

BAB III METODE PENELITIAN

A. Jenis dan Pendekatan Penelitian

Penelitian lapangan adalah semacam pemeriksaan yang terjadi di lapangan dengan alasan ilmuwan mengumpulkan sebagian besar informasi di sana. Studi ini berencana untuk melihat dan memahami dampak promosi syariah dan labelisasi halal pada keputusan pembelian konsumen dengan mengumpulkan bukti pengamatan.

Metode *ex post facto* atau casual comparative digunakan dalam penelitian eksploratif kuantitatif ini untuk mencoba menentukan bagaimana faktor-faktor independen mempengaruhi variabel dependen dengan cara membandingkan atau melihat minimal dua kali pertemuan rutin. Jenis kategori berfungsi sebagai variabel independen penelitian.¹

B. Populasi dan Sampel

Populasi adalah seluruh kumpulan bagian atau jumlah yang dapat digunakan untuk membuat keputusan tentang sifat suatu kelompok tertentu.² Secara keseluruhan, individu yang akan menjadi titik fokus eksplorasi adalah populasi. Konsumen yang telah membeli atau menggunakan produk perawatan kecantikan Wardah di lingkungan IAIN Kudus adalah populasi.

Bagian yang menggambarkan populasi itulah yang kemudian menjadi sampel. Karakteristik populasi dan karakteristik sampel harus sebanding. Dalam mengambil contoh, Anda harus melibatkan strategi yang tepat untuk mendapatkan contoh yang sesuai dengan gambaran masyarakat. Pengujian purposive, atau cara paling umum untuk memilih tes berdasarkan ukuran spesialis, adalah strategi yang digunakan untuk memilih tes penelitian. Pengambilan sampel acak mengacu pada sampel acak. Model populasi ujian ini adalah sebagai berikut:

1. Di kampus IAIN Kudus, responden adalah mahasiswa aktif.
2. Responden merupakan mahasiswi Program Studi Manajemen Bisnis Syariah angkatan 2019
3. Responden pernah menggunakan atau melakukan pembelian pada produk kosmetik wardah.

¹ Lembaga Penjaminan Mutu (LPM), *Pedoman Penyelesaian Tugas Akhir Program Sarjana (Skripsi)*, (Kudus: IAIN KUDUS, 2019), 32.

² Anwar Sanusi, *Metodologi Penelitian Bisnis*, 87

Diketahui jumlah mahasiswa dan mahasiswi prodi MBS angkatan 2019 adalah 230 mahasiswa. Sampel yang diambil adalah mahasiswi prodi MBS angkatan 2019 yang menggunakan atau pernah membeli produk kosmetik wardah. Diketahui bahwa mahasiswi angkatan 2019 prodi MBS adalah 169 mahasiswi.³ Dari 169 mahasiswi ada 54 mahasiswi yang mengisi kuesioner dengan jumlah 49 mahasiswi yang menggunakan atau pernah menggunakan produk kosmetik wardah. Penelitian ini menggunakan sampel ada 49 mahasiswi.

C. Identifikasi Variabel

Suatu fenomena yang bila diberi nilai kemudian diabstraksikan akan menjadi konsep atau konstruk disebut sebagai variabel penelitian.⁴ Variabel berikut diidentifikasi dalam penelitian ini:

1. Variabel Independent (variabel bebas)
 Variabel independent merupakan variabel yang dapat mempengaruhi variabel terikat (variabel dependent) atau menjadi salah satu penyebab perubahan atau kemunculannya dikenal sebagai variabel independent. Variabel independent dalam penelitian ini adalah labelisasi halal (X2) dan promosi syariah (X1).
2. Variabel dependent (variabel terikat)
 Variabel dependen adalah variabel yang dipengaruhi oleh variabel lain. Dalam penelitian ini keputusan pembelian konsumen (Y) merupakan variabel dependen.

D. Variabel Operasional

Mengubah sebuah konstruk menjadi variabel terukur adalah definisi dari definisi operasional.⁵ Tabel berikut menjelaskan kedua variabel dalam penelitian ini:

Tabel 3. 1 Definisi Operasional Variabel

NO.	Variabel	Definisi Operasional	Indikator
1.	Promosi Syari'ah	Menginformasikan dan menawarkan barang/jasa kepada pembeli secara	1. Promosi yang beretika 2. Rasional

³ Sumber Data dari Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam

⁴ Anwar Sanusi, *Metodologi Penelitian Bisnis*, 50

⁵ Wijaya Tony, *Metodologi Penelitian Ekonomi dan Bisnis Teori dan Praktik*, (Yogyakarta: Graha Ilmu, 2013), 21.

		jujur dan sesuai dengan kenyataan. ⁶	3. Dalam periklanan, hindari penggunaan fantasi dan daya tarik emosional yang berlebihan. ⁷
2.	Labelisasi halal	Label halal merupakan indikasi bahwa suatu produk benar-benar halal dan tidak mengandung zat-zat yang dilarang dengan mencantumkan persyaratan halal pada kemasannya. ⁸	1. Pengetahuan tentang labelisasi halal 2. Penyusunan label halal 3. Percaya diri 4. Evaluasi Penandaan. ⁹
3.	Keputusan pembelian	Proses memilih antara dua atau lebih pilihan untuk membeli suatu produk berdasarkan apa yang dibutuhkan disebut keputusan pembelian.	1. Kebutuhan 2. Pengalaman 3. Banyak alternatif 4. Kenyamanan ¹⁰

E. Teknik Pengumpulan Data

Latihan pemilahan informasi yang dilakukan untuk membantu pelaksanaan perencanaan proposisi dikenal sebagai metode pemilahan informasi. Peneliti mencari data responden dan mengumpulkannya pada tahap ini. Peneliti dalam penelitian ini

⁶ Asy'arie Muhammad, "pengaruh Labelisasi Halal, Harga, Promosi dan Rasa terhadap Keputusan Pembelian produk mie Samyang di Universitas Islam Negeri Syarif Hidayatullah Jakarta", 25

⁷ Gita Damayanti dan Sri Wahyuni "Pengaruh Marketing Mix Syariah Terhadap Keputusan Pembelian Pada Toko Piala Mas Samarinda" *Jurnal Ekonomi Syariah Mulawarman* Vol 1 No.1 (2022)

⁸ Lupi Ayu Lestari Dkk, "Pengaruh Harga, Promosi, Produk, Label Halal Terhadap Keputusan Membeli Frozen Food", *Jurnal Penelitian Hukum Ekonomi Syariah Dan Sosial* Vol, 06, No. 1 (2021)

⁹ Limbarrian Purba Siswanto,Dkk., "Analisa Keputusan Pembelian Produk Makanan Dan Minuman Yang Di Impresi Oleh Label Halal", *Jurnal Pemandhu*, Vol. 3, No 1 (2022).

¹⁰ Ihwan Satria Lesmana dkk, "Promosi Dan Fasilitas Serta Pengaruhnya Terhadap Keputusan Pembelian Pada Perumahan Persada Banten", *jurnal ekonomi dan ekonomi syari'ah* vol. 5, no. 1 (2022), 517

menggunakan berbagai macam metode untuk mengumpulkan data, antara lain:

1. Kuesioner (Angket)

Survei digambarkan sebagai metode pemilahan informasi yang melibatkan beberapa pertanyaan kepada responden atau menyusun penjelasan untuk mereka jawab. Kuesioner merupakan pengumpulan data yang tidak memerlukan kehadiran peneliti karena hanya diwakili oleh daftar pertanyaan atau pernyataan yang harus dijawab oleh responden.¹¹ Sebab dapat menjangkau responden dalam jumlah besar dengan cepat, strategi ini dipilih. Jawaban atas pertanyaan atau pernyataan yang diberikanpun bersifat tertutup dengan maksud responden hanya dapat menjawab pertanyaan atau pernyataan yang diberikan dengan jawaban yang telah disediakan dan tidak diizinkan untuk menanggapi di luar tanggapan yang diberikan. Responden akan diminta pertanggungjawaban untuk membaca dan menanggapi pertanyaan atau pernyataan dengan menggunakan metode ini.

Kuesioner ini dimaksudkan untuk memberikan data mengenai pengaruh promosi syariah dan labelisasi halal sehubungan dengan keputusan pembelian konsumen terkait dengan item korektif wardah. Kuesioner ini diberikan melalui Metode link yang dikirim melalui media sosial seperti: whatsapp, instagram, dll

Kuesioner pada penelitian ini digunakan untuk mengevaluasi skala pemahaman yang terdiri dari pertanyaan atau penjelasan tentang promosi spekulatif dari perspektif Islam, labelisasi halal dan tahapan-tahapan keputusan pembelian konsumen yang digabungkan dengan jawaban mengenai beban nilai yang berbeda. Model skala *Likert* digunakan oleh peneliti saat menyiapkan kuesioner untuk penelitian ini.

Skala Likert adalah skala yang dilihat dari sikap responden dalam menanggapi proklamasi atau pertanyaan yang dihubungkan dengan variabel demonstrasi yang akan dinilai. Responden akan ditanya apakah mereka setuju atau tidak setuju dengan pernyataan atau pertanyaan peneliti dalam hal ini.¹² Skala yang sering digunakan dalam perencanaan survei adalah skala Likert, juga dikenal sebagai skala ordinal. Pada skala ini,

¹¹ Anwar Sanusi, *Metodologi Penelitian Bisnis*, 109

¹² Anwar Sanusi, *Metodologi Penelitian Bisnis*, 59

terdapat lima tingkat preferensi jawaban, masing-masing dengan pilihan sebagai berikut:¹³

Tabel 3. 2Skala Likert

KATEGORI	BOBOT
Sangat Setuju	5
Setuju	4
Netral	3
Tidak Setuju	2
Sangat Tidak Setuju	1

2. Dokumentasi

Informasi opsional dapat dikumpulkan dari sumber individu dan institusi yang berbeda dengan menggunakan pendekatan dokumentasi. Laporan moneter, pengulangan staf desain hirarkis, informasi pembuatan, dll adalah di antara informasi ini.¹⁴ Gambaran topik diberikan oleh penelitian ini melalui penggunaan profil kosmetik wardah, data mahasiswa dari IAIN Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam MBS, dan data lainnya.

F. Teknik Analisis Data

Dalam ulasan, harus dimungkinkan untuk memeriksa informasi. Melalui analisis data, informasi yang dikumpulkan selama proses pengumpulan data akan dianalisis sesuai dengan kaidah ilmiah. Pelatihan dalam mendemonstrasikan, mendeskripsikan, mengoreksi, mengumpulkan, dan membedah informasi untuk memastikan bahwa suatu fitur memiliki kualitas logis, ilmiah, dan sosial adalah ciri pemeriksaan informasi. Beberapa latihan, termasuk yang berikut, dilakukan dengan tujuan memecah data: mengumpulkan data berdasarkan faktor, membuat perkiraan untuk menjawab masalah spesifik, dan melakukan perhitungan untuk menguji spekulasi adalah semua metode pengumpulan data.

Setelah kegiatan pengumpulan data selesai, akan dilakukan analisis data. Dalam pemeriksaan kuantitatif, penyelidikan informasi menggunakan pengukuran inferensial untuk menciptakan penemuan yang dapat disimpulkan kepada masyarakat. Statistik inferensial mempunyai nama lain statistik probabilitas atau induktif, yaitu statistik yang digunakan dalam analisis data serta hasilnya di sama ratakan pada populasi. Statistik inferensial sesuai untuk digunakan

¹³ Imam Ghozali, *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program Ibm Spss 21*, (Semarang: Badan Penerbit Undip, 2001), 47

¹⁴ Anwar Sanusi, *Metodologi Penelitian Bisnis*, 114

bila contoh jelas dan prosedur pemeriksaan menggunakan inspeksi tidak teratur.¹⁵

Metode analisis data yang menyertainya digunakan dalam ulasan ini:

1. Uji Validitas

Uji validitas didefinisikan dengan keabsahan dan kevalidan suatu instrumen yang diperlihatkan melalui ukuran. Instrumen dapat dikatakan valid apabila variabel data dalam penelitian diungkapkan secara tepat. Dengan membandingkan skor total dengan skor setiap pertanyaan atau pernyataan, validitas instrumen dapat ditentukan. Jika nilai r hitung lebih besar dari r tabel pada tingkat kesalahan tertentu, maka dianggap signifikan dan memungkinkan seseorang untuk menyimpulkan bahwa pernyataan atau item pertanyaan itu benar.¹⁶

Untuk menentukan nilai korelasi penelitian, digunakan rumusan rumus korelasi *product moment Pearson* berikut ini:

$$r = \frac{N(\Sigma XY) - (\Sigma X \Sigma Y)}{\sqrt{[N \Sigma X^2 - (\Sigma X)^2][N \Sigma Y^2 - (\Sigma Y)^2]}}$$

Keterangan:

r = koefisien korelasi

X = skor butir

Y = skor total butir

n = jumlah sampel (responden)

Begitu juga dengan nilai r akan dikontraskan dan nilai r tabel dengan df ($n - 2$). Jika nilai r hitung lebih besar dari nilai r tabel pada tingkat kesalahan tertentu, berarti signifikan dan butir pernyataan atau pertanyaan benar.¹⁷

Peneliti melakukan penelitian dengan non-responden dan menghasilkan $df = 35 - 2$, atau $df = 33$ dengan tingkat signifikansi 0,05 dan r tabel 0,344. Tabel berikut menampilkan efek selanjutnya dari pemeriksaan uji validitas:

¹⁵ Siyoto Sandu, M. Ali Sodik, *Dasar metodologi penelitian*, (Yogyakarta: Literasi Media Publishing, 2015), 111.

¹⁶ Anwar Sanusi, *Metodologi Penelitian Bisnis*, 77

¹⁷ Anwar Sanusi, *Metodologi Penelitian Bisnis*, 77

Tabel 3. 3Hasil Validitas Instrumen

Variabel	Item	<i>Corrected Item- Total Correlation (r hitung)</i>	r Tabel	Keterangan
Promosi Syariah (X1)	P1	0,571	0,344	Valid
	P2	0,520	0,344	Valid
	P3	0,803	0,344	Valid
	P4	0,581	0,344	Valid
	P5	0,610	0,344	Valid
	P6	0,521	0,344	Valid
	P7	0,565	0,344	Valid
	P8	0,653	0,344	Valid
	P9	0,506	0,344	Valid
Labelisasi Halal (X2)	P1	0,497	0,344	Valid
	P2	0,708	0,344	Valid
	P3	0,679	0,344	Valid
	P4	0,803	0,344	Valid
	P5	0,542	0,344	Valid
	P6	0,726	0,344	Valid
	P7	0,808	0,344	Valid
	P8	0,673	0,344	Valid
Keputusan Pembelian (Y)	P1	0,561	0,344	Valid
	P2	0,618	0,344	Valid
	P3	0,543	0,344	Valid
	P4	0,747	0,344	Valid
	P5	0,747	0,344	Valid
	P6	0,633	0,344	Valid
	P7	0,844	0,344	Valid
	P8	0,628	0,344	Valid
	P9	0,719	0,344	Valid
	P10	0,466	0,344	Valid
	P11	0,571	0,344	Valid
	P12	0,644	0,344	Valid

Sumber: data diolah IBM SPSS 20 (2022)

Setiap objek biasanya memiliki nilai r hitung yang lebih besar dari r tabel (0,344) dan bernilai positif, seperti yang dapat dilihat dari tabel di atas. Untuk sementara, proklamasi diproklamirkan substansial.

2. Uji Reliabilitas

Reliabilitas adalah alat ukur kuesioner yang berfungsi sebagai indikator suatu konstruk atau variabel. Jajak pendapat dapat dikatakan dapat diandalkan jika tanggapan responden

terhadap pertanyaan atau pernyataan kadang-kadang stabil atau stabil. Dengan menggunakan uji *cronbach alpha* (α) terukur dan aplikasi SPSS dilakukan uji statistik. Suatu variabel dianggap reliabel jika nilai cronbach alpha-nya lebih besar dari 0,70.¹⁸

Tabel 3. 4 Hasil Uji Reliabilitas

Variabel	Cronbachs Alpha	Batas Reliabilitas	N of Item	Keterangan
Promosi Syariah (X1)	0,762	0,70	9	Reliabel
Labelisasi Halal (X2)	0,836	0,70	8	Reliabel
Keputusan Pembelian (Y)	0,876	0,70	12	Reliabel

Sumber: data diolah IBM SPSS 20 (2022)

Mempertimbangkan tabel hasil uji coba kualitas stabil di atas, sangat masuk akal untuk beralasan bahwa semua elemen mendapatkan alfa Cronbach senilai $> 0,70$, dan itu menunjukkan bahwa semua elemen dianggap dapat diandalkan atau semua faktor dianggap solid.

3. Uji Asumsi Klasik

Uji yang bertujuan guna memahami sebaran data ini disebut juga dengan uji prasyarat. Pengujian ini melihat bagaimana keputusan pembelian (Y) dipengaruhi oleh labelisasi halal (X2) dan promosi syariah (X1). Berikut ini adalah bagian dari Uji prasyarat ini:

1) Uji Multikolinearitas

Pengujian ini bertujuan untuk mengetahui apakah variabel independen yang teridentifikasi sesuai dengan model regresi. Variabel independen akan ditemukan berkorelasi dengan model regresi yang dapat diandalkan. Model regresi yang andal akan ditemukan berkorelasi dengan variabel independen. Faktor simetris tidak dapat dibingkai oleh faktor bebas terkait. Variabel ortogonal adalah variabel di mana tidak ada korelasi antara variabel independen. Metode berikut dapat digunakan untuk menentukan apakah model relaps memiliki multikolinearitas atau tidak: 1) toleransi; dan 2)

¹⁸ Imam Ghozali, *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program Ibm Spss 21*, (Semarang: Badan Penerbit Undip, 2001), 47

variasi faktor inflasi (VIF). Kedua ukuran tersebut akan menunjukkan masing-masing variabel independen yang dijelaskan oleh variabel independen lainnya. Hibah ketekunan rendah disamakan dengan hibah VIF tinggi. VIF sama dengan toleransi, jadi ini masalahnya. Nilai *cittof* yang biasa digunakan untuk menentukan apakah variabel bebas menunjukkan multikolinearitas atau tidak, memiliki nilai tolerance 0,10 yang sama dengan nilai VIF 10.¹⁹

2) Uji Heteroskedastisitas

Uji ini melihat apakah residual model regresi memiliki varians yang tidak merata antara pengamatan. Homoskedastisitas adalah ketika varian residu tidak berubah atau tetap sama di antara pengamatan, sedangkan heteroskedastisitas adalah ketika itu terjadi. Jika model regresi menunjukkan homoskedastisitas tetapi tidak heteroskedastisitas maka akan dianggap baik.

Adapun dapat memeriksa grafik *scatterplot* antara SREZID dan ZPRED untuk melihat dan menentukan apakah ada heteroskedastisitas. Sumbu Y membahas Y yang diantisipasi, dan hub X membahas siswa yang tersisa (Y yang diantisipasi – Y asli). Jika muncul pola tertentu pada grafik *scatterplot*, seperti titik-titik yang membentuk pola tertentu dan konsisten (bergelombang, melebar, kemudian menyempit), dapat diketahui adanya heteroskedastisitas. Di sisi lain, heteroskedastisitas tidak ada jika tidak ada pola yang terlihat pada grafik *scatterplot*, seperti titik-titik yang menyebar di atas atau di bawah angka 0 pada sumbu y.²⁰

3) Uji Normalitas

Tujuan dari tes ini adalah untuk menentukan apakah model regresi mengandung residual yang tersebar atau faktor baffling. Jika model regresi berdistribusi normal maka dikatakan baik. Plot probabilitas normal, yang akan mengkontraskan distribusi kumulatif dengan distribusi normal, merupakan pendekatan yang peneliti gunakan dalam uji normalitas ini karena dianggap lebih mudah dipahami. Informasi sisa akan dianggap tipikal dengan asumsi garis yang menggambarkan informasi sebenarnya mengikuti garis

¹⁹ Imam Ghozali, *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program Ibm Spss 21*, (Semarang: Badan Penerbit Undip, 2001), 105 - 106

²⁰ Imam Ghozali, *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program Ibm Spss 21*, (Semarang: Badan Penerbit Undip, 2001), 139

miring. Sebagai titik awal pengambilan keputusan dapat dipertimbangkan ketentuan sebagai berikut:

- a. Jika histogram menunjukkan pola distribusi normal atau data mengelilingi garis diagonal dan bergerak ke arah tersebut, model regresi mempengaruhi asumsi normalitas.
- b. Jika data menyebar dari garis diagonal dan tidak bergerak searah dengan garis diagonal, atau jika histogram tidak menampilkan pola distribusi normal, maka model regresi tidak berpengaruh terhadap asumsi normalitas.²¹

4. Uji Hipotesis

1) Uji Analisis Regresi Linier Berganda

Teknik pemeriksaan informasi ini digunakan untuk mencari tahu apa yang dimaksud dengan variabel dependen oleh setidaknya duavariabel independent. Istilah “analisis untuk memahami besarnya pengaruh yang akan ditimbulkan oleh variabel bebas” yang memiliki dua variabel atau lebih, terhadap variabel dependen yang hanya memiliki satu variabel. Model relaps lurus yang berbeda dapat ditentukan sebagai berikut:

$$Y = \alpha + \beta_1 X_1 + \beta_2 X_2 + e$$

Keterangan :

Y : Keputusan pembelian

a : Titik potong

β_1 : Koefisien regresi antara promosi syariah terhadap keputusan pembelian produk kosmetik wardah

β_2 : Koefisien regresi antara labelisasi halal terhadap keputusan pembelian produk kosmetik wardah

X_1 : Promosi Syariah

X_2 : Labelisasi halal

e : error

2) Koefisien Determinasi (R^2)

Koefisien determinasi (R^2) sering disebut sebagai koefisien determinasi majemuk (*multiple coefficient of determination*) yang hampir setara dengan r^2 . Persamaan regresi linier berganda akan meningkat jika nilai koefisien determinasi (R^2) semakin mendekati angka 1 dan umumnya akan meningkat seiring dengan bertambahnya jumlah faktor

²¹ Imam Ghozali, *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program Ibm Spss 21*, (Semarang: Badan Penerbit Undip, 2001),160 - 163

bebas. Koefisien determinasi (R^2) digunakan untuk menentukan seberapa besar pengaruh variabel independen (X) terhadap variabel dependen (Y)²² Bias terhadap jumlah variabel independen model adalah kelemahan mendasar dari koefisien determinasi. Peningkatan nilai R^2 adalah tanda dari hal ini, terlepas dari apakah variabel independen memiliki pengaruh yang signifikan terhadap variabel dependen.²³ Akibatnya, peneliti menggunakan nilai *adjusted* R^2 yang disesuaikan, yang dapat berubah sebagai respons terhadap penambahan satu variabel independen.

3) Uji Signifikansi Parameter Parsial (Uji t)

Motivasi dibalik pengujian ini adalah untuk melihat apakah setiap faktor bebas (X) berpengaruh secara signifikan terhadap variabel reliabel (Y). Berikut cara pengujian ini digunakan untuk menguji hipotesis penelitian.²⁴

a. Hipotesis nol (H_0) akan diuji

Apakah parameter (b_i) sama dengan 0

$H_0 : b_i = 0$ (artinya apakah faktor bebas jelas bukan merupakan klarifikasi penting dari variabel dependen)

b. Hipotesis alternatif (H_a) akan diuji

Apakah batas suatu variabel tidak setara dengan 0

$H_a : b_i \neq 0$ (menyiratkan bahwa variabel tersebut merupakan klarifikasi kritis dari variabel dependen)

Selanjutnya adalah pengaturan yang harus diperhatikan:

a) Jika $-t \text{ tabel} \leq t \text{ hitung} \leq t \text{ tabel}$: maka H_0 diterima

b) Jika $t \text{ hitung} < -t \text{ tabel}$ atau $t \text{ hitung} > t \text{ tabel}$ maka H_0 ditolak.²⁵

4) Uji Signifikansi Simultan (Uji F)

Pengujian ini bertujuan untuk mengetahui apakah variabel independen berpengaruh secara simultan terhadap variabel dependen. Nilai F hitung merupakan nilai yang digunakan pada pengujian simultan.²⁶ Berikut cara

²² Anwar Sanusi, *Metodologi Penelitian Bisnis*, 136

²³ Imam Ghazali, *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program Ibm Spss 21*, (Semarang: Badan Penerbit Undip, 2001), 97

²⁴ Imam Ghazali, *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program Ibm Spss 21*, (Semarang: Badan Penerbit Undip, 2001), 98

²⁵ Anwar Sanusi, *Metodologi Penelitian Bisnis*, 138

²⁶ Anwar Sanusi, *Metodologi Penelitian Bisnis*, 137

pengujian ini digunakan untuk menguji hipotesis penelitian:²⁷

a. Hipotesis nol (H_0)

Apakah batasan dalam model tidak setara dengan apapun.

$H_0 : b_1 = b_2 = 0$ (menunjukkan apakah semua variabel independen tidak secara simultan mempengaruhi variabel dependen).

b. Hipotesis alternatif (H_a)

Ada kalanya tidak semua parameter sama dengan nol.

$H_a : b_1 \neq b_2 \neq 0$ (menunjukkan apakah variabel dependen dipengaruhi secara simultan oleh seluruh variabel independen). Kriteria berikut harus dipertimbangkan oleh peneliti untuk menentukan hasil pengujian:

a) H_0 ditolak, apabila F hitung $> F$ tabel

b) H_a diterima, apabila F hitung $\geq F$ tabel



²⁷ Imam Ghozali, *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program Ibm Spss 21*, (Semarang: Badan Penerbit Undip, 2001), 98