

## **BAB III**

### **METODE PENELITIAN**

#### **3.1 Jenis Penelitian**

Jenis penelitian inilah yang pada akhirnya akan menentukan kualitas dan keberhasilan suatu penelitian ilmiah. Jenis penelitian ini dapat mengontrol arah proyek penelitian dengan membuat desain penelitian. Dalam hal penelitian, jenis penelitian kuantitatif digunakan dalam penelitian ini. Metode kuantitatif dapat didefinisikan sebagai teknik berbasis yang diterapkan untuk mempelajari populasi atau sampel tertentu, mengumpulkan data melalui penggunaan instrumen penelitian, menganalisis data kuantitatif dan statistik, serta mendeskripsikan dan menguji hipotesis yang sudah ada sebelumnya (Sugiyono, 2022:23). Pendekatan yang digunakan dalam penelitian untuk memperoleh data penelitian ini digunakan survei. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui seberapa besar pengaruh *brand image*, promosi, dan kualitas produk terhadap keputusan pembelian motor Honda Capella Batam.

#### **3.2 Sifat Penelitian**

Penelitian ini bersifat asosiatif. Penelitian asosiatif melibatkan perumusan dan evaluasi teori mengenai korelasi antara dua variabel atau lebih (Sugiyono, 2022:20). Dalam penelitian hendaknya ada variabel independen dan dependen, karena hubungan antara variabel dengan subjek penelitian lebih bersifat kausal dengan penekanan pada sebab akibat. Tentang variabel yang berhubungan secara internal. Adapun variabel *brand image* (X1), promosi (X2), dan kualitas produk (X3) terhadap keputusan pembelian (Y) menjadi bahan penelitian ini.

### 3.3 Lokasi dan Periode Penelitian

#### 3.3.1 Lokasi Penelitian

Setiap rencana penelitian harus dilengkapi dengan jadwal kegiatan. Kegiatan apa saja yang akan dilakukan dan berapa lama tercantum dalam jadwal (Sugiyono, 2022:71). Oleh karena itu, wilayah lokasi penelitian ini dilakukan adalah di Capella Dinamik Nusantara, Bengkong yang terletak di Blok N No.1 – 4, Jl, Komplek Green Town Bengkong Ratu, Batam, Kepulauan Riau.

#### 3.3.2 Periode Penelitian

Periode penelitian ini ditetapkan dengan memanfaatkan berdasarkan kalender akademik tahun 2023 – 2024. Mengenai tabel periode penelitian, berikut penjelasan lebih rinci sebagai berikut:

**Gambar 3. 1** Jadwal Penelitian

No	Kegiatan	September 2023	Oktober 2023	November 2023	Desember 2023	Januari 2024
1	Menentukan judul					
2	Masalah Penelitian					
3	Studi Pustaka					
4	Menentukan Model Penelitian					
5	Penyusunan dan Penyebaran Kuesioner					

**Gambar 3. 1** Jadwal Penelitian

6	Pengolahan Data					
7	Pengumpulan Skripsi					

**Sumber:** Data Penelitian (2023)

### **3.4 Populasi dan Sampel**

#### **3.4.1 Populasi**

Populasi terdiri dari seluruh komponen yang akan digunakan untuk membuat generalisasi. Subyek utuh yang akan diukur, atau satuan kajiannya, adalah unsur populasi. Dari segi populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri dari: item/subyek dengan jumlah dan atribut tertentu yang dipilih oleh peneliti untuk diselidiki guna menarik kesimpulan. Dengan demikian, selain individu, populasi juga terdiri dari benda-benda dan benda-benda alam lainnya. Populasi suatu objek atau subjek mencakup seluruh atribut dan kualitasnya (Sugiyono, 2022:136). Populasi dalam penelitian ialah konsumen di Capella Honda Bengkong. Berdasarkan informasi jumlah konsumen di Capella Honda Bengkong adalah 323 konsumen. Data populasi ini diambil melalui akhir penjualan pada bulan September 2023.

#### **3.4.2 Teknik Penentuan Besar Sampel**

Sampel adalah sebagian dari ukuran dan susunan populasi. Peneliti dapat menggunakan sampel yang diambil dari suatu populasi, jika sampel tersebut terlalu besar untuk menyelidiki seluruh populasi karena alasan apa pun misalnya karena kurangnya sumber daya, waktu, atau energi. Populasi dapat memperoleh manfaat dari

temuan yang diambil dari sampel. Oleh karena itu, sampel yang diambil dari populasi harus mewakili secara akurat (Sugiyono, 2022:137).

Sampel yang digunakan dalam penelitian dapat dihitung dengan menggunakan rumus Slovin sesuai dengan pedoman di atas:

$$n = \frac{N}{1 + Ne^2} \quad \textbf{Rumus 3. 1 Slovin}$$

**Sumber:** (Sugiyono, 2022:149)

Keterangan:

n = ukuran anggota sampel.

N = ukuran anggota populasi

e = toleransi kesalahan (5%)

Perhitungan:

$$n = \frac{323}{1 + 323 (0,05)^2}$$

= 179,4 (di bulatkan menjadi 180)

Sehingga jumlah sampel diperoleh sejumlah 180 responden

### **3.4.3 Teknik Sampling**

Pengambilan sampel non-probabilitas adalah strategi pengambilan sampel yang dapat diterapkan ketika seseorang ingin membatasi ruang lingkup penelitian untuk mengkarakterisasi sampel dan mencegah generalisasi tentang populasi. *Purposive sampling* merupakan teknik yang dapat diterapkan. Adapun argumennya, *purposive sampling* adalah teknik yang melibatkan pemilihan sampel berdasarkan variabel tertentu (Sugiyono, 2022:139).

### **3.5 Sumber Data**

Sumber data primer dan sekunder dapat digunakan dalam penelitian ini, yang akan dibahas lebih rinci di bawah ini (Machali, 2021:49).

#### **1. Sumber data primer**

Sumber primer adalah sumber yang memberikan informasi secara langsung kepada pengumpul data. Pengumpulan data berdasarkan tekniknya mencakup beberapa data:

- a. Dengan melakukan penyebaran kuesioner kepada konsumen ataupun pembeli dari motor honda Capella Batam.

#### **2. Sumber Data Sekunder**

Sumber sekunder adalah sumber yang tidak secara langsung memberikan informasi yang dibutuhkan pengumpul data dengan kata lain, perantara digunakan untuk mengumpulkan data. Beberapa kumpulan data primer tersedia untuk digunakan dalam penelitian ini, termasuk:

- a. Data penjualan motor honda periode Januari – September.
- b. Data Top Brand motor Honda di Indonesia tahun 2022 – 2023.
- c. Data Promosi motor Honda Capella Batam
- d. Data hasil wawancara kualitas produk motor Honda Capella Batam

### **3.6 Metode Pengumpulan Data**

#### **3.6.1 Teknik Pengumpulan Data**

Pengumpulan data merupakan tujuan utama penelitian, maka prosedur pengumpulan data merupakan tahapan strategis yang paling krusial dalam proses

tersebut. Peneliti tidak akan memperoleh data yang memenuhi standar data yang dipersyaratkan jika mereka tidak memahami metodologi pengumpulan data. Seperti umumnya ada empat kategori metode pengumpulan data antara lain (Ahyar et al. 2020:121):

1. Observasi

Observasi langsung adalah melakukan observasi terhadap gejala – gejala suatu subjek tanpa menggunakan instrumen, baik observasi tersebut dilakukan dalam keadaan sebenarnya maupun dibuat hanya untuk itu (Ahyar et al. 2020:123).

2. Wawancara

Percakapan dengan tujuan tertentu, yang dilakukan lebih langsung atau lisan antara dua orang, disebut wawancara. Ada dua orang yang terlibat dalam percakapan tersebut: pewawancara (yang mengajukan pertanyaan) dan orang yang diwawancarai (yang menjawab pertanyaan) (Ahyar et al. 2020:137).

3. Dokumentasi

Cara mendapatkan data dengan mendokumentasikan data yang sudah ada. Jika dibandingkan dengan metode pengumpulan data lainnya, metode ini lebih sederhana. Metode untuk mengumpulkan data dan mendokumentasikannya adalah memperoleh informasi melalui pengambilan dokumen (Ahyar et al. 2020:149).

### **3.6.2 Instrumen Pengumpulan Data**

Kuesioner, atau daftar pernyataan, adalah alat pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian. Khususnya dengan mengirimkan survei kepada 180 responden. Skala

*Likert* digunakan sebagai skala pengukuran. *Skala Likert* adalah alat yang digunakan untuk mengukur sikap, keyakinan, dan persepsi individu atau kelompok terhadap isu-isu sosial. Fenomena sosial ini selanjutnya disebut sebagai variabel penelitian telah diidentifikasi secara tepat oleh peneliti untuk keperluan penelitian. Variabel indikator dibuat dengan mengubah variabel yang akan diukur menjadi *skala likert*. Setelah itu, indikator – indikator tersebut digunakan sebagai titik awal untuk membuat item instrumen, yang dapat berupa pertanyaan atau pernyataan (Sugiyono, 2022:158). Berikut tabel skala pengukuran yang dalam kuesioner:

**Tabel 3. 1** Skala Likert

<b>Pernyataan</b>	<b>Bobot/Penilaian</b>
Sangat Tidak Setuju (STS)	1
Tidak Setuju (TS)	2
Netral (N)	3
Setuju (S)	4
Sangat Setuju (SS)	5

**Sumber:** (Sugiyono, 2022:159)

### **3.7 Definisi Operasional Variabel Penelitian**

Pada hakikatnya variabel penelitian adalah segala sesuatu, dalam bentuk apapun, yang peneliti putuskan untuk diteliti guna mengumpulkan data dan menarik kesimpulan (Sugiyono, 2022:66). Variabel dalam penelitian ini sebagai berikut:

#### **3.7.1 Variabel Independen (X)**

Variabel yang mempengaruhi atau menyebabkan munculnya atau perubahan variabel terikat disebut dengan variabel bebas (Sugiyono, 2022:68). Variabel termasuk *brand image*, promosi, dan kualitas produk.

### **3.7.1.1 Brand Image**

*Brand Image* adalah deskripsi asosiasi pelanggan dan opini terhadap merek tertentu. Pelanggan akan lebih tertarik untuk membeli barang yang disediakan jika mempunyai citra merek yang positif (Dairina, 2022:1). Berikut indikator variabel *Brand Image* (Fasha et al., 2022:31):

1. Kesukaan yang terkait dengan merek
2. Kekuatan Pengaruh Asosiasi Merek
3. Keunikan Asosiasi Merek

### **3.7.1.2 Promosi**

Promosi adalah kegiatan internal yang berupaya mengkomunikasikan manfaat produk dan mendorong pelanggan untuk membeli produk yang tersedia. Salah satu aspek yang menentukan keberhasilan inisiatif pemasaran adalah promosi (Duan et al., 2019:131). Berikut beberapa indikator promosi (Ekowati et al., 2020:112):

1. Frekuensi promosi
2. Kualitas promosi
3. Kuantitas promosi
4. Waktu Promosi
5. Ketetapan atau kesesuaian promosi

### **3.7.1.3 Kualitas Produk**

Kualitas suatu merek atau produk menunjukkan seberapa baik merek tersebut memenuhi kewajibannya dan memenuhi harapan pelanggan. Pelanggan dapat mempercayai kualitas suatu produk jika mereka dapat melihatnya dari berapa lama



produk tersebut bertahan (Hanim et al., 2022:976). Berikut indikator Kualitas Produk (Ricardo et al., 2022:226):

1. Kinerja (*Performance*)
2. Keandalan (*Reliability*)
3. Daya Tahan (*Durability*)
4. Ketepatan waktu dan kenyamanan (*Timeliness and Convenience*)
5. Estetika (*Aesthetics*)

### **3.7.2 Variabel Dependen (Y)**

Variabel terikat adalah variabel yang dihasilkan dari adanya variabel bebas, baik yang mempengaruhinya maupun yang menjadi konsekuensinya (Sugiyono, 2022:68). Variabel terikat dalam penelitian ini adalah keputusan pembelian. Keputusan adalah hasil dari beberapa alternatif dengan mempertimbangkan secara hati-hati seluruh opsi potensial dan dampaknya, sejumlah solusi alternatif telah dipraktikkan. Setiap tindakan akan menghasilkan sebuah keputusan. Pilihan terakhir adalah opini atau Tindakan (Sitanggang & Damiyana, 2022:109). Berikut beberapa indikator keputusan pembelian (Cesariana et al.,2022:213):

1. Memilih Produk
2. Memilih Merek
3. Pemilihan saluran distribusi atau lokasi
4. Periode Pembelian
5. Jumlah Pembelian

### **3.8 Metode Analisis Data**

Analisis dapat dimulai setelah seluruh data dari responden dan sumber lain telah dikumpulkan. Cara analisis data meliputi, namun tidak terbatas pada, mengelompokkan data menurut variabel dan jenis responden, membuat tabulasi data menurut variabel dari seluruh responden, menyajikan data untuk setiap variabel yang diperiksa, melakukan perhitungan untuk menjawab rumusan masalah, dan melakukan perhitungan. untuk menguji hipotesis (Sugiyono, 2022:210).

### 3.8.1 Analisis Deskriptif

Istilah "analisis deskriptif" mengacu pada deskripsi responden yang memberikan pemahaman spesifik atau konseptual tentang variabel mana yang harus dipelajari dengan menggunakan keahlian mereka. Dalam memeriksa data berisi dua jenis statistik: *statistic deskriptif* dan *statistic inferensial*. Statistik digunakan dalam penyelidikan (Machali, 2021:206) .

### 3.8.2 Uji Statistik Deskriptif

Dengan tujuan menganalisis data tanpa menarik kesimpulan atau generalisasi yang luas, statistik deskriptif adalah statistik yang digunakan untuk menggambarkan atau menggambarkan data yang telah diperoleh apa adanya.

$$RS = \frac{N(m-1)}{m} \quad \text{Rumus 3. 2 Rentang skala}$$

**Sumber:** (Sugiyono, 2022:232)

Keterangan:

RS = Rentang Skala

n = Jumlah Sampel

m = Jumlah alternatif jawaban pada sampel

Rentang Skala pada analisis deskriptif sebagai berikut:

**Tabel 3. 2** Rentang Nilai

Rentang Skala	Penilaian
180 - 324	Sangat tidak setuju
325 - 468	Tidak setuju
469 - 612	Netral
613 - 756	Setuju
757 - 900	Sangat Setuju

**Sumber:** Data Penelitian, (2023)

### 3.8.3 Uji Kualitas Data

#### 3.8.3.1 Uji Validitas

Uji validitas adalah kemampuan instrumen dalam mengukur apa yang hendak diukur (Sugiyono, 2022:198). Dengan penggunaan aplikasi SPSS dapat diperoleh uji validitas. Item yang digunakan untuk menilai relevansi koefisien korelasi untuk mengevaluasi apakah praktis atau tidak. Berikut tabel yang menggambarkan range validitas sebagai berikut:

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

#### **Rumus 3. 3** *Person Correlation*

**Sumber:** (Sugiyono, 2022:305)

Keterangan:

$r_x^y$  = Koefisien korelasi setiap item pertanyaan

x = Skor dari setiap item pertanyaan

y = Skor total dari setiap item pertanyaan

n = Jumlah Sampel

### 3.8.3.2 Uji Reliabilitas

Pengujian reliabilitas instrumen dapat dilakukan secara internal atau eksternal. Test-retest (*stability*), ekuivalen, dan kombinasi keduanya merupakan bentuk pengujian eksternal yang dapat diterima. Dengan menggunakan metodologi tertentu, konsistensi item pada instrumen dapat digunakan untuk menguji reliabilitas internal instrumen. Stabilitas ukuran sampel dan keseragaman respon kuesioner dari responden menjadi tujuannya. Agar suatu kuesioner dianggap dapat dipercaya, setiap responden harus tetap konsisten sepanjang waktu. Dengan uji statistik *Cronbach Alpha* ( $\alpha$ ). SPSS dapat memastikan tingkat reliabilitasnya (Sugiyono, 2022:209).

1. Reliabilitas suatu variabel dapat ditentukan dengan melihat hasil *Cronbach Alpha*  $> 0,60$ .
2. Jika suatu variabel menghasilkan nilai *Cronbach Alpha*  $< 0,60$  maka variabel tersebut dianggap tidak dapat dipercaya. Dalam uji reliabilitas dapat menggunakan rumus *alpha Cronbach* sebagai berikut:

$$r_{11} = \left( \frac{k}{k-1} \right) \left( 1 - \frac{\sum \sigma_b^2}{\sigma^2_t} \right)$$

**Rumus 3. 4 Alpha Crobach**

**Sumber:** (Sugiyono, 2022:212)

Keterangan:

- $r_{11}$  = reliabilitas instrumen  
 $k$  = banyaknya butir pertanyaan  
 $\sum_{ab} 2$  = jumlah varian butir  
 $s_t^2$  = jumlah varian

### 3.8.4 Uji Asumsi Klasik

#### 3.8.4.1 Uji Normalitas Data

Tujuan uji normalitas adalah untuk mengetahui apakah suatu variabel bebas, variabel terikat, atau keduanya berdistribusi teratur atau tidak. Hal ini dilakukan dengan membandingkan hasil tes dengan distribusi normal. Karena data yang akan diperiksa adalah rasio, maka digunakan statistik parametrik dalam pengujian hipotesis. Normalitas data masing-masing variabel harus ditentukan terlebih dahulu karena akan digunakan (Machali, 2021:114).

Bahwa *one sampel uji Kolmogorov – smirnov* berikut ini berfungsi sebagai dasar pengambilan keputusan:

1. Jika nilai probabilitas  $> 0,05$  berarti data mengikuti distribusi normal.
2. Jika nilai probabilitas  $< 0,05$  maka data tidak terdistribusi normal.

Rumus berikut dapat digunakan untuk melakukan uji normalitas pada penelitian yang dilakukan:

$$X^2 = \sum_{i=1}^k \frac{(O_i - E_i)^2}{E_i} \quad \text{Rumus 3.5 Uji Normalitas}$$

**Sumber:** (Sugiyono, 2022:329)

Keterangan:

X2 = Nilai X2

O<sub>i</sub> = Nilai observasi

E<sub>i</sub> = Nilai *expe*cted

### 3.8.4.2 Uji Multikolinearitas

Untuk mengetahui apakah model regresi mendeteksi adanya keterkaitan antar variabel independen digunakan uji multikolinearitas. Nilai VIF masing-masing variabel independen digunakan untuk menguji multikolinearitas (Machali, 2021:140) Jika nilainya kurang dari 10 maka dapat dikatakan tidak terdapat tanda-tanda multikolinearitas pada data:

1. Multikolinearitas dapat diindikasikan jika toleransi kurang dari 0,1 dan nilai VIF lebih besar dari 10.
2. Dapat dikatakan multikolinearitas tidak timbul jika nilai VIF kurang dari 10 dan toleransi lebih besar dari 0,1.

Rumus berikut dapat digunakan untuk melakukan uji multikolinearitas pada penelitian yang dilakukan:

$$VIF = \frac{1}{1 - R_1^2}$$

**Rumus 3. 6** Uji Multikolinearitas

**Sumber:** (Machali, 2021:140)

VIF = Variance inflation factor

R<sub>j</sub><sup>2</sup> = Koefisien korelasi variabel bebas

### **3.8.4.3 Uji Heteroskedastisitas**

Tujuan dari uji heteroskedastisitas adalah untuk mengetahui ada tidaknya variasi kemampuan model regresi dalam menutupi varians residual pada seluruh pengujian. Kesalahan yang berasal dari perubahan variabel independen menyebabkan uji heteroskedastisitas. Model regresi yang layak adalah model regresi penelitian yang digunakan tidak mengalami heteroskedastisitas. Grafik scatterplot menampilkan hasil pengujian ini (Machali, 2021:128). Heteroskedastisitas dapat dideteksi dari beberapa ciri, antara lain sebagai berikut:

1. Heteroskedastisitas tidak terjadi jika titik-titik tersebut tidak menunjukkan gambaran atau pola dan menyebar di bawah atau di atas nilai nol sumbu Y.
2. Apabila titik-titik tersebut membentuk pola yang berkerut, menyempit, atau kedua-duanya, maka dianggap terjadi heteroskedastisitas.

### **3.8.5 Uji Pengaruh**

#### **3.8.5.1 Uji Regresi Linear Berganda**

Tujuan analisis regresi adalah untuk mengantisipasi dan memprediksi populasi dan nilai rata-rata variabel dependen dengan menggunakan nilai variabel independen yang diketahui. Analisis regresi melibatkan analisis variabel terikat dengan satu atau lebih variabel bebas. Hal ini dapat dicapai dengan membandingkan nilai yang diketahui dari variabel independen dengan variabel dependen. Istilah "regresi linier berganda" menggambarkan penggunaan dua atau lebih regresi dalam regresi independen (Machali, 2021:198).

$$Y = a + b_1x_1 + b_2x_2 + b_3x_3 + e$$

**Rumus 3. 7** Regresi Linier Berganda

**Sumber:** (Sugiyono, 2022:305)

Keterangan:

y = Keputusan pembelian

a = Konstanta

b1, b2, b3 = Koefisien Regresi

x1 = *Brand Image*

x2 = Promosi

x3 = Kualitas Produk

e = Error

### 3.8.5.2 Uji Koefisien Determinasi R<sup>2</sup>

Dengan secara bersamaan atau bersamaan memperkirakan dan menghitung besarnya kontribusi variabel independen terhadap variabel dependen, mulai dari nol sampai satu, maka koefisien determinasi ( $R^2$ ) dapat digunakan untuk menilai kelayakan suatu hipotesis. Beberapa pedoman u analisis koefisien determinasi diberikan di bawah ini.

1. Semakin dekat ( $R^2$ ) ke 0, koefisien determinasinya semakin kecil. Hal ini menunjukkan bahwa tidak ada hubungan antara variabel independen dan dependen.



2. Variabel bebas dapat dikatakan mempunyai pengaruh terhadap variabel yang diteliti jika koefisien determinasi ( $R^2$ ) sangat mendekati.

Dengan menggunakan rumus berikut, kita dapat menganalisis koefisien determinasi ( $R^2$ ) pada penelitian yang dilakukan:

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

**Rumus 3. 8** Koefisien Determinasi

**Sumber:** (Sugiyono, 2022:381)

Keterangan:

Kd = Koefisien Determinasi

R = Nilai Koefisien Korel

### 3.9 Uji Hipotesis

#### 3.9.1 Uji Hipotesis Parsial – Uji T

Uji yang sering disebut dengan uji parsial ini biasanya dilakukan untuk mengetahui signifikansi hasil regresi masing-masing variabel independen terhadap variabel dependen. Mencari besarnya kontribusi variabel independen terhadap nilai variabel dependen merupakan tujuan dari uji t. Untuk mengetahui pengaruh variabel bebas terhadap variabel yang diteliti pada tingkat kepercayaan 5% (Sugiyono, 2022:292) . Kriteria berikut dapat digunakan untuk melihat hasil uji t:

1. Apabila dilakukan uji parsial maka  $H_0$  diterima dan  $H_a$  ditolak apabila probabilitas (signifikansi) masing-masing lebih dari 0,05 atau t hitung lebih besar dari nol.

2. Apabila dilakukan uji parsial maka hipotesis terbukti apabila probabilitas (signifikansi) kurang dari 0,05 atau T hitung lebih besar dari nilai pada t tabel.

Uji t pada penelitian yang digunakan melalui rumus sebagai berikut:

$$t_{hitung} = r \frac{\sqrt{n-2}}{\sqrt{(1-r^2)}}$$

**Rumus 3. 9 Uji t**

**Sumber:** (Sugiyono, 2022:278)

Keterangan:

r = Koefisien korelasi

n = Jumlah Sampel

### 3.9.2 Uji Hipotesis Secara Simultan – Uji F

Ini dikenal sebagai tes yang mengevaluasi dampak simultan dari faktor-faktor independen terhadap variabel dependen. Pengujian ini membandingkan temuan dengan menggunakan tingkat signifikansi 5% untuk memastikan signifikan atau tidaknya variabel independen dan dependen. Kriteria berikut dapat digunakan untuk menentukan hasil uji f:

1. Jika f hitung > nilai f tabel, maka hipotesis HO ditolak dan Ha diterima dengan kata lain variabel bebas secara keseluruhan mempengaruhi variabel terikat.
2. Apabila f hitung < nilai f tabel, maka Ha ditolak dan hipotesis HO diterima dengan kata lain tidak terdapat pengaruh variabel independen secara bersama-sama terhadap variabel dependen yaitu variabel.

Uji f pada penelitian dapat dilakukan dengan rumus sebagai berikut:

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

**Rumus 3. 10 Uji f**

**Sumber :** (Sugiyono, 2022:284)

Keterangan :

R<sup>2</sup> = Koefisien korelasi berganda

K = Jumlah variabel independen

N = Jumlah anggota sampel