

BAB III METODE PENELITIAN

A. Jenis dan Pendekatan Penelitian

Untuk mendapatkan data-data yang diperlukan serta dapat dipertanggungjawabkan dalam penyusunan skripsi. Peneliti menggunakan jenis penelitian *field research* yaitu pengumpulan data dan informasi yang bersumber dari lapangan atau objeknya.¹ Dalam penelitian ini ditujukan untuk memperoleh bukti empirik, menguji dan menjelaskan pengaruh citra merek, kualitas produk, dan harga terhadap keputusan pembelian jilbab pada outlet Elzatta Kudus.

Metode dalam penelitian ini menggunakan metode penelitian kuantitatif, yang digunakan untuk meneliti populasi atau sampel tertentu, teknik pengambilan sampel pada umumnya dilakukan secara random, pengumpulan data menggunakan instrumen penelitian, analisis data bersifat kuantitatif atau statistik dengan tujuan untuk menguji hipotesis yang telah ditetapkan.²

B. Sumber Data

Data adalah sekumpulan bukti atau fakta yang dikumpulkan dan disajikan untuk tujuan tertentu.³ Sumber data yang digunakan dalam penelitian ini adalah:

1. Data Primer

Data primer adalah data yang diperoleh langsung dari subjek penelitian dengan menggunakan alat pengukur atau alat pengambilan data langsung pada sumber objek sebagai sumber informasi yang dicari. Data primer pada penelitian ini diperoleh dari jawaban para responden terhadap angket (kuesioner) yang disebar oleh peneliti. Adapun responden yang menjawab angket adalah konsumen Elzatta Kudus.

¹ Hadari Nawawi dan Mimi Martini, *Penelitian Terapan*, Gajah Mada University Press, Yogyakarta, 2005, hlm. 24.

² Sugiyono, *Metode Penelitian Pendidikan (Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, Dan R&D)*, Alfabeta, Bandung, 2006, hlm. 13.

³ Moh. Prabundu Tika, *Metodologi Riset Bisnis*, PT. Bumi Aksara, Jakarta, 2006, hlm. 57.

2. Data Sekunder

Data sekunder adalah data yang diperoleh oleh pihak lain tidak langsung diperoleh peneliti dari subjek penelitiannya.⁴ Data sekunder merupakan sumber data penelitian yang diperoleh peneliti secara tidak langsung melalui media perantara (diperoleh dan dicatat pihak lain). Data sekunder umumnya berupa bukti, catatan atau laporan historis yang telah tersusun dalam arsip (data dokumenter) yang dipublikasikan.⁵ Data sekunder dalam hal ini peneliti diperoleh dari dokumentasi, pengamatan di Outlet Elzatta Kudus, membaca dan mempelajari buku-buku maupun jurnal penelitian yang ada hubungannya dengan pembahasan penelitian ini.

C. Populasi dan Sampel Penelitian

1. Populasi

Populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri dari objek atau subjek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya. Populasi dalam penelitian ini adalah konsumen outlet Elzatta Kudus yang membeli produk-produk Elzatta. Berdasarkan hasil observasi diketahui bahwa populasi konsumen Elzatta rata-rata per bulan diperoleh jumlah pembeli sebanyak 638 konsumen. Jadi jumlah populasi adalah 638.

2. Sampel

Sampel adalah bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi tersebut.⁶ Penetapan jumlah sampel dilakukan dengan menggunakan rumus Slovin, sebagai berikut:

⁴ Saifuddin Azwar, *Metode Penelitian, Pustaka Pelajar*, Yogyakarta, 2001, hlm. 91.

⁵ Nur Indriantoro dan Bambang Supomo, *Metodologi Penelitian Bisnis: untuk Akuntansi dan Manajemen Edisi pertama*, BPFE Yogyakarta, 2002, hlm. 147.

⁶ Sugiyono, *Metode Penelitian Pendidikan (Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, Dan R&D)*, Alfabeta, Bandung, 2006, hlm. 115-116.

$$n = \frac{N}{1+Ne^2}$$

Keterangan:

n = Ukuran sampel

N = Ukuran populasi

e = Tingkat kesalahan (Standart Error 10%)⁷

Oleh karena itu untuk menentukan sampel dalam penelitian ini yaitu: jumlah sampel untuk penelitian ini dengan menggunakan e sebesar 10% adalah, sebagai berikut:

$$n = \frac{N}{1+Ne^2} = \frac{638}{1+638(0,1)^2} = \frac{638}{1+6,38} = \frac{556}{7,38} = 86,45$$

n = 86,45 responden dibulatkan menjadi 86 responden.

Dari rumus di atas, maka sampel yang digunakan dalam penelitian ini adalah 86 konsumen.

Pada penelitian ini teknik pengambilan sampel menggunakan metode *non probability sampling* yaitu teknik pengambilan sampel yang tidak memberikan peluang yang sama bagi setiap unsur (anggota) populasi untuk dipilih menjadi anggota sampel. Jenis *probability sampling* yang digunakan adalah *sampling insidental* yaitu teknik penentuan sampel berdasarkan kebetulan/*incidental* bertemu dengan peneliti dapat digunakan sebagai sampel, bila dipandang orang yang kebetulan ditemui itu cocok sebagai sumber data.⁸

D. Instrumen Penelitian

Instrument merupakan alat yang digunakan sebagai pengumpul data dalam suatu penelitian. Alat utama dalam penelitian ini adalah kuesioner yang diajukan kepada konsumen pada outlet Elzatta Kudus yang terpilih menjadi sampel penelitian. Dalam kuesioner terdapat sejumlah

⁷ Syofian Siregar, Statistik Parametrik untuk Penelitian Kuantitatif: Dilengkapi dengan Perhitungan Manual dan Aplikasi SPSS Versi 17, PT Bumi Aksara, Jakarta, 2014, hlm. 61.

⁸Sugiyono, *Metode Penelitian Pendidikan (Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, Dan R&D*, Alfabeta, Bandung, 2006, hlm. 120-122.

pertanyaan yang harus dijawab oleh responden sesuai dengan hal-hal yang diketahuinya.

Variabel-variabel dalam studi ini diukur dengan menggunakan skala *likert*. Skala *likert* adalah skala yang dapat digunakan untuk mengukur sikap, pendapat, dan persepsi seseorang tentang suatu objek tertentu.

Skala likert yang digunakan adalah nilai 1 sampai dengan 5 dengan menggunakan batasan - batasan, sebagai berikut:

Nilai 1 = sangat tidak setuju

Nilai 2 = tidak setuju

Nilai 3 = netral

Nilai 4 = setuju

Nilai 5 = sangat setuju⁹

E. Tata Variabel penelitian

Variabel penelitian adalah segala sesuatu yang berbentuk apa saja yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari sehingga diperoleh informasi tentang hal tersebut, kemudian ditarik kesimpulannya. Adapun yang menjadi variabel penelitian ini dapat dibedakan menjadi:

1. Variabel independen (X), atau variabel bebas yaitu variabel yang mempengaruhi atau yang menjadi sebab timbulnya variabel terikat. Dalam penelitian ini yang menjadi variabel independen adalah religiusitas (X_1), gaya hidup (X_2).
2. Variabel dependen (Y), atau variabel terikat yaitu variabel yang dipengaruhi atau yang menjadi akibat, karena adanya variabel bebas.¹⁰ Variabel dependen dalam penelitian ini adalah keputusan pembelian (Y).

F. Definisi Operasional

Definisi operasional adalah suatu definisi mengenai variabel yang dirumuskan berdasarkan karakteristik-

⁹Sugiyono, *Metode Penelitian Pendidikan (Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, Dan R&D)*, Alfabeta, Bandung, 2006, hlm. 50.

¹⁰ Sugiyono, *Metode Penelitian Pendidikan (Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, Dan R&D)*, Alfabeta, Bandung, 2006, hlm. 58-59.

karakteristik variabel tersebut yang dapat diamati.¹¹ Variabel dan devinisi operasonal akan dijelaskan sebagaimana tabel berikut:

Tabel 3.1
Definisi Operasional

No	Variabel	Definisi Operasional	Dimensi	Indikator	Ins trumen
1.	Religiusitas	Religiusitas adalah sistem simbol, sistem keyakinan, sistem nilai, sistem perilaku, yang terlembagakan yang semua itu terpusat pada persoalan-persoalan yang dihayati sebagai yang paling maknawi (<i>ultimate meaning</i>). ¹²	a) <i>Idiologis</i>	a. Rukun iman b. Konsep tauhid	1-2 3
			b) <i>Ritualitas</i>	a. Tindakan keagamaan b. Ketaatan terhadap agama yang dianutnya	4-5
			c) <i>Eksperim ensial</i>	a. Pengalaman religius b. fakta yang mengandung bahwa agama memiliki harapan tertentu	6-7
			d) <i>Intelektua litas</i>	a. Memiliki sejumlah pengetahuan mengenai dasar-dasar keyakinan	8

¹¹ Saifuddin Azwar, *Metode Penelitian, Pustaka Pelajar*, Yogyakarta, 2001, hlm. 74.

¹² Djamaludin Ancok dan Fuad Nashori Suroso, *Psikologi Islami, Pustaka Pelajar*, Yogyakarta, 2004, hlm. 76.

			e) <i>Konsekuensi</i> . ¹³	a. Identifikasi perilaku yang dimotivasi oleh ajaran agama	
2.	Gaya hidup (<i>life style</i>)	bagaimana seseorang menggunakan uangnya, bagaimana seseorang mengalokasikan waktunya, dan sebagainya. Jadi gaya hidup berbeda dari kepribadian yang memandang konsumen dari perspektif internal. ¹⁴	a) <i>Aktivitas</i> b) <i>Interests</i> c) <i>Opini</i> ¹⁵	a. Memiliki pekerja b. Suka berbelanja c. Memiliki komunitas a. Berpakaian muslim b. Memanfaatkan media elektronik c. Faktor keluarga a. Nyaman dan pantas untuk dipakai b. Produk yang sudah terkenal c. Kesesuaian harga dengan kualitas produk	9-12 13-15 16-18

¹³ Reitsma, Jan dkk, *Dimensi Of Individual Religiosity and Charity: Cross National Effect Differences in European Countries of Religious Research*, volume 47 Nomor 4, 2006 PP: 347-362.

¹⁴ Restianti Prasetijo, *Prilaku Konsumen*, Andi, Yogyakarta, 2005, Hlm. 56.

¹⁵ Ali Hasan, *Marketing Bank Syariah*, Ghalia Indonesia, Bogor, 2010, Hlm. 59-60.

3.	Keputusan Pembelian	Proses pengintegrasian yang mengombinasikan pengetahuan untuk mengevaluasi dua atau lebih perilaku alternative, dan memilih salah satu diantaranya. ¹⁶	a) pengenalan masalah	a. Kesesuaian produk b. Ketersediaan produk	19-20
			b) pencarian informasi	a. Sumber pribadi b. Komersial c. Publik	21-23
			c) evaluasi alternatif	a. Alternatif pilihan (preferensi antar produk)	24
			d) keputusan pembelian	a. Keunggulan produk	25-26
			e) evaluasi pasca pembelian. ¹⁷	a. Berlangganan b. Merekomendasikan produk kepada orang lain.	27-28

G. Teknik Pengumpulan Data

Pada penelitian ini metode yang digunakan yaitu:

1. Kuesioner (Angket)

Kuesioner adalah teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan menyerahkan atau mengirimkan daftar pertanyaan untuk diisi sendiri oleh responden. Metode ini memberikan tanggung jawab kepada responden untuk membaca dan menjawab pertanyaan. Penulis menyebarkan kuesioner yang berupa angket kepada konsumen yang berkunjung ke Outlet Elzatta Kudus.

Dalam penelitian ini kuesioner yang disusun berupa penelitian skala pemahaman. Terdiri dari butir-

¹⁶ Nugroho J.Setiadi, Edisi Revisi Perilaku Konsumen, Prenada Media Group, Jakarta, 2010, hlm, 332.

¹⁷ Philip Kotler dan Kevin Keller, *Menejemen Pemasaran*, Ed. 13, Jilid 1, Terj. Bob sabran, Erlangga, Jakarta 2009, Hlm 184-186.

butir pertanyaan atau pernyataan mengenai teori pengaruh citra merek, kualitas produk, dan harga terhadap keputusan pembelian produk jilbab Elzatta, yang disertai jawaban acuan dengan bobot nilai yang berbeda. Model skala dalam penyusunan kuesioner ini adalah model *likert*.

2. Observasi

Observasi atau pengamatan berarti setiap kegiatan untuk melakukan pengukuran. Akan tetapi, observasi atau pengamatan disini diartikan lebih sempit, yaitu pengamatan dengan menggunakan indera penglihatan yang berarti tidak mengajukan pertanyaan-pertanyaan.¹⁸ Metode ini digunakan untuk memperoleh data mengenai situasi umum Outlet Elzatta Kudus yang meliputi sejarah berdirinya, gambaran umum, dan letak atau lokasi Outlet Elzatta Kudus.

3. Dokumentasi

Metode dokumentasi merupakan teknik pengumpulan data yang dapat berupa buku harian, surat pribadi, laporan, notulen rapat, dan dokumen-dokumen lain.¹⁹ Metode dokumentasi digunakan untuk memperoleh informasi dan data tentang kondisi atau gambaran umum terkait religiusitas dan gaya hidup terhadap keputusan pembelian serta data-data lain yang mendukung dalam penelitian ini.

H. Uji Validitas dan Reliabilitas

1. Uji Validitas

Validitas adalah ketepatan atau kecermatan suatu instrument dalam mengukur apa yang ingin diukur. Uji validitas sering digunakan untuk mengukur ketepatan suatu item dalam kuesioner. Validitas item ditunjukkan dengan adanya korelasi atau dukungan terhadap item total

¹⁸Irawan Soehartono, *Metode Penelitian Sosial: Suatu Teknik Bidang Penelitian Bidang Kesejahteraan Sosial dan Ilmu Sosial Lainnya*, Remaja Rosdakarya, Bandung, 2002, hlm. 65-69.

¹⁹Irawan Soehartono, *Metode Penelitian Sosial: Suatu Teknik Bidang Penelitian Bidang Kesejahteraan Sosial dan Ilmu Sosial Lainnya*, Remaja Rosdakarya, Bandung, 2002, hlm. 71.

(skor total), perhitungan dilakukan dengan cara mengkorelasikan antara skor item dengan skor item total. Dari hasil perhitungan korelasi yang digunakan untuk mengukur tingkat validitas suatu item dan menentukan apakah suatu item layak digunakan atau tidak.

Dalam menentukan layak atau tidaknya suatu item yang digunakan, biasanya digunakan uji signifikansi koefisien korelasi pada taraf signifikansi 0,05. Artinya suatu item dianggap valid jika berkorelasi signifikan terhadap skor total. Jumlah butir pertanyaan dalam suatu variabel dikatakan valid apabila nilai r -hitung yang merupakan nilai dari Corrected item-Total Correlation > dari r -tabel.²⁰

2. Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas adalah untuk mengukur suatu kuesioner yang merupakan indikator dari variabel atau konstruk. Dikatakan reliable jika jawaban seseorang terhadap kenyataan konsisten dari waktu ke waktu.

Untuk melakukan uji reliabilitas dapat melalui program SPSS dengan menggunakan Uji Statistik Cronbach Alpha. Adapun kriteria bahwa instrument itu dikatakan reliable apabila nilai yang didapat dalam proses pengujian dengan uji statistik Cronbach Alpha > 0,60. Dan jika Cronbach Alpha ditemukan angka koefisien < 0,60 maka dikatakan tidak reliable.²¹

I. Uji Asumsi Klasik

1. Uji Multikolonieris

Uji multikolonieris bertujuan untuk menguji apakah model regresi ditemukan adanya korelasi antar variabel independen (bebas). Model regresi yang baik seharusnya tidak terjadi korelasi diantara variabel independen. jika variabel bebas saling berkorelasi, maka variabel tersebut tidak membentuk orthogonal. Variabel

²⁰ Duwi Priyatno, *Paham Analisa Statistik Data dengan SPSS*, MediaKom, Yogyakarta, 2010, hlm. 90-91.

²¹ Masrukin, *Statistik Inferensial*, Media Ilmu Press, Kudus, 2008, hlm. 15.

orthogonal adalah variabel independen yang nilai korelasi antar sesama variabel independen sama dengan nol.

Untuk mendeteksi ada tidaknya multikolonieritas di dalam model regresi adalah dengan nilai Tolerance dan Variance inflation Factor (VIF). Kedua ukuran ini menunjukkan sikap variabel independen manakah yang dijelaskan oleh variabel independen lainnya. Jadi, jika nilai tolerance yang rendah sama dengan nilai VIF yang tinggi (karena $VIF = 1/tolerance$). Nilai yang umum dipakai untuk menunjukkan adanya multikolonieritas adalah nilai tolerance $\leq 0,10$ atau sama dengan nilai VIF ≥ 10 .²²

2. Uji Autokorelasi

Uji autokorelasi bertujuan untuk menguji apakah dalam suatu model regresi linier ada korelasi antara kesalahan pengganggu pada periode t-1 (sebelumnya). Jika terjadi korelasi, maka dinamakan ada problem autokorelasi. Autokorelasi muncul karena observasi yang berurutan sepanjang waktu berkaitan satu sama lainnya. Masalah ini timbul karena residual (kesalahan pengganggu) tidak bebas dari satu observasi ke observasi lainnya.

Cara yang dapat digunakan untuk mendeteksi ada atau tidaknya autokorelasi yaitu dengan Uji Durbin-Watson (DW test). Pengambilan keputusan ada tidaknya autokorelasi:²³

Tabel 3.2
Uji Durbin-Watson (DW test)

Hipotesis Nol	Keputusan	Jika
Tidak ada autokorelasi positif	Tolak No Decision	$0 < d < dl$ $dl \leq d \leq du$
Tidak ada autokorelasi positif	Tolak No Decision	$4 - dl < d < 4$
Tidak ada korelasi negative	Tidak Ditolak	$4 - du \leq d \leq 4 - dl$

²² Imam Ghazali, *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS 19 edisi 5*, Badan Penerbit UNDIP, Semarang, 2011, hlm. 105-106.

²³ Imam Ghazali, *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS 19 edisi 5*, Badan Penerbit UNDIP, Semarang, 2011, hlm. 110-111.

Tidak ada korelasi negative Tidak ada autokorelasi positif atau negative.		$Du < d < 4 - du$
--	--	-------------------

3. Uji Heteroskedastisitas

Uji heteroskedastisitas bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi terjadi ketidaksamaan variance dari residual satu pengamatan ke pengamatan yang lain. jika variance dari residual satu pengamatan ke pengamatan lain tetap, maka disebut homoskedastisitas dan jika berbeda disebut heteroskedastisitas. Model regresi yang baik adalah homoskedastisitas.

Untuk mendeteksi ada atau tidaknya heteroskedastisitas dapat dilakukan dengan melihat ada tidaknya pola tertentu pada grafik Scatterplot antara SRESID dan ZPRED dimana sumbu Y adalah Y yang telah diprediksi, dan sumbu X adalah residual ($Y \text{ prediksi} - Y \text{ sesungguhnya}$) yang telah di-studentized. Jika pada grafik tidak ada pola yang jelas serta titik-titik menyebar di atas dan di bawah sumbu 0 (nol) pada sumbu Y, maka tidak terjadi heteroskedastisitas dalam satu model regresi.²⁴

4. Uji Normalitas

Uji normalitas bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi, variabel terikat dan variabel bebas keduanya mempunyai distribusi normal atau tidak. Untuk menguji apakah data berdistribusi normal atau tidak normal dapat dilakukan beberapa cara, sebagai berikut:

- Dengan melihat histogram yang membandingkan antara data observasi dengan distribusi normal.
- Dengan cara melihat normal probability plot, yang kemudian dibandingkan antara distribusi kumulatif dari distribusi normal. Distribusi normal akan membentuk

²⁴Imam Ghazali, *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS 19 edisi 5*, Badan Penerbit UNDIP, Semarang, 2011, hlm. 139.

garis lurus diagonal, dan plotting data akan dibandingkan dengan garis lurus diagonal.

Jika garis yang menggambarkan data sesungguhnya akan mengikuti garis diagonalnya, atau grafik histogramnya menunjukkan pola distribusi normal, maka model regresi memenuhi asumsi normal. Jika sebaliknya, maka model regresi tidak memenuhi asumsi normalitas.²⁵

J. Teknik analisis data

1. Analisis Regresi Linear Berganda

Analisis regresi linear berganda adalah hubungan secara linear antara dua atau lebih variabel independen (X_1 , X_2 ,) dengan variabel dependen (Y). Analisis ini untuk memprediksi nilai dari variabel dependen apabila nilai variabel independen mengalami kenaikan atau penurunan dan untuk mengetahui arah hubungan antara variabel independen dengan variabel dependen apakah masing-masing variabel independen berhubungan positif atau negatif.²⁶

Pada penelitian ini yaitu digunakan untuk mengetahui seberapa besar pengaruh religiusitas (X_1) dan gaya hidup (X_2) terhadap keputusan pembelian (Y). adapun persamaan regresi linier berganda dapat dicari dengan rumus:

$$Y = a + b_1X_1 + b_2X_2 + e$$

Keterangan :

Y : Keputusan pembelian

a : Konstanta

b_1 : Koefisien regresi religiusitas dengan keputusan pembelian

b_2 : Koefisien regresi gaya hidup dengan keputusan pembelian

X_1 : Religiusitas

X_2 : Gaya Hidup

²⁵ Masrukin, Statistik Inferensial, *Media Ilmu Press*, Kudus, 2008, hlm. 56-61.

²⁶ Duwi Priyatno, *Paham Analisa Statistik Data dengan SPSS*, MediaKom, Yogyakarta, 2010, hlm. 61.

e : Faktor *error* atau faktor lain di luar penelitian.²⁷

2. Analisis determinasi (R^2)

Analisis determinasi digunakan untuk mengetahui prosentase sumbangan pengaruh variabel independen (X_1 , X_2 ,) secara serentak terhadap variabel dependen (Y). Koefisien ini menunjukkan seberapa besar prosentase variasi variabel dependen. Bila R^2 mendekati angka satu maka dapat dikatakan bahwa sumbangan dari variabel bebas terhadap variabel tergantung atau terikat semakin besar. Hal ini berarti model yang digunakan semakin kuat untuk menerangkan variasi variabel tergantung atau terikat.²⁸

3. Uji-t (parsial)

Uji ini digunakan untuk mengetahui apakah dalam model regresi variabel independen (X_1 , X_2 ,) secara parsial berpengaruh signifikan terhadap variabel dependen (Y). Rumus t hitung pada analisis regresi adalah :

$$t \text{ hitung} = \frac{b_i}{S_{b_i}}$$

Keterangan :

b_i = Koefisien regresi variabel i

S_{b_i} = Standard error variabel i

Langkah-langkah pengujian :

a) Menentukan hipotesis

H_0 : Secara parsial tidak ada pengaruh antara variabel independen dengan variabel dependen

H_a : Secara parsial ada pengaruh antara variabel independen dengan variabel dependen

b) Menentukan tingkat signifikansi

Tingkat signifikansi menggunakan 0,05 ($\alpha = 5\%$)

²⁷ V. Wiratno Sujarweni, *Metodologi Penelitian Bisnis dan Ekonomi*, Pustaka Baru Press, Yogyakarta, 2015, Hlm.160.

²⁸ Duwi Priyatno, *Paham Analisa Statistik Data dengan SPSS*, MediaKom, Yogyakarta, 2010, hlm. 66

- c) Kriteria pengujian
 H_0 diterima jika $-t_{\text{tabel}} \leq t_{\text{hitung}} \leq t_{\text{tabel}}$
 H_a ditolak jika $-t_{\text{hitung}} < -t_{\text{tabel}}$ atau $t_{\text{hitung}} > t_{\text{tabel}}$ ²⁹

4. Uji Signifikansi Simutan (Uji F)

Uji ini digunakan untuk mengetahui apakah variabel independen (X_1, X_2) secara bersama-sama berpengaruh secara signifikan terhadap variabel dependen (Y).

Tahap-tahap untuk melakukan uji F, yaitu:

- a) Menentukan hipotesis
 H_0 : tidak ada pengaruh antara variabel independen secara bersama-sama terhadap variabel dependen.
 H : ada pengaruh antara variabel independen secara bersama-sama terhadap variabel dependen.
- b) Menentukan tingkat signifikansi
Tingkat signifikansi menggunakan 0,05 ($\alpha = 5\%$)
- c) Kriteria pengujian
 H_0 diterima bila $F_{\text{hitung}} \leq F_{\text{tabel}}$
 H_a ditolak bila $F_{\text{hitung}} > F_{\text{tabel}}$ ³⁰

²⁹ Duwi Priyatno, *Paham Analisa Statistik Data dengan SPSS*, MediaKom, Yogyakarta, 2010, hlm. 68-69.

³⁰ Duwi Priyatno, *Paham Analisa Statistik Data dengan SPSS*, MediaKom, Yogyakarta, 2010, hlm. 67.