

BAB III

METODE PENELITIAN

3.1. Jenis Penelitian

Jenis penelitian ini mencakup keputusan seperti strategi, persiapan strategis, persiapan penelitian untuk perbaikan dan perumusan pertanyaan penelitian. Persetujuan penelitian kemudian harus diperoleh dari lembaga yang bertanggung jawab atas publikasi. Firmanto (2020). Metode survei bekerja sebagai jenis penelitian, yaitu. memperoleh informasi tentang lokasi yang diteliti dengan cara mengumpulkan informasi. Teknik pengumpulan data dengan menyebarkan kuesioner dan berbagi informasi melalui Google form. Periklanan (X1) sebagai variabel independent, sales promotion (X2) sebagai variabel independent, citra merek (X3) sebagai variabel independent, dan juga minat beli ulang (Y) sebagai variabel dependent.

3.2. Sifat Penelitian

Jenis pemeriksaan dalam eksplorasi yang digunakan adalah metode kuantitatif. Seperti yang diungkapkan oleh (Kurniawan Dan Puspitaningtyas, 2016: 18) yang dikutip dalam (Ovi Prima Novri, 2021) yang mengungkapkan bahwa penelitian kuantitatif adalah suatu penelitian yang terstruktur dan yang mengkuantifikasikan data dalam maksud digeneralisasikan. ditertujukan dalam. Dalam metode kuantitatif ini digunakan untuk meneliti suatu sampel yang telah

ditentukan. Dan juga sesuai dengan yang diungkapkan oleh Sugiyono, 2018: 67 mengungkapkan bahwa Metode kuantitatif adalah teknik penelitian yang didasarkan pada gagasan positivisme, yang digunakan untuk menguji teori analisis. Selain itu, penelitian ini bersifat proksimat-kausal, yaitu mengkaji hubungan antara kemungkinan suatu keadaan dan akibat logisnya melalui pengamatan akibat.

3.3 Lokasi Dan Periode Penelitian

3.3.1. Lokasi Penelitian

Subyek lokasi penelitian ini adalah Desa Sukajad Kota Batam Provinsi Kepulauan Riau. Selain mensosialisasikan penelitian, juga diteliti pengaruh iklan, promosi, dan citra merek terhadap minat beli ulang pengguna toko online Shopee di Kota Batam.

3.3.2. Priode Penelitian

Periode penelitian yang dilakukan adalah dimulai dari awal bulan februari 2023 - juni 2023 penyelesaian tugas akhir. Penelitian dilakukan secara online bagi pengguna shopee atau yang pernah menggunakan aplikasi shopee. Berikut disajikan dalam bentuk tabel:

Tabel 3.1 Periode Penelitian

Kegiatan	Tahun, Bulan, dan Pertemuan													
	2023										2024			
	Februari		Maret			April		Mei			Juni			
	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14
Pengajuan Judul	■	■	■											
Studi Pustaka			■	■	■	■								
Metodologi Penelitian						■	■	■						
Penyusunan Kuesioner								■	■					
Penyebaran Kuesioner										■	■	■		
Mengumpulkan kuesioner										■	■	■		
Pengolahan Data											■	■	■	
Penyelesaian Penelitian													■	■

Sumber: Penulis 2023

3.4 Populasi Dan Sampel

3.4.1. Populasi

Dalam pengambilan sampel dapat diambil semua populasinya apabila jumlah respondennya kurang dari 100. sesuai dengan penjelasan penelitian yang dilakukan oleh (Sugiyono, 2019) mengungkapkan bahwa Populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri dari bagian dari subjek atau benda dengan kualitas dan

sifat yang unik sehingga dapat disimpulkan secara menyeluruh. Populasi di dalam riset ini yaitu penduduk yang bertempat tinggal Di Kelurahan Sukajadi Batam Kota yang menggunakan aplikasi Shopee. Oleh karena jumlah penduduk di Kelurahan Sukajadi Batam Kota banyak, maka peneliti membatasi jumlah populasi dalam penelitian ini berdasarkan kelompok perempuan menurut pekerjaan sebanyak 1.582 orang.

3.4.2 Sampel

Dalam Sugiyono (2016: 81) mengungkapkan bahwa sampel merupakan bagian dari jumlah dan karakteristik populasi. Dalam teknik analisis *sampling* yang digunakan adalah *non probability sampling* yang dimana non probability sampling adalah sebagai teknik pengambilan sampel dengan tidak memberikan peluang atau kesempatan yang sama kepada setiap populasi ketika sampel di tentukan, karena sampel yang diteliti adalah teknik penentuan sampel dengan pertimbangan tertentu. Adapun sampel yang digunakan dalam penelitian adalah konsumen pengguna E-Commerce Shopee Di Kelurahan Belian Batam Kota. Tabel sampelnya dapat dilihat dibawah ini:

Tabel 3.2 Jumlah Penduduk Perempuan Menurut Pekerjaan Di Kelurahan Sukajadi Batam Kota Tahun 2022

Pekerjaan	Jumlah
Aparatur/pejabat negara	102
Tenaga pengajar	16
Wiraswasta	835
Pertanian/peternakan	1
Pelajar/mahasiswa	628
Jumlah total	1.582

Sumber: Kelurahan Sukajadi Batam Kota, Tahun 2022

3.4.2. Teknik Penentuan Besar Sampel

Dalam sugiyono (2018: 81) contohnya adalah ruang penduduk yang memiliki kualitas dan angka. Pada penelitian ini sampel yang digunakan adalah masyarakat yang menggunakan platform Shopee Di Kelurahan Sukajadi Batam Kota, penentuan jumlah sampel dalam penelitian ini menggunakan rumus slovin:

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

Rumus 3.1 Rumus slovin

Keterangan:

n = Ukuran sampel

N = Jumlah Populasi

ε = Standar Error (0,05)

Berdasarkan rumus diatas diperoleh sampel sebanyak:

$$n = 1.582 / 1 + 1.582 (0,05)^2$$

$$n = 1.582 / 1 + 1.582 (0,0025)$$

$$n = 1.582 / (1 + 3,955)$$

$$n = 1.582 / 4,955$$

$$n = 320$$

Berdasarkan perhitungan diatas maka Sampel dalam penelitian ini sebanyak 320 responden.

3.4.3. Teknik Sampling

Peneliti menggunakan teknik non-probability-based sampling. Untuk menentukan sampel tidak ada teknik pengambilan sampel yang memberikan kesempatan yang sama untuk memilih setiap komponen populasi atau populasi, dan teknik pengambilan sampel adalah purposive sampling yang menurut Sugiyono (Lenaini, 2021) menunjukkan bahwa teknik pengambilan sampel adalah. Ada pertimbangan tertentu.

Dalam penelitian ini, peneliti menentukan unsur-unsur contoh reflektif standar, yaitu: (1) Responden dalam penelitian ini adalah konsumen wanita di wilayah Sukajad yang berbelanja di toko online Shopee. (2) Responden berusia 19 tahun ke atas (dengan asumsi repeat buyer adalah wanita yang bekerja di Kelurahan Sukajad Kota Batam). dan responden sekarang mengerti dan peduli tentang berbelanja.

3.5 Sumber Data

Dalam Sugiyono, (2020: 137) mengungkapkan menunjukkan bahwa sumber informasi merupakan tahapan informasi yang penting, mengingat tujuan utama dari kegiatan pencarian adalah untuk memperoleh informasi. Informasi penting dan informasi opsional dapat digunakan dalam pengumpulan data. Informasi penelitian merupakan informasi yang penting, terutama informasi yang peneliti peroleh langsung dari hasil wawancara dengan responden. Teknik pengumpulan data dalam pengujian ini menggunakan survey atau jajak pendapat. Jajak pendapat merupakan suatu metode informasi dimana responden dapat menjawab pertanyaan (Sugiyono, 2013). Survei digunakan untuk membuat data pengujian yang berbeda dan menawarkannya kepada responden yang memenuhi persyaratan pengujian penelitian. digunakan untuk pengumpulan informasi. Data

audit ini merupakan informasi kritis, terutama data yang terus menerus peneliti terima langsung dari responden survei. Teknik pengumpulan data yang digunakan dalam tes ini adalah jajak pendapat atau jajak pendapat. Jajak pendapat merupakan cara mengumpulkan informasi dengan mengajukan banyak pertanyaan kepada responden (Sugiyono, 2013). Berbagai data uji dikumpulkan melalui survei dan ditawarkan secara online kepada responden yang memenuhi persyaratan uji penelitian. Google mendistribusikan survei online kepada responden sebagai tautan terstruktur, dan responden diminta untuk menyelesaikan survei menggunakan tautan yang disediakan.

4.5.1. Data Primer

Dalam sugiyono, (2020: 137) Informasi penting adalah materi penting yang diteruskan ke otoritas informasi tanpa melalui departemen yang berbeda. Penulis mengumpulkan informasi penting melalui survei terkait tentang struktur yang diberikan kepada konsumen bisnis Kota Batam. Pertanyaan yang relevan adalah pernyataan yang konsisten dengan faktor yang dianalisis oleh pabrikan dan dibulatkan oleh pelanggan.

4.5.2 Data Sekunder

Dalam sugiyono, (2020: 137) informasi opsional, yaitu. H. Materi yang ditawarkan dengan cara yang berbeda dalam informasi yang berbeda, seperti pertemuan atau catatan yang berbeda. Informasi lebih lanjut bisa Anda dapatkan

jika mengetahui jumlah total pelanggan Shopee di Indonesia dan jumlah penduduk kota Batam.

3.6 Metode Pengumpulan Data

Kuesioner dengan 100 responden digunakan sebagai metode pengumpulan data untuk mendapatkan informasi yang akurat dan relevan. Oleh karena itu, untuk memperoleh informasi tersebut, penulis menyebarkan kuesioner kepada konsumen yang menggunakan perdagangan elektronik di Desa Belian Kota Batam. Skala yang digunakan dalam penelitian ini adalah skala Likert, yang menanyakan apakah Anda setuju atau tidak setuju dengan setiap pertanyaan:

Tabel 3.3 Skala Likert

Skala likert		Nilai
(STS)	Sangat tidak setuju	1
(TS)	Tidak setuju	2
(N)	Netral	3
(S)	Setuju	4
(SS)	Sangat setuju	5

Sumber: (Sugiyono, 2020: 93)

3.7 Defenisi Operasional Variabel Penelitian

Faktor fungsional biasanya merupakan bagian dari aturan, bertindak sebagai ide fungsional yang didelegasikan oleh analisis, diketahui dan dipandu berdasarkan masalah yang dibahas, sehingga akhirnya dapat disimpulkan bahwa

substansi umum itu ada (Sugiyono, 2020: 35). Peneliti memanfaatkan faktor bebas dan variabel terikat yang digambarkan sebagai berikut:

3.7.1 Variabel Independen (*Independen Variable*)

Faktor independen adalah keadaan di mana analisis memilih faktor yang akan dievaluasi dan dikendalikan untuk mengidentifikasi masalah yang sedang dipertimbangkan. Dalam penelitian ini variabel independen (variabel bebas) adalah periklanan (X1), promosi (X2), dan citra merek (X3).

Variabel bebas (X1) penelitian ini adalah iklan dengan indikator sebagai berikut:

1. Dapat menarik perhatian. Iklan yang disajikan dengan baik dapat menarik perhatian audiens. Oleh karena itu, periklanan dilakukan dengan gambar yang menarik atau indah, font dan warna yang serasi dan menawan, tersusun dari kata-kata yang mengandung janji dan jaminan serta menggambarkan kualitas produk yang diiklankan.
2. Iklan yang menarik dan terlihat merangsang rasa ingin tahu konsumen untuk melihat lebih dekat merek mana yang sedang dipromosikan. Dan ini biasanya dirancang dengan elemen periklanan yang familiar dan disertai dengan kampanye yang menarik perhatian.
3. Dapat menyebabkan mengidam. Selain mampu menarik dan menarik perhatian, periklanan yang baik juga harus memikat konsumen untuk mencoba merek yang diiklankan.

4. Buat aktivitas. Setelah keinginan yang sangat kuat, konsumen langsung mengambil keputusan untuk membeli merek atau produk yang diiklankan, dan jika konsumen merasa puas dengan hasil produk dan merek tersebut, konsumen dapat mengkonsumsinya atau mengulangnya beli produknya.

Variabel Sales Promotion (X2) sebagai variabel kedua dengan indikator sebagai berikut:

1. Melalui periklanan yang tujuan utamanya adalah memperkenalkan produk kepada konsumen.
2. Melalui penjualan langsung, dimana strategi ini bertujuan untuk memperkenalkan produk secara langsung kepada konsumen.
3. Tujuan dari promosi penjualan strategis adalah membujuk konsumen untuk membeli barang yang ditawarkan.
4. Hubungan konsumen mencapai hal ini dengan mempertahankan reputasi baik pabrikan atas produk yang dijual.
5. Publikasikan melalui media iklan gratis.
6. Melalui promosi khusus dengan cara melakukan pemajangan produk terbaik yang dimiliki, membuat tempat menarik untuk dipajang suatu produk, adanya undian berhadiah.

Variabel ketiga dalam penelitian ini adalah Citra Merek (X3) dengan petunjuk sebagai berikut:

1. Citra perusahaan. Ini adalah gambar yang dibuat dalam suatu organisasi atau kelompok interpersonal untuk membangun citra dan memainkan peran penting dalam keputusan banyak orang atau pembeli sebelum membeli suatu produk.

2. Gambar barang. Sebuah gambar dibingkai pada artikel yang berisi karakteristik, keunggulan dan kegunaan produk bagi pembeli, serta sertifikasi.
3. Gambar pelanggan. Gambar menunjukkan pelanggan menggunakan barang atau jasa sesuai dengan karakter, status sosial, gaya hidup, dll.

3.7.2 Variabel Dependen (Dependent Variable)

Variabel dependen adalah ekspresi yang berubah dan merespons ketika digabungkan dengan faktor independen. Faktor-faktor tersebut harus dipengaruhi atau dipengaruhi (Prawira & Yasa, 2018: 19). Dalam penelitian ini, variabel terikat (dependent variable) adalah minat beli ulang (Y).

Variabel terikat (Y) dalam penelitian ini adalah pendapatan pembelian dengan penanda sebagai berikut:

1. Minat transaksional adalah kebiasaan konsumen untuk sering membeli ulang produk yang sudah dikonsumsi.
2. Minat referensial adalah kebiasaan konsumen dalam menyarankan suatu produk yang pernah dibelinya, supaya orang lain juga membeli, dengan kenyataan yang dikonsumsi.
3. Minat preferensial adalah minat yang menjelaskan perilaku konsumen yang sering mempunyai saran utama akan suatu produk yang dikonsumsi. Saran ini hanya bisa diganti apabila terjadi sesuatu pada produk preferensinya.
4. Minat eksploratif adalah minat ini menunjukkan tingkah laku konsumen yang sering mencari informasi tentang suatu produk yang dikonsumsi dan mencari informasi dalam mendukung sikap positif akan produk yang dibelinya.

Tabel 3.4 Defenisi Operasional Variabel

Variabel	Defenisi	Indikator	Skala
Iklan (X1)	Iklan adalah bauran dari promosi yang memiliki tujuan dalam menginformasikan suatu produk yang dihasilkan oleh produsen untuk masyarakat (Ovi Prima Nofri, 2021)	Dapat menimbulkan perhatian. Menarik Dapat menimbulkan keinginan Menghasilkan suatu tindakan	Likert
Sales Promotion (X2)	Sales promotion adalah suatu strategis yang dilakukan untuk mengenalkan produk suatu barang atau jasa yang sudah diproduksi oleh suatu perusahaan (Kartini et.al, 2021)	Melalui iklan Melalui penjualan Melalui promosi penjualan Melalui hubungan kepada konsumen Melalui publikasi Melalui promosi	Likert

Citra Merek (X3)	Citra merek adalah bagian dari keseluruhan pemikiran akan merek serta bentuk akan informasi dan pengalaman yang pernah ada terhadap merek tersebut (Wahyuati, 2016)	Atribut produk Keuntungan bagi konsumen Kepribadian merek Faktor merek	Likert
Minat Beli Ulang (Y)	Minat beli ulang adalah melahirkan sesuatu yang dapat diingat didalam pikiran seorang konsumen yang memiliki tujuan untuk dapat mengonsumsi serta menikmati sebuah produk yang ada dalam benak konsumen (Fitriah, 2018)	Minat transaksional Minat referensial Minat preferensial Minat eksploratif	Likert

Sumber, Peneliti 2023

3.8 Metode Analisis Data

Dalam Berliana Citra Hapsari, 2022, dalam penelitian ini penyebaran kuesioner melalui google form yang merupakan salah satu metode pengumpulan

data yang dibagikan kepada konsumen. Pembedahan data dilakukan dengan cara mengisolasi dataset yang disajikan oleh penulis, jenis responden dan melengkapi penilaian. Dalam pengujian teori yang diajukan, beberapa pengujian yang terbukti membawa penyelesaian penelitian ini juga dimasukkan dalam pengujian terkait.

3.8.1 Analisis Deskriptif

Kajian yang dilakukan oleh (Isnawati & Risfendra, 2020) menunjukkan bahwa analisis deskriptif digunakan untuk memberikan deskripsi atau deskripsi yang ringkas dan akurat tentang suatu peristiwa dan kemudian memperoleh jawaban atas pertanyaan yang berkaitan dengan posisi terperiksa. Cara terbaik untuk menanggapi penjelasan spekulatif untuk masalah penelitian ini adalah dengan memilah data menurut penulis. Dari tabel di bawah ini:

Tabel 3.5 Skala Likert

No	Pernyataan	Kode	Skor
1.	Sangat Setuju	SS	5
2.	Setuju	S	4
3.	Netral	N	3
4.	Tidak Setuju	TS	2
5.	Sangat Tidak Setuju	STS	1

Sumber: Penulis Tahun 2023

3.8.2 Uji Kualitas Data

3.8.2.1 Uji Validitas Data

Uji validitas digunakan untuk mengetahui valid atau tidak validnya alat ukur yang berupa pertanyaan-pertanyaan dalam sebuah kuesioner. Validitas kuesioner dievaluasi dengan menggunakan uji validitas yang dimana hasil dari suatu penelitian dianggap valid jika konsisten dengan data yang sebenarnya

ditemukan pada suatu hal yang sedang dipelajari. Uji validitas menilai ketepatan alat ukur penelitian terhadap pokok bahasa yang dinilai. Pertanyaan-pertanyaan pada kuesioner adalah alat ukur yang dibahas disini (Janna Dan Herianto, 2021). Validitas dapat diukur menggunakan rumus sebagai berikut:

$$R_{xy} = \frac{n(\sum x_i y_i) - (\sum x_i)(\sum y_i)}{\sqrt{(n(\sum x_i^2) - (\sum x_i)^2)(n(\sum y_i^2) - (\sum y_i)^2)}}$$

Rumus 3.2 pearson product moment

Sumber : (Yusup, 2018)

Keterangan :

R_{xy} : koefisien korelasi tiap item

$\sum xy$: jumlah skor perkalian x dan y

$\sum x$: jumlah nilai variabel x

$\sum y$: jumlah nilai variabel y

$\sum x^2$: jumlah pangkat nilai variabel x

$\sum y^2$: jumlah pangkat nilai variabel y

N : jumlah sampel responden

Pengujian dengan uji dua sisi terhadap taraf signifikansi 0,05. Kriteria pengujian tersebut antara lain:

Apabila $r_{\text{hitung}} < r_{\text{tabel}}$ (uji 2 sisi dengan sig. 0,05) maka instrumen atau poin-poin pertanyaan tidak berkorelasi signifikan terhadap skor total (dikatakan tidak valid).

Apabila $r_{\text{hitung}} > r_{\text{tabel}}$ (uji 2 sisi dengan sig. 0,05) maka instrumen atau poin-poin pertanyaan berkorelasi signifikan terhadap skor total (dikatakan valid).

3.8.2.2 Uji Reliabilitas

Kuesioner yang menjadi indikator suatu variabel atau konstruk diukur dengan menggunakan uji reliabilitas. Jika tanggapan seseorang terhadap pernyataan pada kuesioner konstan atau stabil sepanjang waktu, itu dianggap dapat diandalkan atau dipercaya (Janna Dan Herianto, 2021) dengan rumus berikut:

$$k \frac{k - \{1 - \sum S_i^2\}}{(k - 1) S_t^2}$$

Rumus 3.3 alfa cronbach

(Yusup, 2018)

Keterangan :

r_t : Koefisien realibilitas Alfa Cronbach

k : banyaknya butir pertanyaan

$\sum x^2$: jumlah butir varians skor tiap item

X^2 : varians total skor

3.8.3 Uji Asumsi Klasik

3.8.4 Uji Normalitas

Sesuai dengan penelitian yang dilakukan oleh (Mardiatmoko, 2020) uji normalitas dilakukan dalam mengetahui nilai residual terdistribusi normal atau tidak. Untuk mengetahuinya dengan cara memperhatikan penyebaran data yang terdapat pada sumber diagonal dalam grafik normal p-p plot of regression standardized sebagai dasar dalam pengambilan keputusan. Untuk menggunakan uji normalitas digunakan metode uji one sample kolmogorov smirnov yang penggunaannya menyiratkan bahwa apabila jika kepentingannya dibawah 0,05 ini akan menunjukkan bahwa informasi yang dicoba mempunyai perbedaan kritis dengan informasi tipikal standar, yang menunjukkan bahwa informasi tersebut tidak biasa.

Gunakan diagram histogram dan diagram plot porositas untuk memeriksa keteraturan. Pendekatan lain untuk memeriksa keteraturan adalah jika fokus tetap dekat dengan garis miring, residu dapat dikomunikasikan sebagai disebarluaskan secara teratur. Model tersebut memenuhi dugaan kewajaran pada tikungan tidak menyimpang kesatu sisi atau kanan atau disebut seimbang.

3.8.3.2 Uji Multikolinearitas

Ghozali, 2011:160, mengungkapkan bahwa uji multikolinearitas ditunjukkan untuk mengetahui deteksi gejala korelasi atau hubungan antar variabel bebas atau independen dalam model regresi tersebut. Asumsi multikolinearitas

mengungkapkan bahwa variabel independen harus terbebas dari gejala multikolinearitas. Uji multikolinearitas dapat dilakukan dengan cara:

Jika nilai nilai *tolerance* > 0.1 dan nilai VIF (*Variance Inflation Factors*) < 10 , maka dapat disimpulkan bahwa tidak ada multikonearitas antar variabel independen dalam model regresi .

3.8.3.3 Uji Heterokedasitas

Uji heterokedasitas menguji apakah dalam sebuah model regresi terjadi ketidaksamaan varians dan residual dari satu pengamatan ke pengamatan lain. Jika varians dan residual dari suatu pengamatan ke pengamatan lain tetap maka disebut homo kedastitas dan jika varians berbeda disebut hetero kedastisitas. Deteksi adanya hetero kedastisitas dapat dilakukan dengan melihat grafik scatterplot. Dasar pengambilan keputusannya adalah (Ghozali, 2012).

Jika ada pola tertentu seperti titik-titik (poin-poin) yang membentuk suatu pola tertentu yang teratur (bergelombang, melebar, kemudian menyempit) maka terjadi heterokedasitas.

Jika tidak ada pola yang jelas serta titik-titik menyebar di atas dan di bawah angka 0 pada sumbu Y maka tidak terjadi heterokedasitas.

3.8.3 Uji Pengaruh

3.8.3.1 Analisis Regresi Linear Berganda

Menurut Mardiatmoko, 2020 analisis regresi dilakukan dalam mengetahui hubungan antar variabel independen terhadap variabel dependen secara parsial maupun secara bersamaan. Persamaan yang digunakan dalam regresi linear berganda dapat dinyatakan dengan rumus sebagai berikut:

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

Rumus 3.4 Regresi Linear Berganda

3.8.3.2 Analisis Koefisien Determinasi (R^2)

Menurut Latief & Apiska, 2019 mengungkapkan bahwa koefisien determinasi digunakan untuk mengetahui nilai variabel independen (X) yang ditimbulkan oleh variabel (Y). Koefisien determinasi (R^2) memiliki tujuan untuk mengetahui tingkatan ketepatan yang baik didalam analisa regresi. Hal ini dijelaskan dengan nilai koefisien determinasi (R^2) berada direntang nilai (0 dan 1 ($0 < R^2 < 1$)). R^2 menjelaskan bagian dari perbedaan dalam variabel bergantung (Y) yang diklarifikasi oleh faktor otonom pada saat yang sama. Jika koefisien determinasi 0 variabel independen tidak memiliki pengaruh terhadap variabel dependen. Apabila koefisien determinasi (R^2) mendekati nilai 1 maka dinyatakan bahwa variabel independen memiliki hubungan terhadap variabel dependen.

3.9 Uji Hipotesis

3.9.1 Uji T (Parsial)

Sesuai penelitian yang dilakukan oleh Mardiatmoko, 2020 mengungkapkan bahwa uji t digunakan untuk mengetahui apakah variabel independen (bebas) memiliki pengaruh secara parsial terhadap variabel dependen (terikat). Dalam uji t pengujian bisa dilakukan dengan cara menghitung perbandingan nilai t yang diperoleh dari nilai t yang terdapat pada tabel dengan nilai signifikan 5% (0,05) serta degree of freedom (df) sebesar n-k (n = jumlah sampel, k = jumlah variabel). Menurut Setiawati, 2021 uji t dapat dilakukan dengan cara menghitung perbandingan nilai thitung dengan ttabel dengan kriteria sebagai berikut:

- a. Bila $t_{hitung} > t_{tabel}$ dengan nilai signifikansi sebesar 0,05, maka H_0 ditolak dan H_1 diterima.
- b. Bila $t_{hitung} < t_{tabel}$ dengan nilai signifikansi sebesar 0,05, maka H_0 diterima dan H_1 ditolak.

3.9.2 Uji F (Simultan)

Menurut Mardiatmoko, 2020 uji f dilakukan untuk mengetahui apakah variabel independen (bebas) memiliki hubungan signifikan secara bersamaan terhadap variabel independen (terikat). Kriteria tersebut dilakukan dengan cara sebagai berikut:

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

Rumus 3.5 Uji F (Simultan)

Dalam mardiatmoko, 2020 kriteria pengambilan keputusan antara lain yaitu:

1. Jika $F \text{ hitung} < F \text{ tabel}$, dan nilai signifikan lebih dari 0,05 maka H_0 diterima dan H_a ditolak.
2. Jika $F \text{ hitung} > F \text{ tabel}$, dan nilai signifikan kurang dari 0,05
3. maka H_0 ditolak dan H_a diterima.