.

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

Rumus 3.6 Analisis Regresi Linier Berganda

Keterangan:

Y = Variabel dependen

α = Konstanta

X1, X2 dan X3 = Variabel independen

b = Nilai koefisien regresi

3.8.4.2. Uji Koefisien Determinasi (R²)

Menurut (wibowo,2021) Uji koefisien determinasi adalah penilaian statistik yang digunakan untuk memastikan sejauh mana satu atau lebih variabel independen, dilambangkan sebagai X, berkontribusi terhadap variabilitas yang diamati pada variabel dependen Y. Tes ini menghasilkan koefisien determinasi, yang mengukur proporsi variabilitas dalam variabel dependen yang dapat dijelaskan oleh variabel independen.

Melalui uji koefisien determinasi, peneliti dapat mengevaluasi kekuatan hubungan antar variabel yang diteliti. Koefisien determinasi yang tinggi menunjukkan hubungan yang kuat antara variabel independen dan dependen, menandakan bahwa sebagian besar variasi variabel dependen dapat dikaitkan dengan variabel independen. Sebaliknya, koefisien determinasi yang rendah menunjukkan hubungan yang lebih lemah, menyiratkan bahwa variabel independen mungkin memiliki pengaruh terbatas pada variasi variabel dependen.

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

Rumus 3.7 Uji Koefisien Determinasi (R²)

Keterangan:

Kd = Koefisien determinasi

r = Koefisien korelasi

3.9. Uji Hipotesis

3.9.1. Uji t (Uji Parsial)

Menurut (wibowo,2021) Uji-t, juga dikenal sebagai uji parsial, berfungsi sebagai alat statistik yang kuat yang digunakan untuk menguji pengaruh individu dari variabel independen terhadap variabel dependen. Tujuan utamanya adalah untuk menilai apakah variabel independen memiliki pengaruh yang signifikan dalam menjelaskan variasi yang diamati pada variabel dependen. Tes ini dilakukan pada tingkat signifikansi yang telah ditentukan sebelumnya, biasanya ditetapkan pada 0,05, dan derajat kebebasan dihitung sebagai $(n-k-1)$, di mana 'n' mewakili jumlah total pengamatan, dan 'k' mewakili jumlah variabel independen. dalam model.

Untuk melakukan pengujian hipotesis dengan menggunakan uji-t, peneliti membandingkan dua nilai kritis yaitu thitung dan ttabel. Thitung adalah nilai t hitung yang berasal dari data sampel, sedangkan ttabel adalah nilai t yang ditabulasi atau kritis berdasarkan tingkat signifikansi dan derajat kebebasan yang dipilih. Jika nilai thitung melebihi nilai ttabel, hal ini menunjukkan bahwa variabel independen berpengaruh signifikan terhadap variabel dependen. Sebaliknya, jika nilai thitung turun di bawah nilai ttabel, hal itu menunjukkan bahwa pengaruh variabel independen mungkin tidak signifikan secara statistik dengan kriteria yaitu:

- 1 Apabila $t_{hitung} > t_{tabel}$ maka H_0 ditolak atau H_1 bisa diterima artinya secara parsial terdapat pengaruh.
- 2 Apabila $t_{hitung} < t_{tabel}$ maka H_0 bisa diterima atau H_1 ditolak artinya secara parsial tidak terdapat pengaruh.

3.9.2. Uji f (Uji Simultan)

Menurut (wibowo,2021) Uji-f, juga dikenal sebagai uji simultan, merupakan alat statistik berharga yang digunakan untuk menilai apakah ada efek kolektif dari semua variabel independen yang ditempatkan secara bersamaan dalam model regresi terhadap variabel dependen. Tujuan utama dari pengujian ini adalah untuk menentukan apakah kelompok variabel independen, secara bersama-sama, secara signifikan mempengaruhi variabel dependen. Evaluasi ini dilakukan pada tingkat signifikansi yang telah ditentukan sebelumnya, biasanya ditetapkan pada 0,05, dan merupakan tujuan statistik utama dalam uji-f.

Untuk melakukan pengujian hipotesis dengan menggunakan uji-f, peneliti membandingkan dua nilai kritis yaitu F_{hitung} dan F_{tabel} . F_{hitung} adalah nilai-F yang dihitung yang berasal dari data sampel, sedangkan F_{tabel} adalah nilai-F yang ditabulasi atau kritis berdasarkan tingkat signifikansi yang dipilih dan derajat kebebasan yang terkait dengan model regresi. Jika nilai F_{hitung} melebihi nilai F_{tabel} , hal ini menunjukkan bahwa terdapat efek kolektif yang signifikan secara statistik dari semua variabel independen terhadap variabel dependen. Di sisi lain, jika nilai F_{hitung} turun di bawah nilai F_{tabel} , ini menunjukkan bahwa kelompok variabel independen mungkin tidak memiliki dampak gabungan yang signifikan terhadap variabel dependen dengan kriteria yaitu:

1. Apabila $F_{hitung} > F_{tabel}$ maka H_0 ditolak dan H_1 bisa diterima artinya secara simultan terdapat pengaruh.
2. Apabila $F_{hitung} < F_{tabel}$ maka H_0 bisa diterima dan H_1 ditolak artinya secara simultan tidak terdapat pengaruh.