

## BAB III METODE PENELITIAN

### A. Jenis dan Pendekatan

#### 1. Jenis Penelitian

Jenis penelitian yang digunakan pada penelitian ini yaitu penelitian kausalitas. Penelitian kausalitas ini berkaitan hubungan sebab-akibat yang sudah diketahui oleh peneliti sehingga dapat mengategorikan variabel bebas dan variabel terikat.<sup>1</sup> Penelitian pendekatan kuantitatif dengan jenis kausalitas juga dapat menjadi dasar pengetahuan hubungan pengaruh *brand image* (X1), *flash sale* (X2), *halal lifestyle* (X3) terhadap keputusan pembelian (Y).

#### 2. Pendekatan Penelitian

Dalam penelitian ini pendekatan yang digunakan yaitu dengan pendekatan penelitian kuantitatif. Penelitian menggunakan pendekatan kuantitatif merupakan investigasi yang sistematis tentang suatu kondisi/ fenomena dengan cara mengumpulkan dan menggunakan data yang bisa diukur dengan teknik statistik, matematika, ataupun komputasi. Dalam penelitian kuantitatif yang kita lakukan mencakup penelitian korelasi, dimana peneliti melakukan penelitian untuk mencari dan menemukan hubungan diantara variabel independent dan variabel dependen secara parsial ataupun simultan menggunakan data variabel yang berbentuk interval atau rasio.<sup>2</sup>

### B. Setting Penelitian

*Setting* penelitian merupakan lokasi dimana kegiatan penelitian akan dilakukan. Peneliti melakukan penelitian pada Institut Agama Islam Negeri Kudus, yang beralamatkan pada jalan Conge Ngembalrejo PO BOX 51 Kudus 59322. Adapun penelitian ini dilakukan terhadap mahasiswi Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Kudus pada Angkatan 2020 – 2021 yang pernah membeli dan menggunakan produk kosmetik Hanasui.

---

<sup>1</sup> Nurdjanah Hamid and A. Ratna Sari Dewi, *Metode Penelitian Pendekatan Analisa Dan Kasus* (Bandung: Media Sains Indonesia, 2022), 4.

<sup>2</sup> Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, Dan R & D* (Bandung: Alfabeta, 2017).

**Tabel 3. 1**  
**Jumlah Mahasiswi Angkatan 2020 – 2021**

Program Studi	Angkatan 2020	Angkatan 2021
Akuntansi Syariah	126	131
Ekonomi Syariah	130	134
Manajemen Bisnis Syariah	126	132
Manajemen Zakat dan Waqaf	52	42
Perbankan Syariah	125	127
Jumlah per Angkatan	559	566
Total Populasi	1.125	

Berdasarkan tabel 3.1 dapat diketahui mahasiswi Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Kudus Angkatan 2020 – 2021 yang merupakan mahasiswa aktif sebanyak 1.125 mahasiswi. Maka populasi dalam penelitian ini berjumlah 1.125 orang.

### C. Populasi dan Sampel

#### 1. Populasi

Populasi ialah total keseluruhan dari objek maupun subjek yang sudah ditetapkan peneliti berdasarkan ciri khas tertentu agar dapat dipelajari serta ditarik simpulan.<sup>3</sup> Populasi dalam kajian ini ialah mahasiswi yang telah melakukan pembelian serta telah menggunakan kosmetik Hanasui di aplikasi *Shopee*. Walaupun mahasiswa yang pernah melakukan transaksi pembelian di *Shopee* tidak diketahui secara gamblang, tetapi populasi masih bisa dilakukan pengidentifikasian yakni menyangkut semua mahasiswi di Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Kudus Angkatan 2020 – 2021 dengan total keseluruhan mencapai 1.125.

#### 2. Sampel

Sampel ialah substansi dari total keseluruhan serta ciri khas dari populasi yang telah teridentifikasi. Pada kajian ini, peneliti memanfaatkan metode penarikan sampel kajian dengan cara *nonprobability sampling* dengan teknik *purposive sampling*. *Purposive sampling* merupakan cara untuk mengambil sampel yang berlandaskan pertimbangan tertentu secara spesifik.<sup>4</sup> Dalam penelitian ini, masing-masing anggota populasi diberikan

<sup>3</sup> Arfatun Nurahmah, *Pengantar Statistika 1*, Suci Harya ((Media Sains Indonesia, 2021).

<sup>4</sup> Sugiyono, "*Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, Dan R & D*", (Bandung: Alfabeta, 2017), 103.

persyaratan khusus. Syarat atau klasifikasi yang difungsikan pada kajian ini antara lain:

- Mahasiswi FEBI IAIN Kudus Angkatan 2020 – 2021.
- Telah melakukan pembelian produk kosmetik Hanasui pada aplikasi *Shopee*.

Agar dapat memberikan ketentuan pada keseluruhan pengambilan sampel dapat dilakukan proses formulasi dengan memanfaatkan rumus *Slovin*, antara lain:

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

Keterangan:

- n = Jumlah Sampel  
 N = Ukuran populasi  
 E = *Margin of error* ke 10% atau 0,1

Hasil penghitungan total keseluruhan sampel yang akan diambil menggunakan formula tersebut, antara lain:

$$n = \frac{1.125}{1+(1.125 (0,1)^2)}$$

$$n = \frac{1.125}{12,25^2}$$

$$n = 91,84 = 92$$

Total keseluruhan sampel yang dilakukan pengujian dengan formulasi tersebut ialah 91,84 responden. Jika makin besar total keseluruhan sampel yang diambil, maka makin rendah peluang kesalahan generalisasinyai.<sup>5</sup> Dengan demikian, peneliti membulatkan sampel menjadi 92 responden pada aktivitas penelitian ini agar dapat mewakili populasi yang tersedia.

## D. Desain dan Definisi Operasional Variabel

### 1. Variabel Penelitian

Variabel pada suatu riset atau kajian ialah sebuah elemen dasar yang telah ditentukan oleh peneliti agar mendapatkan jawaban yang telah diformulasikan. Menentukan variabel perlu mendapatkan dukungan sebuah teori serta dijelaskan dengan hipotesis.<sup>6</sup> Kajian ini terdiri atas empat variabel, antara lain:

- Variabel bebas (Independen) yakni macam variabel yang mampu memberikan pengaruh pada variabel lainnya, biasa

<sup>5</sup> Sugiyono, "*Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, Dan R & D*", (Bandung: Alfabeta, 2017), 103.

<sup>6</sup> Syafrida Sahir Hafni, "*Metodologi Penelitian*, Pertama (Yogyakarta: KBM Indonesia, 2021).

dikatakan sebagai variabel penyebab.<sup>7</sup> Variabel pada kajian ini terdiri atas tiga bagian, antara lain *brand image* (X1), *flash sale* (X2), dan *halal lifestyle* (X3).

- b. Variabel terikat (Dependen) yakni sebuah variabel yang timbul karena adanya variabel bebas.<sup>8</sup> Variabel pada kajian ini ialah keputusan pembelian (Y).

**2. Definisi Operasional Variabel**

Definisi operasional variabel ialah substansi yang disajikan peneliti agar seluruh variabel yang dilakukan penelitian berupa konsep abstraksi menjadi spesifikasi dan tidak memiliki beragam makna yang bisa dikalkulasikan serta dipahami dengan penggunaan skala *likert* 1-5.<sup>9</sup>

**Tabel 3. 2**  
**Sakal Instrumen**

Skor	Keterangan	Simbol
5	Sangat Setuju	SS
4	Setuju	S
3	Ragu-Ragu	RR
2	Tidak Setuju	TS
1	Sangat Tidak Setuju	STS

Sumber: Sugiyono (2017)<sup>10</sup>

Terdapat beragam aspek operasional pada suatu variabel yang akan menjadikan sebuah penelitian agar lebih mudah dipahami serta dijalankan sesuai dengan rencana. Berkaitan dengan hal tersebut, di bawah ini merupakan penjelasan secara rinci mengenai operasional variabel:

**Tabel 3. 3**  
**Definisi Operasional Variabel**

Variabel	Definisi Operasional	Indikator	Sumber
<i>Brand Image</i> (X1)	Menurut Kotler dan Keller mengatakan citra	1. Kekuatan merek ( <i>brand strength</i> ) 2. Keunggulan	Kotler dan Keller <sup>12</sup> yang digunakan

<sup>7</sup> Megasari Gusandra Saragih dkk, *Metode Penelitian Kuantitatif Dasar-Dasar Memulai Penelitian*, Pertama (Yayasan Kita Menulis, 2021).

<sup>8</sup> Megasari Gusandra Saragih dkk.

<sup>9</sup> Bambang Sugeng, *Fundamental Metodologi Penelitian Kuantitatif (Eksplanatif)* (Cv Budi Utama, 2020).

<sup>10</sup> Sugiyono, "*Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, Dan R & D*", (Bandung: Alfabeta, 2017), 103.

<sup>12</sup> P. Kotler & K. L. Keller.

	( <i>image</i> ), merupakan persepsi konsumen terhadap produk atau perusahaanya. Citra yaitu seperangkat keyakinan, pemikiran, dan ide yang dimiliki oleh seseorang terhadap suatu objek. <sup>11</sup>	3. Keunikan merek ( <i>brand uniqueness</i> )	dalam penelitiannya Ragie Ardiansa dan Salim Siregar. <sup>13</sup>
<i>Flash sale</i> (X2)	<i>Flash sale</i> adalah suatu sistem pemasaran di <i>E-Commerce</i> yang populer dimana pembuat merek menjual produknya dalam jumlah yang terbatas dengan harga diskon dalam waktu tertentu sebelum periode penjualan normal. <sup>14</sup>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Besaran diskon selama promosi <i>flash sale</i></li> <li>2. Frekuensi promosi <i>flash sale</i>.</li> <li>3. Masa promosi <i>flash sale</i>.</li> <li>4. Jumlah produk yang tersedia pada saat <i>flash sale</i></li> <li>5. promosi yang menarik</li> </ol>	M. Zhang dan Cheng <sup>15</sup> yang digunakan dalam penelitiannya Martaleni <sup>16</sup> dan Khofifah Rahmania dkk. <sup>17</sup>

<sup>11</sup> P. Kotler & K. L. Keller, *Marketing Manajement*.

<sup>13</sup> Ardiansa and Siregar, "Pengaruh Brand Image Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Smartphone Realme: Studi Kasus Pada Wilayah Kabupaten Subang."

<sup>14</sup> M. Zhang, J. Zhang, "Why and How Do Branders Sell New Products on Flash Sale."

<sup>15</sup> M. Zhang, J. Zhang.

<sup>16</sup> Martaleni dkk, "Flash Sale and Online Impulse Buying: Mediation of Emotions," *Pemasaran Inovatif* 18, no. 2 (2020).

<sup>17</sup> Khofifah Rahmania, "Pengaruh Flash Sale Terhadap Online Impulse Buying Yang Dimediasi Emosi Positif Pada Pengguna Shopee," *Ekonomi Himalaya Dan Manajemen Bisnis* 4, no. 1 (2023).

<p><i>Halal lifestyle</i> (X3)</p>	<p><i>Halal lifestyle</i> adalah pola hidup dalam seseorang yang mengacu pada perilaku atau hal-hal yang sesuai dengan nilai, standar, serta prinsip, yang diperbolehkan secara syariat agama islam.<sup>18</sup></p>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Aktivitas (<i>activities</i>)</li> <li>2. Minat (<i>interest</i>)</li> <li>3. Pendapat (<i>opinion</i>)</li> </ol>	<p>Kotler dan Keller<sup>19</sup> yang digunakan dalam penelitiannya Vina Anisa.<sup>20</sup></p>
<p>Keputusan Pembelian (Y)</p>	<p>Keputusan pembelian merupakan semua pengalaman dalam pembelajaran, pemilihan, penggunaan, dan bahkan menyingkirkan produk.<sup>21</sup></p>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Pilihan Produk (<i>Product Choice</i>)</li> <li>2. Pilihan Merek (<i>Brand Choice</i>)</li> <li>3. Pilihan Tempat Penyalur (<i>Dealer Choice</i>)</li> <li>4. Jumlah Pembelian (<i>Purchase Amount</i>)</li> <li>5. Waktu Pembelian (<i>Purchase Timing</i>)</li> <li>6. Metode Pembayaran (<i>Payment Method</i>)</li> </ol>	<p>Kotler dan Keller<sup>22</sup> yang digunakan dalam penelitiannya Ragie Ardiansa dan Salim Siregar.<sup>23</sup></p>

<sup>18</sup> Muhtar Solihin dan Muliadi Nurul Zaidah, "Halal Lifestyle Dan Wara' Lifestyle (Studi Kasus Pusat Halal Salman ITB)," *Jurnal Penelitian Ilmu Ushuluddin* 2, no. 3 (2022), 546-566.

<sup>19</sup> Kevin Lane Keller Philip Kotler, "*Manajemen Pemasaran: Edisi Ke-13 Jilid I*", (Jakarta: Erlangga, 2009)

<sup>20</sup> Vina Anisa, "PENGARUH HALAL LIFESTYLE, HALAL KNOWLEDGE DAN PROMOSI TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN BRAND MERK RABBANI."

<sup>21</sup> P. Kotler & K. L. Keller, *Marketing Manajement*.

<sup>22</sup> P. Kotler & K. L. Keller.

<sup>23</sup> Ardiansa and Siregar, "Pengaruh Brand Image Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Smartphone Realme: Studi Kasus Pada Wilayah Kabupaten Subang."

## A. Teknik Pengumpulan Data

Pengumpulan data ialah sebuah elemen yang sangat signifikan pada kajian yang digunakan agar dapat mendapatkan informasi dan data untuk mencapai suatu tujuan penelitian.<sup>24</sup> Teknik pengumpulan data yang difungsikan pada kajian ini, antara lain.:

### 1. Kuesioner (angket)

Kuesioner ialah metode agar dapat mengumpulkan data yang terdapat pertanyaan atau pernyataan yang diberikan pada narasumber untuk nantinya dilakukan penjawaban sesuai dengan instruksinya. Pada proses penyusunan angket, peneliti memanfaatkan turunan variabel yang akan dilakukan penelitian, dimensi indikasi, indikasi tersebut yang akan memberikan fungsi pada sumber penyusunan pertanyaan pada angket.<sup>25</sup> Melalui *google form*, angket disebarkan oleh peneliti. Penggunaan *google form* bertujuan agar memudahkan peneliti dan responden supaya lebih praktis dan efisien tetapi menghasilkan data yang akurat.

### 2. Dokumentasi

Dokumentasi merupakan metode yang dilakukan peneliti agar memperoleh data yang berbentuk buku, jurnal, catatan, transkrip, surat kabar, dan lain sebagainya. Dengan memanfaatkan metode dokumentasi, data dan informasi mengenai responden bisa dipenuhi. Selain itu, pemanfaatan teknik dokumentasi akan memberikan kekuatan terhadap data yang telah dihimpun dari responden.<sup>26</sup>

## B. Teknik Analisis Data

Analisis data pada kajian ini memanfaatkan analisis deskriptif yang merupakan teknik penjabaran data yang difungsikan agar data dapat diuji dalam kegiatan penelitian secara mandiri dengan mengikutsertakan variabel. Analisis deskriptif telah dilakukan agar dapat melakukan pengujian hipotesis yang menghasilkan bahwa hipotesis dapat digeneralisasikan.<sup>27</sup> Dalam kajian ini, peneliti telah melaksanakan uji validitas serta uji reliabilitas dan proses uji asumsi

---

<sup>24</sup> Mukhtazar, *Prosedur Penelitian Pendidikan* (Yogyakarta: Absolute Media, 2020).

<sup>25</sup> Ach Nur Fuad, *Aptikom Statistik Berbasis SPSS, Pertama* (Kediri: Lembaga Chakra Brahmanda Lentera, 2021).

<sup>26</sup> Sugiyono, "*Metode Penelitian Bisnis*", (Bandung: Alfabeta, 2016).

<sup>27</sup> Iqbal Hasan Misbahuddin, *Analisis Data Penelitian Dengan Statistik, Kedua* (Jakarta: Sinar Grafika Offset, 2022).

klasik serta uji hipotesis dengan memfungsikan aplikasi SPSS seri 26.0.

Pada penelitian ini pemanfaatan SPSS sangat mudah untuk dipahami pada proses pengoperasiannya. SPSS ialah program yang difunkikan agar mampu memberikan penganalisisan data, pengubahan data serta mampu melakukan transformasi data. SPSS telah menghasilkan data dalam wujud tabel. Bentuk tabulasi ialah substansi dari data yang telah dikelompokkan berkaitan dengan klasifikasi serta kategori yang telah ditentukan.<sup>28</sup>

### 1. Uji Validitas Instrumen

Uji validitas ialah ketepatan yang muncul diantara data yang sebenarnya terjadi dengan data yang didapatkan oleh peneliti. Validasi data ialah apabila elemen kajian mampu difungsikan supaya dapat melakukan kalkulasi data. Apabila elemen data dapat dikalkulasikan dengan tepat, maka data dapat disebut sebagai data yang tervalidasi. Uji validitas data difungsikan agar dapat melakukan pengujian pada sebuah angket yang terdapat unsur keabsahan atau tidak. Angket dapat dinyatakan sebagai data yang valid jika pertanyaan di dalamnya mempunyai kemampuan agar dapat mengungkapkan sebuah data yang akan dilakukan pengukuran. Uji validitas bisa ditentukan dengan menemukan hubungan antara nilai yang diperoleh dari masing-masing pertanyaan dengan nilai keseluruhan. Nilai keseluruhan ialah keseluruhan dari pertanyaan pada variabel. Uji signifikansi direalisasikan dengan cara mengkalkulasikan  $r$  tabel pada tingkat 0,05 pada saat  $r$  hitung  $>$   $r$  tabel sehingga item dapat memperoleh hasil yang valid dan begitu sebaliknya apabila  $r$  hitung  $<$   $r$  tabel sehingga item dikatakan tidak valid atau tidak sah.<sup>29</sup>

### 2. Uji Reliabilitas Instrumen

Uji reliabilitas ialah cara untuk menganalisis data sebagai bahan kalkulasi ketetapan atau konsistensi hasil jawaban responden berdasarkan angket yang telah diberikan. Proses pengujian terhadap reliabilitas difungsikan agar dapat mengkalkulasikan induksi dari sebuah variabel yang tersedia, sejauh mana hasil kalkulasi tersebut mampu berkonsistensi apabila difungsikan lebih dari sekali. Disebut sebagai data yang

---

<sup>28</sup> Wardana, *Pengantar Aplikasi SPSS Versi 20* (Baubau: LPPM Universitas Muhammadiyah Buton Press, 2022).

<sup>29</sup> Imam Ghazali, *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program IBM SPSS 26*, 10th ed. (Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro, 2021), 61-74.

reliabel jika elemen yang difungsikan menghasilkan data yang serupa. Uji realibilitas memberikan petunjuk pada tingkatan konsistensi sebuah elemen. Pada saat melakukan uji reliabilitas, difungsikan teknik uji statistika *Cronbach Alpha*. Suatu instrument dapat dikatakan sebagai bagian yang reliabel apabila skor yang didapatkan memperlihatkan skor koefisien  $> 0,70$ . Apabila capaian skor memperoleh hasil tersebut, maka dapat ditunjukkan jika realibilitas yang sangat tinggi. Sebaliknya, apabila skor koefisiennya  $< 0,70$  maka reliabilitas masih rendah atau tidak reliabel.<sup>30</sup>

### 3. Statistik Deskriptif

Analisis statistik deskriptif adalah uraian atau penjelasan data yang diperoleh dari mean (rata-rata), varians, simpangan baku, maksimum, minimum, jumlah, rentang, kelengkungan, dan *skewness* (perbedaan sebaran). Statistik deskriptif dapat menggambarkan variabel-variabel yang dimasukkan dalam penelitian ini. Statistik deskriptif juga menjelaskan ukuran numberik yang sangat penting untuk data sampel.<sup>31</sup>

### 4. Uji Asumsi Klasik

#### a. Uji Multikolonieritas

Uji multikolonieritas ialah teknik analisis data yang difungsikan agar dapat melakukan pengujian terhadap model regresi terdapat korelasi antarvariabel bebas atau tidak. Pola regresi disebutkan baik jika tidak melakukan korelasi antarvariabel bebas atau insepندن. Pada pola regresi, digunakan suatu proses isentifikasi untuk mengambil keputusan atau atau tidak suatu multikolonisritas yakni, antara lain:<sup>32</sup>

- 1) Apabila nilai *tolerance*  $< 0,10$  serta *VIF*  $> 10$ , sehingga akan terjadi multikolonieritas.
- 2) Apabila nilai *tolerance*  $> 0,10$  serta *VIF*  $< 10$ , sehingga tidak akan terjadi multikolonieritas.

#### b. Uji Heterokedastisitas

Uji heterokedastisitas ialah metode analisis data yang difungsikan sebagai bentuk pengetahuan apakah pola regresi akan terjadi ketidaksamaan variasinya dadi resisu observasi ke observasi yang lainnya tetap sehingga bisa dikatakan sebagai homoskesasititas kemudian apabila mengalami

---

<sup>30</sup> Ghozali.

<sup>31</sup> Ghozali.

<sup>32</sup> Ghozali.

perbedaan maka dikatakan sebagai heterokedastitas. Data bisa dikatakan baik apabila pola regresi yang homoskedastisitas. Dalam penelitian ini uji heteroskedastisitas dilakukan dengan menggunakan uji glejser. Model regresi dikatakan tidak terjadi heteroskedastisitas jika probabilitas signifikansinya di atas tingkat kepercayaan 5% atau  $>0,05$  dan sebaliknya.<sup>33</sup>

### c. Uji Normalitas

Uji normalitas ialah teknik analisis data yang difungsikan sebagai media pengujian pada pola regresi, variabel pengganggu atau residu memiliki distribusi secara normal. Distribusi normal dalam penelitian ini penulis deteksi dengan menggunakan uji non-parametrik Kolmogrov-Smirnov. Jika nilai signifikansi pada hasil uji Kolmogrov-Smirnov lebih besar dari 0,05 maka dapat diasumsikan normalitas terpenuhi.<sup>34</sup>

## 5. Uji Hipotesis

### a. Analisis Regresi Linier Berganda

Analisis regresi linier berganda ialah proses analisis data yang difungsikan sebagai penunjuk antara relasi yang dinyatakan pada persamaan yang merujuk pada relasi fungsional yang terdapat pada variabel yang dilakukan observasi. Variabel tersebut kemudian dibagi atas 2 jenis, antara lain variabel independent atau variabel bebas (X) dan variabel dependen atau variabel terikat (Y), relasi fungsional antara satu variabel independent dengan satu variabel dependen. Formulasi persamaan dari proses regresi linier berganda antara lain:<sup>35</sup>

$$Y = a + b_1X_1 + b_2X_2 + b_3X_3 + u$$

Keterangan:

Y = Keputusan Pembelian

X<sub>1</sub> = *Brand Image*

X<sub>2</sub> = *Flash Sale*

X<sub>3</sub> = *Halal Lifestyle*

a = Konstanta

b<sub>1</sub> = Koefisien regresi dari *brand image* (X<sub>1</sub>)

b<sub>2</sub> = Koefisien regresi dari *flash sale* (X<sub>2</sub>)

b<sub>3</sub> = Koefisien regresi dari *halal lifestyle* (X<sub>3</sub>)

---

<sup>33</sup> Ghozali.

<sup>34</sup> Ghozali.

<sup>35</sup> Ghozali.

$u$  = Tingkat eror

**b. Uji Koefisien Determinasi ( $R^2$ )**

Uji koefisien determinasi ialah tinggi dan besaran skor pada kontribusi variabel independen (X) pada variabel dependen (Y), makin tinggi skor koefisien determinasinya, sehingga akan makin tinggi kemampuan variabel independent (X) agar dapat memberikan penjelasan pada variasi perubahan terhadap variabel dependen (Y). Agar memperoleh skor koefisien determinasi sekitar 0 – 1. Nilai  $R^2$  yang kecil memiliki makna apabila keahlian variabel-variabel independent untuk memberikan penjelasan pada variabel-variabel dependen masih mengalami keterbatasan. Sebaliknya, nilai yang mendekati satu dimaknai sebagai kemampuan variabel-variabel independent dalam penjelasan variabel dependen yang baik. Apabila nilai  $R^2 = 0$ , sehingga tidak memperoleh pengaruh yang diberikan variabel independent pada variabel dependen. Sebaliknya, apabila  $R^2 = 1$ , sehingga akan semakin sempurna informasi yang diberikan oleh variabel independent pada variabel dependen. Hasil analisis determinasi dapat diamati pada nilai  $R^2$  jika regresinya mempunyai dua variabel independent. Sehingga jika regresinya memiliki  $>2$  variabel independent sehingga dapat memanfaatkan nilai Adjusted  $R^2$  sebagai koefisien determinasi.<sup>36</sup>

**c. Uji Simultan (Uji F)**

Uji simultan ialah analisis data yang difungsikan agar dapat mengamati adanya pengaruh dari analisis yang difungsikan agar dapat mengamati pengaruh dari variabel independen secara langsung dan bersamaan pada variabel dependen. Hasil uji simultan dapat diamati pada tingkatan signifikansi 5%. Pengujian secara simultan ini bisa direalisasikan melalui cara perbandingan antara  $F_{tabel}$  dengan  $F_{hitung}$ .  $F_{tabel}$  dapat dilakukan dengan syarat  $df1 = (\text{jumlah variabel}-1)$ , dan  $df2 = (n-k-1)$ . Di bawah ini ialah klasifikasi perbandingan pada  $F_{tabel}$  dengan  $F_{hitung}$ , antara lain:<sup>37</sup>

- 1) Jika  $F_{hitung} > F_{tabel}$ , sehingga variabel independent secara simultan akan memberikan pengaruh pada variabel dependen.

---

<sup>36</sup> Ghozali.

<sup>37</sup> Ghozali.

- 2) Jika  $F_{hitung} > F_{tabel}$ , sehingga variabel independent secara simultan tidak memberikan pengaruh pada variabel dependen.

**d. Uji Statistik Parsial (Uji t)**

Uji statistik parsial t memiliki tujuan agar dapat menyatakan tingkat besaran pengaruh variabel indeoenden secara parsial dengan cara memberikann penjelasan pada jenis variabel dependennya. Proses pengujian dilakukan agar dapat memperoleh keputusan pada relasi variabel dengan metode parsial melalui perbandingan pada nilai t hitung serta nilai kritis yang memperlihatkan kevel atau tingkatan signifikasi serta derajat kebebasannya. Dengan skor signifikan mencapai 5% atau 0,05.<sup>38</sup>

Di bawah ini merupakan klasifikasi pada proses penilaian uji t, antara lain.

- 1) Apabila nilai  $t_{hitung} < t_{tabel}$  atau nilai signifikasi  $> 0,05$  artinya  $H_0$  diterima  $H_A$  ditolak. Dapat diartikan bahwa variabel independent tidak berpengaruh pada variabel dependen.
- 2) Apabila nilai  $t_{hitung} > t_{tabel}$  nilai signifikansi  $< 0,05$  artinya  $H_0$  ditolak  $H_A$  diterima. Dapat diartikan bahwa variabel independent berpengaruh pada variabel dependen.

---

<sup>38</sup> Ghozali.