

BAB III METODE PENELITIAN

A. Jenis dan Pendekatan Penelitian

Penelitian lapangan atau penelitian yang berfokus pada fitur-fitur masalah dalam kaitannya dengan konteks dan keadaan saat ini dari item yang diselidiki, serta interaksinya dengan lingkungan adalah salah satu contoh penelitian semacam individu, kelompok, organisasi, institusi, atau komunitas tertentu semuanya dapat diteliti. Tujuannya adalah untuk menggali lebih dalam topic tertentu. Ruang lingkup penelitian mencakup suatu siklus kehidupan atau hanya berfokus pada faktor-faktor tertentu daripada semua faktor dan peristiwa.¹

Penelitian menggunakan metodologi kuantitatif dalam penelitian ini. Penelitian kuantitatif berfokus pada studi data numerik yang diolah dengan prosedur statistic. Pendekatan penelitian ini berpijak pada ideology positivitas yang menyatakan suatu gejala dapat dikategorikan dan bahwa hubungan antar faktor bersifat kausal (sebab-akibat), sehingga memungkinkan peneliti untuk melakukan penelitian dengan hanya beberapa variabel. Data yang dikumpulkan dilapangan diterjemahkan ke dalam metric menggunakan metodologi penelitian kuantitatif.² Data tersebut kemudian diolah dengan menggunakan pendekatan statistic untuk sampai pada hasil pengolahan data yang dibutuhkan. Tujuan dalam penelitian ini adalah untuk melihat bagaimana *Green Brand Knowledge* dan *Product Assortment* Mempengaruhi *Attitude Toward Halal Food* pada Produk Snack Kepo.

¹ Indriantoro dan Supomo, *Metodologi Penelitian Bisnis untuk Akuntansi dan Manajemen*, (Yogyakarta: BPFE Yogyakarta,2012), 26

² Sugiyono, *MEtodologi Penelitian Pendidikan (Kuntitatif, Kualitatif, dan R&D)*, (Bandung: Alfabeta,2010), 63

B. Populasi dan Sampel

1. Populasi

Populasi adalah kumpulan komponen dengan fitur tertentu dari mana dapat ditarik.³ Populasi juga dideskripsikan sebagai kategori luas dari hal-hal atau orang-orang yang memiliki atribut dan karakteristik tertentu yang telah diakui oleh para akademisi sebagai sesuatu berharga untuk dipelajari dan disimpulkan. Populasi berisi jumlah item, serta kualitas dan fitur mereka. Populasi yang diambil penelitian ini yaitu konsumen produk Snack Kepo, karena populasi cukup besar dan belum diketahui jumlahnya, maka untuk efisiensi dan afektivitas pengambilan sampel dalam penelitian dilakukan dengan mengambil perwakilan dari populasi.

2. Sampel

Pengambilan sampel merupakan tindakan mencari beberapa komponen seandainya dari populasi, akhirnya riset mengenai sampel dan memahami karakteristik akan membuat penyamarataan sifat komponen populasi. Peneliti menggunakan *Non Probability Sampling* untuk mempermudah dan menghemat sumber daya yang dimiliki. *Non Probability Sampling* merupakan teknik sampling yang memberikan kesempatan atau peluang yang tidak sama bagi setiap anggota populasi atau setiap unsur untuk dipilih sebagai sampel.⁴ Sampel adalah bagian kecil dari kuantitas dan ciri yang memiliki populasi dan diambil atas dasar beberapa cara yang mewakili populasi tersebut. Populasi yang besar tidak memungkinkan peneliti untuk mempelajari seluruh populasi karena keterbatasan finansial, tenaga dan waktu.⁵ Karena populasi konsumen dan calon pembeli di Snack Kepo tidak diketahui, jadi besar sampel minimum ditentukan menggunakan rumus berikut:

³ Anwar Sanusi, *Metodologi Penelitian Bisnis*, (Jakarta: Salemba Empat, 2014), 87

⁴ Juliansyah Noor, *Metodologi Penelitian : Skripsi, Testis, Disertasi, dari Karya Ilmiah*, (Jakarta, Kencana, 2011), 148-155

⁵ V. Wiratma Sujarweni, *Metodologi Penelitian Bisnis dan Ekonomi*, (Yogyakarta: Pustaka Baru Peras, 2015), 155

$$N = \frac{Z^2 1 - \alpha / 2 p (1 - p)}{d^2}$$

Keterangan :

N = jumlah sampel yang dicari

$Z_{1-\alpha/2}$ = Derajat kemaknaan

P = Fokus kasus

d = Tingkat presisi

Dengan persenan kepercayaan yang diinginkan 95% : $Z_{1-\alpha/2} = 1,960$; $P = 0,5$: $d = 0,1$ maka diperoleh besar sampel minimal:

$$N = \frac{1,960^2 \times 0,5(1 - 0,5)}{0,1^2}$$

= 96,04 orang

Oleh karena itu jumlah sampel minimal yang harus dipenuhi adalah 96,4 yang dibulatkan menjadi 96 responden. Teknik yang digunakan dalam penelitian ini adalah purposive sampling.⁶ Ini adalah teknik untuk mengidentifikasi sampel menggunakan pertimbangan tertentu. Pemilihan sampel berdasarkan kriteria tertentu seperti :

- a) Calon pembeli produk Snack Kepo.
- b) Mengetahui produk Snack Kepo.
- c) Belum pernah mencoba produk Snack Kepo.
- d) Pernah melakukan pembelian produk Snack Kepo.
- e) Pekerjaan konsumen produk Snack Kepo.
- f) Umur konsumen Snack Kepo.
- g) Jenis kelamin konsumen.
- h) Jumlah penghasilan.

C. Identifikasi Variabel

Variabel penelitian adalah elemen apapun, seperti orang, obyek, atau aktivitas dari berbagai jenis, yang perlu diidentifikasi oleh peneliti yang sedang dipelajari untuk memperoleh informasi tentangnya, dan kemudian mengidentifikasinya, menarik kesimpulan. Dalam penelitian ini digunakan beberapa jenis variabel, antara lain:

⁶ Sugiono, *Metodologi Penelitian Pendidikan (Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D)*, 85

1. Variabel Bebas (*Independen Variable*)

Variabel bebas adalah variabel yang mempengaruhi atau menyebabkan perubahan dan timbulnya variabel terikat (*Dependen Variable*). Variabel-variabel ini juga sering disebut sebagai variabel stimulus, predictor, dan antecedent.

Dalam penelitian ini yang menjadi variabel bebas (*Independen Variable*) adalah *Green Brand Knowledge* (X_1), *Product Assortment* (X_2).

2. Variabel Terikat (*Dependent Variable*)

Variabel terikat adalah variabel yang ditetapkan atau hasil dari variabel bebas (*Independen Variable*). Variabel-variabel ini juga sering variabel output, kriteria, dan konsekuensi.

Dalam penelitian ini, yang menjadi variabel terikat (*Dependent Variable*) adalah *Attitude Toward Halal Food* (Y).

D. Definisi Operasi Variabel

Definisi operasional adalah definisi yang menunjukkan bagaimana mengukur variabel-variabel yang ada dalam suatu penelitian sehingga dapat dimanfaatkan ketika variabel bebas atau *Independent* (X) mempunyai hubungan dengan Variabel bebas terikat atau *Dependent* (Y). definisi opsional berfokus pada makna variabel dengan menentukan kegiatan dan tindakan yang diperlukan untuk mengelola variabel. Variabel operasional dan definisi akan dijelaskan dalam table berikut :

Tabel 3.1
Desain dan Definisi Operasional Variabel

No	Variabel	Definisi Operasional	Indikator	Skala Ukur
1.	<i>Green Brand Knowledge</i> (X_1)	<i>Green Brand Knowledge</i> adalah nama-nama yang digunakan dalam menunjukkan pengetahuan suatu produk	1) Pentingnya pengetahuan produk ramah lingkungan pada produ tersebut agar tercapai tujuan manfaat yang disampaikan. 2) Pengetahuan brand	Skala Linkert

		yang ramah lingkungan. ⁷	<p>ramah lingkungan bisa mencerminkan pengalaman konsumen dengan brand secara langsung atau tidak langsung.</p> <p>3) Kepercayaan konsumen tentang pengetahuan yang dimiliki konsumen tentang suatu obyek, atributnya, dan kelebihanya.</p> <p>4) Adanya sebuah label <i>eco Friendly</i> atau bukti tertulis untuk menjamin produk tersebut ramah lingkungan.⁸</p>	
2.	<i>Product Assortment (X₂)</i>	<i>Product Assortment</i> adalah sebuah penciptaan produk baru yang dimana untuk memberikan keberagaman produk yang diproduksi untuk menciptakan	<p>1) Bisa dikatakan Keberagaman produk bila pelaku usaha memproduksi tidak hanya satu jenis melainkan 2 atau lebih produk.</p> <p>2) Perbedaan produk satu dengan yang lain harus menonjol berupa desain kemasan,</p>	Skala Linkert

⁷ Wahyuningtias,L. & Artanti, Y.(2020). *Pengaruh Green Brand Position dan Green Brand Knowledge Terhadap Green Purchase Intention Melalui Sikap Pada Green Brand Sebagai Variabel Mediasi* : Jurnal Muara Ilmu Ekonomi dan Bisnis Vol. 4, No. 2. Hal. 320

⁸ Fahtaron Zuhdan A.(2022). “*Elaborasi Green Marketing dan Islamic Marketing Ethics (Studi Kasus UMKM di Indonesia)*”. Jurnal Ilmiah Ekonomi Islam Vol. 8. Hal. 81-82

		perilaku halal dalam makanan. ⁹	<p>rasa, warna dan lain-lain.</p> <p>3) Tidak hanya berbeda dengan produk lain yang diproduksi, keberagaman produk bisa berbeda cara pembuatannya.</p> <p>4) Kemampuan diamati sejauh mana keberagaman produk mempengaruhi perilaku halal.</p> <p>5) Seberapa besar keberagaman produk dapat bermanfaat terhadap perilaku halal.¹⁰</p>	
3.	<i>Attitude Toward Halal Food</i> (Y)	<i>Attitude Toward Halal Food</i> adalah sebuah perilaku yang dipengaruhi norma-norma agama dengan menciptakan budaya halal terhadap makanan dan	<p>1) Kepercayaan terhadap agama dapat mendorong mempunyai sikap, perilaku terhadap makanan halal.</p> <p>2) Budaya terjadi dimasyarakat juga berpengaruh terhadap sikap makanan halal.</p>	Skala Likert

⁹ Girsang Julianti, P & Widodo, A (2015). *Pengaruh Product Assortment dan Gaya Hidup Hedonis Terhadap Impluse Buying Pengunjung Trans Studio Mall (TSM) Bandung*: Sosiahumaniora, Volume 17 No. 1 , Hal. 56

¹⁰ Girsang Putri j & Widodo A, (2015). “*Pengaruh Store Atmosphere dan Product Assortment Terhadap Minat Beli Pada Secret Factory Outlet Bandung*”, hal 4

		minuman yang dikonsumsi. ¹¹	3) Kecenderungan konsumsi halal dapat mempengaruhi sikap dan perilaku makanan yang non halal.	
			4) Sikap terhadap makanan halal dapat diuji melalui proses pembuatan serta bahan yang digunakan.	
			5) Ketentuan sikap terhadap makanan halal ditentukan dengan norma-norma agama yang berlaku. ¹²	

E. Teknik Pengumpulan Data

Kuesioner atau angket, metode observasi, dan metode dokumentasi digunakan dalam penelitian ini untuk mengumpulkan data.

1. Kuesioner atau Angket

Kuesioner adalah cara mengumpulkan data dimana responden ditanyai serangkain pertanyaan tertulis. Kuesioner adalah cara yang baik untuk mengumpulkan data asalkan Anda tahu persis Variabel apa yang sedang dinilai dan apa yangantisipasi responden.¹³ dalam metod epengumpulan data ini terdiri dari pernyataan meliputi variabel *Green Brand*

¹¹ Fitrianingrum, A & Dwi Aruni, F. (2021). *Analisis pengaruh Attitude Toward Halal Food Sebagai variable Mediasi Terhadap penerimaan Makanan Halal Instan Jepang dikota Batam* : Journal Combines, Volume 1 No. 1 , Hal. 2137

¹² Muammar, M. (2018) : “Pengaruh Pendidikan Agama dalam keluarga Terhadap Attitude Keagamaan; Hal 27-28

¹³ Sugiyono, *Metodologi Penelitian Bisnis Pendekatan (Kuantitatif, Kualitatif, R&D)*, 142

Knowledge (X_1), *Product Assortment* (X_2), dan *Attitude Toward Halal Food* (Y).

Kuesioner termasuk pertanyaan terbuka serta pertanyaan yang digunakan untuk mengidentifikasi tanggapan. Karena tingkat kognitif merupakan elemen penting dalam menjawab pertanyaan tertutup. Pertanyaan ini digunakan untuk menilai keakuratan tanggapan terhadap pertanyaan tertutup. Skala Likert digunakan untuk mengisi kuesioner atau kuesioner dalam penelitian ini. Skala Likert merupakan pengukuran yang didasarkan pada penjumlahan sikap responden dalam menjawab pertanyaan tentang variabel indikator yang diukur.¹⁴ Tanggapan untuk setiap item yang menggunakan skala likert berkisar dari sangat setuju hingga tidak setuju. Untuk keperluan analisis kuantitatif, maka setiap tanggapan responden dapat diberi nilai sebagai berikut.

Tabel 3.2
Skala Likert

Jawaban Responden	Skor Nilai
Sangat Setuju	5
Setuju	4
Netral	3
Tidak Setuju	2
Sangat Tidak Setuju	1

Sumber : Sugiyo, 2014

2. Observasi

Observasi dikenal sebagai teknik mendokumentasikan dan mengamati perilaku subjek (orang), objek, atau peristiwa tanpa meminta atau berbicara dengan individu yang sedang dipelajari. Untuk diteliti oleh penelitian lain, observasi sebagai alat pengumpulan data harus dilakukan secara sistematis menurut kriteria dan proses yang telah ditentukan. Selanjutnya, temuan observasi harus mampu diinterpretasi secara ilmiah.¹⁵

¹⁴ Anwar Sanusi, *Metodologi Penelitian Bisnis*, 59

¹⁵ S. Nasution, *Metode Research (Penelitian Ilmiah)*, (Jakarta: Bumi Aksara, 2003). 107

3. Dokumentasi

Dokumentasi adalah suatu metode pengumpulan data yang tidak langsung berkaitan dengan topic penelitian tetapi tetap dikumpulkan. Teknik dokumen merupakan sebuah catatan secara tertulis yang dibuat oleh seorang atau kelompok dengan maksud untuk menyelidiki suatu peristiwa. Ini bertindak sebagai sumber data, bukti, informasi yang sulit ditemukan, penemuan, dan menciptakan peluang untuk lebih memperluas pemahaman tentang subjek yang diselidiki.¹⁶

F. Jenis dan Sumber Data

Sesuai dengan konteks masalah penelitian, jenis dan sumber data dalam penelitian ini adalah sebagai berikut :

1. Sumber Data Primer

Data primer adalah data yang pertama kali ditulis dan dikumpulkan dari subjek penelitian dengan instrument ukur atau pengumpulandata langsung dari objek sebagai sumber informasi untuk selanjutnya diolah kembali dalam penelitian ini. Informasi yang dikumpulkan dalam penelitian ini berasal dari jawaban responden atas serangkaian pertanyaan yang diberikan oleh peneliti. Konsumen Produk Snack Kepo menjadi responden dalam penelitian ini.

2. Sumber Data Sekunder

Data sekunder adalah data yang dikumpulkan secara tidak langsung karena sudah ada dan dikumpulkan berasal dari penelitian dan kemudian digunakan oleh peneliti. Data sekunder dapat ditemukan dalam catatan, arsip, buku perpustakaan, dan sumber lain yang relevan dengan pertanyaan penelitian. Data sekunder dalam penelitian ini dikumpulkan dari sumber-sumber yang ditemukan di internet, jurnal, dan buku-buku tentang subjek yang diteliti.

¹⁶ Mahmud, *Metode Penelitian Pendidikan*, (Bandung: Pustaka, 2007).

G. Teknik Analistis Data

Teknik analisis data merupakan suatu prosedur penelitian terpadu yang digunakan untuk menanggapi suatu rumusan masalah atau untuk mengevaluasi suatu hipotesis yang telah terbentuk.¹⁷ Teknik analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Uji Instrumen Data

a) Uji Validitas

Pengujian validitas adalah proses menentukan apakah data dipercaya didunia nyata atau tidak. Uji validitas digunakan untuk menilai tingkat ketelitian dan kecermatan alat ukur dalam melakukan operasinya. Instrument yang dapat diigunakan untuk mengukur objek yang diukur. Validitas suatu instrument dikatan tinggi jika benar.

Untuk menguji keabsahan validitas instrument penelitian atau alat ukur data,dapat menggunakan metode korelasi product moment dari person dengan rumus sebagai berikut.¹⁸

$$r_{xy} = \frac{N(\sum XY) - (\sum X \sum Y)}{\sqrt{[N \sum X^2 - (\sum X)^2][N \sum Y^2 - (\sum Y)^2]}}$$

Keterangan :

- r_{xy} = Koefisien korelasi antara variabel X dan Y
 N = Jumlah responden (subjek)
 X = Skor butir
 Y = Skor total butir

Dasar pengambilan keputusan untuk menguji validitas masing-masing instrument adalah jika nilai $r_{hitung} >$ (dengan taraf signifikansi 0,05), maka dapat dikatakan jika butir-butir pertanyaan tersebut valid. Sedangkan jika nilai $r_{hitung} <$ r_{tabel} (dengan huruf signifikasi 0,05), maka dapat dikatakan bahwa butir pertanyaan tersebut tidak valid.

¹⁷ Sugiono, *Metode Penelitian Pendidikan (Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, R&D)*, 165

¹⁸ Sugiono, *Metode Penelitian Pendidikan (Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, R&D)*, 168

b) Uji Reliabilitas

Uji realibilitas adalah suatu metode untuk menentukan apakah hasil suatu istrumen penelitian yang merupakan variabel indicator konsisten dan dapat diandalkan. Ketika jaawaban responden atas pertanyaan konstan atau stabil sepanjang waktu, instrument dianggap dapat diandalkan atau dapat dipercaya. Teknik yang digunakan dalam uji reliabilitas menggunakan uji statistik Crombach's Alpha. Berikut adalah rumus koefisien Crombach Alpha, yaitu :

$$r = \left[\frac{k}{k-1} \right] \left[1 - \frac{\sum s_i^2}{s_t^2} \right]$$

Keterangan :

r = reliabilitas instrument/ koefisien

k = jumlah butir pertanyaan yang diuji

$\sum s_i^2$ = Jumlah varians butir

$\sum s_t^2$ = Varians total

Dasar pengambilan keputusan untuk menguji reliabilitas instrument yang digunakan dalam alpha > 0,60 maka bisa dikatakan reliabel. Sedangkan jika nilai koefisien reliabilitas alpha < 0,60 maka instrument bisa dikatakan tidak reliabel.¹⁹

2. Uji Asumsi Klasik

a. Uji Normalitas

Uji normalitas model regresi dilakukan untuk melihat apakah nilai data yang dihasilkan dari regresi berdistribusi normal. Nilai residual yang terdistribusi secara konsisten adalah tanda model regresi yang layak. Jika hasil penelitian terdistribusi secara teratur, maka variabel-variabel yang dianalisis juga berdistribusi normal.

Uji normalitas menggunakan analisis statistik bisa dilakukan dengan memakai uji Kolmogrof Smirnov, dengan mmemperhatikan nilai Sig, dengan $\alpha = 0,05$. Kriteria pengujiannya adalah jika Sig > $\alpha = 0,05$, maka data yang digunakan dapat dikatakan

¹⁹ Juliansyah, *Analisis Data Penilitia Ekonomi dan Manajemen*, (Jakarta, PT. GResindo, 2014), 24.

berdistribusi normal. Sedangkan jika $\text{Sig.} < \alpha = 0,05$ maka dapat dikatakan bahwa data yang digunakan tidak berdistribusi normal.²⁰

b. Uji Multikolinieritas

Uji multikolinieritas dilakukan untuk melihat apakah model regresi mengambil korelasi yang kuat atau tinggi antara variabel independen, model regresi dianggap sangat baik. Metode yang digunakan dalam uji multikolinieritas adalah metode Variance Inflation Factor (VIF) dan Tolerance Value antar variabel. Apabila nilai VIF < 10 atau nilai Tolerance $> 0,1$ maka dapat disimpulkan bahwa data tidak memiliki masalah multikolinieritas.²¹

c. Uji Heteroskedastisitas

Uji heteroskedastisitas digunakan untuk melihat apakah terdapat perbedaan atau persamaan varians antara suatu pengamatan dengan varians konstanta lain dalam suatu model regresi. Homoskedastisitas didefinisikan sebagai adanya varians residual antara dua pengamatan, sedangkan heteroskedastisitas didefinisikan sebagai adanya perbedaan. Model homoskedastisitas, atau model yang tidak menampilkan heteroskedastisitas , dianggap sebagai model yang baik.²²

Ada atau tidaknya heteroskedastisitas dapat ditentukan dengan menggunakan grafik scatter plot. Ketika ada pola, seperti titik-titik yang membentuk pola teratur, timbul heteroskedastisitas (bergelombang, melebar lalu menyempit). Jika ada pola yang terlihat, seperti titik-titik yang tersebar di atas dan di bawah nol pada sumbu Y atau sekitar nol, maka tidak terjadi heteroskedastisitas.²³

²⁰ Imam Ghozali, *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS 19*, 163

²¹ Wiratna Sujarweni, *Metodologi Penelitian Bisnis dan Ekonomi*, 225

²² Imam Ghozali, *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS 19*, 139

²³ Agus Eko Sujiarto, *Aplikasi Statistika dengan SPSS 16.0*, (Jakarta: Prestasi Pustaka, 2009), 79

3. Uji Hipotesis

a. Analisis Regresi Linier Berganda

Peneliti menggunakan statistic Regresi Berganda Linier dalam penelitian ini (*Linier Multiple Regression*). Pengaruh dua variabel atau lebih, termasuk satu variabel terikat dan dua atau lebih, variabel bebas, ditentukan dengan menggunakan metode ini.²⁴ Metode ini analisis regresi linier berganda ini terdiri dari prediksi nilai variabel terkait, yaitu *Attitude Toward Halal Food* (Y) dan variabel bebas *Green Brand Knowledge* (X_1), *Product Assortment* (X_2). Untuk dapat memahaminya, peneliti menggunakan rumus berikut :

$$Y = \alpha + b_1X_1 + b_2X_2$$

Keterangan:

- X_1 = Variabel bebas (*Green Brand Knowledge*)
 X_2 = Variabel Bebas (*Product Assortment*)
 Y = Variabel terikat (*Attitude Toward Halal Food*)
 A = Konstanta regresi berganda
 b_1, b_2 = Koefisien regresi (*Green Brand Knowledge, Product Assortment*)

b. Uji T (Parsial)

Uji-t adalah uji statistik yang digunakan untuk menilai apakah variabel independen memiliki pengaruh parsial terhadap variabel dependen. Selisih antara dua nilai rata-rata dibandingkan dengan standar error dari perbedaan antara dua sampel dalam uji-t.²⁵ Dalam uji-t statistik, nilai t_{hitung} akan dibandingkan dengan nilai t_{tabel} , dengan kriteria sebagai berikut :

1. Apabila nilai $t_{hitung} > t_{tabel}$ dan nilai signifikan $< 0,05$ maka H_0 ditolak H_a diterima, dan dapat disimpulkan bahwa secara parsial variabel bebas berpengaruh signifikan terhadap variabel terikat.

²⁴ Iqbal Hasan, *Pokok-Pokok Materi Statistik 2*, (Jakarta: PT Bumi Aksara, 2012), 225

²⁵ Dwi Priyanto, *Belajar Alat Analisis Data dan Cara Pengolahannya dengan SPSS*, (Yogyakarta: Grava Media Cet ke-1, 2006), 64

2. Apabila nilai $t_{hitung} < t_{tabel}$ dan nilai signifikan $> 0,05$ maka H_a ditolak dan H_o diterima, dan dapat disimpulkan bahwa secara parsial variabel bebas tidak berpengaruh signifikan terhadap variabel terikat.

c. Uji F (Stimultan)

Uji f digunakan untuk melihat variabel bebas berpengaruh signifikan terhadap variabel terikat secara stimultan (bersama-sama) dan untuk menguji kedua hipotesis dalam waktu yang bersamaan.²⁶

Faktor-faktor berikut digunakan dalam uji f untuk membuat keputusan:

- 1) Apabila nilai $F_{hitung} > F_{tabel}$ dengan taraf signifikansi $< 0,05$ maka H_o ditolak dan H_a diterima dan dapat disimpulkan bahwa variabel bebas mempunyai pengaruh stimultan terhadap variabel terikat.
- 2) Apabila nilai $F_{hitung} < F_{tabel}$ dengan taraf signifikansi $> 0,05$ maka H_a ditolak dan H_o diterima, dan dapat disimpulkan bahwa variabel bebas tidak mempunyai pengaruh stimultan terhadap variabel terikat.

d. Koefisien Determinasi (R^2)

Uji koefisien determinasi (R^2) umumnya digunakan untuk mengukur sejauh mana variabel bebas menjelaskan variabel terikat.²⁷ Jika $R^2 = 100\%$, berarti variabel bebas berpengaruh sempurna terhadap variabel terikat, dan sebaliknya jika $R^2 = 0$ berarti variabel bebas tidak berpengaruh terhadap variabel terikat. Semakin tinggi nilai R^2 , semakin tepat variabel bebas untuk menjelaskan variabel terikat. dan semakin rendah nilai R^2 maka akan semakin buruk kemampuan variabel independen untuk menjelaskan variabel dependen.

²⁶ Imam Ghozali, *Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS 21, Edisi Ketujuh*, 98

²⁷ Wiratna Sujarweni, *Metodologi Penelitian Bisnis dan Ekonomi*, 229