

BAB III

METODE PENELITIAN

A. Jenis dan Pendekatan Penelitian

Jenis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah pendekatan kuantitatif dengan metode deskriptif yaitu menggunakan data berupa bilangan dan angka yang diolah dan dianalisis dengan menggunakan teknik perhitungan matematis dan statistik. Metode ini berusaha untuk memeriksa kelompok orang atau benda, sistem pemikiran atau peristiwa terkini. Menurut Whitney yang dikutip oleh Moh. Nazir berpendapat bahwa deskriptif merupakan pencapaian interpretasi fakta yang benar. Metode ini mempelajari masalah-masalah sosial dan prosedur-prosedur yang diterapkan di dalamnya. Situasi-situasi tertentu termasuk tentang hubungan kegiatan-kegiatan, sikap-sikap, pandangan-pandangan serta proses yang berlangsung dan pengaruh dari suatu fenomena¹

Sumber data yang digunakan dalam penelitian ini yaitu menggunakan sumber data primer.² Data primer merupakan sumber data yang langsung memberikan data kepada pengumpul data, misalnya melalui kuesioner langsung dengan konsumen.³ Dalam penelitian ini, peneliti menggunakan data primer yang merupakan hasil tanggapan kuesioner. Selain itu, data primer akan disampaikan sebagai data masukan untuk penelitian hipotesis. Dalam penelitian ini peneliti melakukan studi langsung kelapangan untuk memperoleh data yang kongrit Pengaruh *Brand Image* (X1), *Servic Quality* (X2), dan *Store Atmosphere* (X3) sebagai variabel independen terhadap keputusan pembelian konsumen (Y) sebagai variabel bebas (dependen) di B'lian Resto Kecamatan Undaan Kabupaten Kudus.

¹ Moh. Nazir, *Metode Penelitian* (Jakarta : Ghilmia Indonesia, 1988), 83.

² Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D* (Bandung: Alfabeta, 2017), 8.

³ Sugiyono, *Memahami Penelitian Kualitatif* (Bandung: Alfabeta, 2005), 62.

B. Populasi dan Sampel

1. Populasi

Populasi adalah domain umum yang terdiri dari objek atau subjek dengan sifat dan karakteristik tertentu yang ditentukan oleh peneliti untuk dipelajari dan dari mana kesimpulan ditarik.⁴ Populasi dalam penelitian ini adalah konsumen B'lian Resto di Kecamatan Undaan Kabupaten Kudus dari responden tersebut, keseluruhan wilayah obyek dan subyek penelitian ditetapkan untuk dianalisis dan ditarik kesimpulan oleh peneliti.

2. Sampel

Sampel adalah sebagian dari populasi yang sedang dipelajari atau diamati dan dianggap dapat menggambarkan keadaan atau ciri-ciri populasi tersebut. Teknik pengambilan sampel yang digunakan dalam penelitian ini adalah accidental sampling. Pengambilan sampel secara aksidental ini dilakukan dengan mengambil kasus atau responden yang kebetulan ada atau tersedia.⁵ Teknik pengambilan sampel yang digunakan dalam penelitian ini menggunakan teknik pengambilan sampel nonprobability. Karena jumlah populasi untuk penelitian ini tidak diketahui secara pasti, maka dasar yang digunakan peneliti untuk mengambil sampel dengan menggunakan rumus Cochran adalah sebagai berikut :

$$n = \frac{Z^2 pq}{e^2}$$

Keterangan :

n = Jumlah sampel yang diperoleh

Z = Harga kurve normal untuk simpangan 5%, dengan nilai 1,96

p = Peluang benar 50% (0,5)

q = Peluang salah 50% (0,5)

e = Tingkat kesalahan sampel (sampling error) 10%⁶

⁴ Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D*, 80.

⁵ Anang Setiana, *Riset Terapan Kebiasaan* (Cirebon: Lovrinz Publishing, 2018), 64

⁶ Azharsyah Ibrahim, *Metodologi Penelitian Ekonomi dan Bisnis Islam* (Banda Aceh: PT. Naskah Aceh Nusantara, 2021), 201-202.

Jumlah konsumen B'lian Resto sebagai populasi tidak diketahui. Untuk menghitung jumlah sampel menggunakan rumus di atas dengan sampling error 10%. Perhitungannya terlihat seperti berikut:

$$\begin{aligned} n &= \frac{(1,96)^2 (0,5) (0,5)}{(0,1)^2} \\ &= \frac{(3,8416) (0,5) (0,5)}{(0,01)} \\ &= 96,04 \end{aligned}$$

Dari hasil perhitungan diperoleh jumlah sampel sebanyak 96,04. Untuk memudahkan penelitian, peneliti mengambil sampel sebanyak 100 responden dari konsumen B'lian Resto Undaan Kudus.

C. Desain dan Definisi Operasional Variabel

1. Desain Penelitian

Desain penelitian merupakan pedoman/ bentuk rancangan/ struktur dalam prosedur penelitian. Desain penelitian merupakan strategi penelitian dalam identifikasi masalah sebelum perencanaan akhir pengumpulan data untuk mencapai tujuan penelitian secara efektif dan efisien. Strategi untuk mendapatkan data untuk keperluan pengujian hipotesis atau menjawab pertanyaan penelitian dan sebagai pengontrol variabel penelitian.⁷ Rancangan penelitian ini menggunakan rancangan penelitian asosiatif, yaitu penelitian yang bertujuan untuk menganalisis hubungan dan pengaruh antara dua variabel atau lebih.⁸ Variabel penelitian adalah apa yang peneliti definisikan sebagai objek penelitian untuk memperoleh informasi dan menarik kesimpulan. Dua variabel digunakan dalam penelitian ini, antara lain⁹:

- a. Variabel independen (bebas) yaitu variabel yang mempengaruhi, mengubah, atau menyebabkan munculnya variabel dependen (terikat). Variabel independen yang digunakan dalam penelitian ini adalah

⁷ Lailatus Sa'adah, *Metode Penelitian Ekonomi dan Bisnis* (Jombang: LPPM Universitas KH. A. Wahab Hasbullah, 2021), 54.

⁸ Suliyanto, *Metode Penelitian Bisnis: untuk Skripsi, Tesis, dan Disertasi*, (Yogyakarta: ANDI, 2018), 15.

⁹ Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*, 38.

Brand Image (X1), *Service Quality* (X2), dan *Store Atmosphere* (X3).

- b. Variabel dependen (terikat) yaitu variabel yang dipengaruhi atau diakibatkan oleh adanya variabel independen. Variabel dependen yang digunakan dalam penelitian ini adalah keputusan pembelian (Y).

2. Definisi Operasional Variabel

Variabel merupakan konsep yang mempunyai nilai berubah – ubah atau mempunyai variasi nilai, keadaan, kategori, atau kondisi. Konsep adalah definisi dari apa yang perlu diamati atau diteliti. Konsep menentukan variabel – variabel mana yang ada hubungan empiriknya atau diamati secara empirik.¹⁰ Untuk mengukur variabel yang diteliti, variabel tersebut harus dioperasional melalui indikator dan diubah menjadi kuesioner yang dibagikan kepada responden dengan menggunakan skala Likert. Variabel digunakan sebagai sinonim dari gagasan atau properti yang sedang diteliti. Dalam konteks ini, sebuah variabel merupakan simbol dari kejadian, tindakan, karakteristik, perlakuan, ataupun atribut yang dapat diukur dan dapat kita berikan penilaian.¹¹ Definisi operasional adalah variabel studi yang dimaksudkan untuk memahami setiap variabel studi sebelum analisis, instrumen, dan sumber pengukuran disediakan.¹² Adapun variabel yang dioperasionalisasikan, seperti yang terlihat pada tabel 3.1 yaitu sebagai berikut:

Tabel 3.1 Definisi Operasional Variabel

No	Variabel	Definisi Operasional	Indikator	Skala
1	Brand Image (X1)	Persepsi seseorang	a. <i>Corporate Image</i>	Likert 1-5

¹⁰ Kadir, *Statiska Penerapan: Konsep Contoh dan Analisis data dengan program SPSS/Lisrel dalam penelitian* (Jakarta: Rajawali Pers, 2015), 7.

¹¹ Donald R. Cooper dan Pamela S. Schindler, *Metode Penelitian Bisnis Edisi 12 Buku terj. Rahma Wijayanti dan Gina Gania* (Jakarta: Salemba Empat, 2017), 64.

¹² V. Wiratna Sujarweni, *Metodologi Penelitian Bisnis dan Ekonomi*, 77.

No	Variabel	Definisi Operasional	Indikator	Skala
		terhadap suatu merek terbentuk dari informasi dan pengalaman masa lalu tentang merek tersebut.	b. <i>User Image</i> c. <i>Product Image</i> ¹³	
2	Service Quality (X2)	Suatu penilaian dari pelanggan atau konsumen terkait pelayanan atas produk atau jasa yang mereka terima dengan tingkat pelayanan yang diinginkan atau diharapkan.	a. Bukti fisik b. Keandalan c. Daya tanggap d. Jaminan e. Empati ¹⁴	Likert 1-5
3	Store Atmosphere (X3)	Suasana toko sangat berpengaruh terhadap apakah pelanggan	a. <i>Store Exterior</i> b. <i>General Interior</i> c. <i>Store Layout</i> d. <i>Interior display</i> ¹⁵	Likert 1-5

¹³ Nursaimatussaddiya dan Cia Cai Cen, *Keputusan Pemilihan Jasa Berbasis Citra Merek dan Promosi* (Padang: PT Inovasi Pratama Internasional, 2022), 13.

¹⁴ Riri Hanifa, 'Pengaruh Dimensi Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen Pengguna Jasa Layanan Go-Ride Pada Bisnis JasaTransportasi Go-Jek di Kota Palembang', *Jurnal Manajemen dan Bisnis*, 4.2 (2019): 715.

No	Variabel	Definisi Operasional	Indikator	Skala
		dapat betah dan memilih jenis barang dagangan.		
4	Keputusan Pembelian (Y)	Suatu proses pengambilan keputusan akan pembelian yang mencakup penentuan apa yang akan dibeli atau tidak melakukan pembelian	a. Pengenalan masalah b. Pencarian informasi c. Evaluasi alternatif d. Keputusan pembelian e. Perilaku pasca pembelian. ¹⁶	Likert 1-5

Sumber : berbagai literatur

D. Teknik Pengumpulan Data

Metode pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini yaitu sebagai berikut:

1. Kuesioner

Menurut Arikunto, kuesioner adalah serangkaian pertanyaan tertulis yang digunakan untuk memperoleh informasi, yang mengharuskan responden melaporkan hal-hal pribadi atau apa yang diketahuinya.¹⁷ Sedangkan menurut djaali dan pudji muljono, kuesioner adalah alat pengumpul data yang berbentuk pertanyaan yang akan diisi

¹⁵ Sutisna dan Marcellia Susan, *Perilaku Konsumen Sebagai Dasar Untuk Merancang Strategi Pemasaran* (Yogyakarta: ANDI, 2022), 136-141.

¹⁶ Philip Kotler dan Keller, Kevin Lane, *A framework for marketing management, sixth edition, global edition* (England: Pearson, 2016), 184.

¹⁷ Arikunto, *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktik*, (Jakarta : rineka cipta, 2006), 39.

atau dijawab oleh responden. Beberapa alasan digunakannya kuesioner adalah.¹⁸

- a. Kuesioner terutama dipakai untuk mengukur variabel yang bersifat faktual
- b. Untuk memperoleh informasi relevan dengan tujuan penelitian
- c. Untuk memperoleh informasi dengan validitas dan reliabilitas setinggi mungkin

Peneliti mengumpulkan data dengan melakukan kuesioner online langsung kepada konsumen yang berkunjung ke B'lian Resto. Alat ukur yang digunakan adalah skala Likert. Skala Likert dalam penelitian ini menggunakan lima alternatif jawaban untuk skor yang diberikan yaitu¹⁹ :

Tabel 3.2 Skala Likert

Alternatif Jawaban	Skor
Sangat Setuju (SS)	5
Setuju (S)	4
Netral (N)	3
Tidak Setuju (TS)	2
Sangat Tidak Setuju (STS)	1

Sumber : Sugiyono, 2016

2. Wawancara

Wawancara merupakan komunikasi antara dua pihak atau lebih yang bisa dilakukan dengan tatap muka dimana salah satu pihak berperan sebagai interviewer dan pihak lainnya berperan sebagai interviewee dengan tujuan tertentu.²⁰ Dalam penelitian ini, pengumpulan data dilakukan dengan melakukan wawancara langsung dengan para pemangku kepentingan di perusahaan, metode ini bertujuan untuk mendapatkan data tentang gambaran umum perusahaan dan lain-lain.

3. Observasi

Observasi merupakan pengumpulan data langsung dari lapangan. Proses observasi dimulai dengan

¹⁸ Djaali dan Pudji Muljono, *Pengukuran dalam Bidang Pendidikan* (Jakarta: Grasindo, 2008), 64.

¹⁹ Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*, 93.

²⁰ Fadhallah, *Wawancara* (UNJ Press, 2021), 2.

mengidentifikasi tempat yang hendak diteliti. Setelah tempat penelitian diidentifikasi, dilanjutkan dengan membuat pemetaan sehingga diperoleh gambaran umum tentang sasaran penelitian.²¹

E. Uji Validitas dan Reliabilitas Instrumen

1. Uji Validitas

Uji Validitas digunakan untuk mengetahui kelayakan butir-butir dalam suatu daftar (konstruk) pertanyaan dalam mendefinisikan suatu variabel. Validitas didefinisikan sebagai sejauh mana ketepatan dan kecermatan suatu alat ukur dalam melakukan fungsi ukurnya.²² Suatu survey dikatakan valid jika pertanyaan-pertanyaan dalam survey tersebut mengungkapkan sesuatu yang diukur oleh survey tersebut. Uji signifikansi dilakukan dengan membandingkan nilai r_{hitung} (istilah yang dikoreksi dalam output *Cronbach alpha* - nilai korelasi total) dengan r_{tabel} untuk *degree of freedom* ($df = n - 2$), di mana n adalah jumlah sampel. Untuk melihat apakah suatu item digunakan, uji signifikansi koefisien korelasi biasanya dilakukan pada tingkat signifikansi 0,05. Artinya, suatu item dianggap valid jika memiliki korelasi yang signifikan dengan skor keseluruhan. Suatu item, pertanyaan, atau variabel dinyatakan valid jika terdapat korelasi positif dengan $r_{hitung} > r_{tabel}$.²³

2. Uji reliabilitas

Jika alat ukur telah dinyatakan valid, selanjutnya reliabilitas alat ukur tersebut diuji. Uji reliabilitas adalah suatu nilai yang menunjukkan konsistensi suatu alat ukur ketika mengukur gejala yang sama. Uji reliabilitas dalam penelitian ini menggunakan uji statistik *Cronbach's alpha* (α) untuk mengukur reliabilitas. Suatu struktur atau variabel dianggap reliabel jika menghasilkan nilai *Cronbach's alpha*

²¹ Suhailasari Nauton, *Teks Laporan Hasil Obsrvai untuk Tingkat SMP Kelas VII* (Guepedia, 2021), 112

²² Ivan Gumilar, *Metode Riset Untuk Bisnis dan Manajemen* (Yogyakarta: Utama lab, 2007), 20.

²³ Imam Ghozali, *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS 25 Edisi 9* (Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro, 2018), 51-52.

$> 0,60$. Suatu pertanyaan dinyatakan otoritatif atau suatu struktur atau variabel dinyatakan otoritatif jika nilai *alpha Cronbach* $> 0,60$. Sebaliknya, jika *alpha Cronbach* kurang dari $0,60$, maka soal dinyatakan tidak reliabel.²⁴

F. Uji Asumsi Klasik

1. Uji Normalitas

Uji normalitas yaitu untuk menguji apakah sebaran data mengikuti atau mendekati sebaran normal, yaitu sebaran data berbentuk lonceng. Data yang baik adalah data yang memiliki pola seperti normal, yaitu data yang tidak miring ke kiri dan ke kanan.²⁵ Saat menganalisis suatu grafik, normalitas dapat ditentukan dengan melihat sebaran data (titik-titik) sepanjang sumbu diagonal grafik atau dengan melihat histogram residu.²⁶ Uji normalitas dapat digambarkan dengan histogram ataupun grafik p-plot. Asumsi untuk uji normalitas dengan diagram histogram menyatakan bahwa jika histogram membentuk lengkung kurva normal maka residual dinyatakan normal dan asumsi normalitas terpenuhi.

Penggambaran normalitas suatu data residual juga dinyatakan dengan p-plot, dimana jika diagram menunjukkan plot-plot mengikuti alur garis lurus maka data memenuhi asumsi normalitas. Berdasarkan tahapan pengolahan data yang telah dilakukan, diperoleh ringkasan hasil uji normalitas yang diujikan dan dibuktikan dengan menggunakan bantuan program SPSS yang digambarkan dalam grafik histogram dan p-plot.²⁷

2. Uji Heteroskedastisitas

Uji heteroskedastisitas menguji apakah terdapat ketidaksamaan varians atau residual dari satu pengamatan

²⁴ Imam Ghozali, *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS 25 Edisi 9*, 45-46.

²⁵ Singgih Santoso, *Mahir Statistik Multivariat Dengan SPSS* (Jakarta: Elex Media Komputindo, 2018), 43.

²⁶ Imam Ghozali, *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS 25 Edisi 9*, 161-166.

²⁷ Suhadi dan Siti Mudrika Zein, *Path Analysis (Faktor dominan penentu rasa percaya diri teori dan riset)* (Malang: CV. Literasi Nusantara Abadi, 2022), 30.

ke pengamatan lainnya, dan juga merupakan uji klasik yang dijalankan dengan tujuan untuk mengetahui apakah ada penyimpangan dari persyaratan asumsi baku. Suatu keadaan di mana tidak ada heterodispersitas. Uji heteroskedastisitas adalah asumsi dalam regresi bahwa varian dari residual tidak sama dari satu pengamatan ke pengamatan lainnya.²⁸ Agar dapat mengetahui hasilnya dapat menggunakan metode scatterplot dengan memasukkan ZPRED pada kolom X dan SRESID pada kolom Y. Pengecekan tanda heteroskedastisitas juga dapat dilakukan dengan menggunakan uji Glejser. Uji Glejser dilakukan dengan meregresi variabel independen/bebas ke nilai absolut residual. Jika nilai signifikan antara variabel bebas dan residual absolut lebih besar dari 0,05. Maka tidak terjadi masalah heteroskedastisitas.²⁹

3. Uji Multikolinearitas

Multikolinearitas yaitu adanya hubungan linear yang pasti antara peubah-ubah bebasnya. Untuk mengetahui ada tidaknya masalah multikolinearitas dapat mempergunakan nilai VIF (*Variance Inflation Factory*). Jika nilai VIF masih kurang dari 10, multikolinearitas tidak terjadi.³⁰ Nilai yang biasa digunakan untuk menunjukkan adanya multikolinieritas adalah sama dengan *Tolerance* < 0,10, atau nilai VIF > 10. Jika *tolerance* > 0,10 atau nilai VIF < 10.³¹

4. Uji Autokorelasi

Uji autokorelasi dilakukan untuk melihat apakah ada korelasi antara kesalahan pengganggu untuk periode t dan kesalahan untuk periode t sebelumnya dalam model regresi linier yang digunakan. Jika ada korelasi, itu disebut masalah autokorelasi. Model regresi yang baik tidak

²⁸ Billy Nugraha, *Pengembangan Uji Statistik* (Sukoharjo: Pradina Pustaka, 2022), 71.

²⁹ Duwi Priyatno, *Cara Kiat Belajar Analisis Data dengan SPSS 20* (Yogyakarta: ANDI, 2012), 158.

³⁰ Agus Purwoto, *Panduan Lab Statistik Inferensia*, (Jakarta: Grasindo, 2007), 97.

³¹ Imam Ghozali, *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS 25 Edisi 9*, 107-108.

memiliki autokorelasi.³² Uji yang digunakan untuk mendeteksi ada tidaknya autokorelasi dapat dilakukan dengan uji *Durbin Watson* (uji DW). Uji *Durbin-Watson* dilakukan dengan membandingkan nilai *Durbin-Watson* dari hasil regresi dengan nilai pada tabel *Durbin-Watson*.³³

G. Teknik Analisis Data

Teknik analisis data dalam penelitian kuantitatif adalah proses pengolahan data yang dikumpulkan dari responden lapangan atau referensi lain yang dapat dipercaya. Kegiatan analisis data meliputi pengelompokan data berdasarkan variabel dan jenis responden, serta tabulasi seluruh data variabel responden. Ini menyajikan data untuk setiap variabel yang diteliti, melakukan perhitungan untuk menjawab rumusan masalah, dan melakukan perhitungan untuk menguji hipotesis yang diajukan.³⁴

Pengolahan dan analisis data dalam penelitian ini menggunakan program SPSS versi 25 yang digunakan untuk menghitung statistik berupa uji kualitas data, uji regresi berganda, uji asumsi klasik, dan uji hipotesis. Data disajikan dengan jelas dalam tabel dan grafik.

1. Analisis Regresi Linier Berganda

Regresi linier berganda adalah analisis yang menentukan apakah ada pengaruh signifikan parsial atau simultan antara dua atau lebih variabel independen untuk satu variabel dependen, apa pengaruhnya (positif atau negatif), dan berapa banyak Analisis untuk memeriksa dan memprediksi nilai variabel dependen. Variabel dengan Variabel Independen.³⁵ Analisis regresi digunakan untuk menunjukkan kebenaran pengaruh variabel bebas dan terikat. Variabel bebasnya adalah brand image (X1), service

³² M. Nisfiannoor, *Pendekatan Statistika Modern untuk Ilmu Sosial* (Jakarta: Salemba Humanika, 2009), 92.

³³ Imam Ghozali, *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS 25 Edisi 9*, 111-112.

³⁴ Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D*, 147.

³⁵ Duwi Priyatno, *Analisis Regresi Linier dengan SPSS dan Analisis Regresi Data Panel dengan Eviews* (Yogyakarta: Cahaya Harapan, 2022), 3.

quality (X₂), store atmosphere (X₃), dan variabel terikatnya adalah keputusan pembelian (Y). Model regresi linier berganda terlihat seperti:

$$Y = a + \beta_1 X_1 + \beta_2 X_2 + \beta_3 X_3 + e$$

Keterangan:

Y	= Keputusan Pembelian
a	= Konstanta
$\beta_1 \beta_2 \beta_3$	= Koefisien Regresi
X ₁	= Brand Image
X ₂	= Service Quality
X ₃	= Store Atmosphere
e	= Standard Error

2. Koefisien Determinasi (R²)

Dalam analisis regresi diketahui bahwa ukuran yang dapat digunakan untuk tujuan tersebut dikenal dengan koefisien determinasi (R²). Nilai koefisien determinasi merupakan ukuran kontribusi variabel penjelas terhadap variabel respon. Koefisien determinasi memiliki nilai antara 0 dan 1. Nilai R² mendekati 1 berarti bahwa variabel independen menyediakan hampir semua informasi yang dibutuhkan untuk memprediksi perubahan variabel dependen. Dengan kata lain, R-squared menunjukkan variabilitas (variasi) naik turunnya Y yang dijelaskan oleh efek linear dari X (seberapa banyak variabilitas dalam variabel Y dapat dijelaskan oleh variabilitas dalam nilai-nilai variabel X). Nilai R-squared sama dengan 1 berarti garis regresi yang terbentuk sangat sesuai dengan pengamatan yang diperoleh. Nilai R-kuadrat sama dengan 1 berarti bahwa semua naik turunnya fluktuasi Y disebabkan oleh X. Oleh karena itu, jika nilai X diketahui, nilai Y dapat diramalkan secara sempurna.³⁶

³⁶ Dergibson Siagian dan Sugiarto, *Metode Statistika untuk Bisnis dan Ekonomi* (Jakarta: Gramedia Pustaka Utama, 2000), 259.

3. Uji Signifikansi Simultan (Uji F)

Uji Signifikansi simultan Uji (F) merupakan analisis varian (*analysis of variance-ANOVA*). Secara teknis uji F digunakan untuk menguji hipotesis gabungan (*joint hypothesis*) bahwa semua koefisien regresi secara simultan bernilai nol.³⁷ Pengujian dalam penelitian ini menggunakan taraf signifikansi atau tingkat kepercayaan 0,05. Jika tingkat signifikansi penelitian lebih kecil dari 0,05 atau F_{hitung} lebih besar dari F_{tabel} , maka semua variabel independen berpengaruh signifikan terhadap variabel dependen secara bersamaan. Jika signifikansi $< 0,05$ dan $F_{hitung} > F_{tabel}$ maka H_0 ditolak dan H_a diterima, maka hipotesis dapat diartikan tidak ditolak dan semua variabel independen berpengaruh terhadap variabel dependen. Signifikansi $> 0,05$ dan $F_{hitung} < F_{tabel}$, semua variabel independen tidak berpengaruh terhadap variabel dependen jika H_0 diterima dan H_a ditolak dan hipotesis ditolak.³⁸

4. Uji Signifikansi Parsial (Uji t)

Uji signifikansi parsial (Uji t) sering disebut juga uji validitas pengaruh. Tujuan pengujian dengan uji t untuk mengetahui pengaruh variabel independen secara parsial terhadap variabel dependen. Pengaruh yang dimaksud secara signifikan atau nyata. Ada tiga tipe pengambilan keputusan (hipotesis) yang dapat saudara gunakan, yaitu dua sisi (*two-tail*), sisi kanan (*right-tail*), dan sisi kiri (*left-tail*).³⁹ Uji data penelitian menggunakan taraf signifikansi 0,05. Kriteria pengujian pada taraf signifikansi 5% adalah: Jika nilai signifikansi $< 0,05$ dan $t_{hitung} > t_{tabel}$, berarti H_0 ditolak dan H_a diterima, sehingga dapat disimpulkan bahwa hipotesis tidak ditolak. Artinya terdapat pengaruh yang

³⁷ Jihad Lukis Panjawa dan Retno Sugiharti, *Pengantar Ekonometrika Dasar Teori dan Aplikasi Praktis untuk Sosial-Ekonomi* (Magelang: Pustaka Rumah Cinta, 2021), 28.

³⁸ V. Wiratna Sujarweni, *Metodologi Penelitian Bisnis dan Ekonomi*, 162-164.

³⁹ Jihad Lukis Panjawa dan Retno Sugiharti, *Pengantar Ekonometrika Dasar Teori dan Aplikasi Praktis untuk Sosial-Ekonomi*, 29.

besar pada variabel dependen diantara variabel independen. Kemudian jika nilai signifikansi $> 0,05$ dan $t_{hitung} < t_{tabel}$, berarti H_0 diterima dan H_a ditolak, sehingga dapat disimpulkan bahwa hipotesis tidak diterima. Artinya tidak terdapat pengaruh yang signifikan terhadap variabel dependen diantara variabel independen.⁴⁰



⁴⁰ V. Wiratna Sujarweni, *Metodologi Penelitian Bisnis dan Ekonomi*, 161-162.