

BAB III METODE PENELITIAN

A. Jenis dan Pendekatan Penelitian

1. Jenis penelitian

Penelitian ini meneliti di lapangan langsung (*field research*), yaitu penelitian yang dilaksanakan di tempat terjadinya gejala-gejala.¹ Untuk memperoleh data yang riil dan bersifat kuantitatif penelitian ini langsung berhubungan dengan objek yang diteliti, setelah itu dianalisis dengan analisis kuantitatif guna menguji hipotesisnya. Jenis penelitian yang dipakai dalam penelitian ini adalah penelitian lapangan (*field research*) sebab penulis terlibat langsung dalam penelitian. Penelitian ini ditunjukkan untuk mendapatkan bukti empiris, serta menguji dan menjelaskan pengaruh gaya hidup, kepribadian merek dan religiusitas terhadap minat pembelian hijab rawis.

2. Pendekatan penelitian

Pendekatan penelitian ini adalah penelitian kuantitatif. Pendekatan kuantitatif ialah suatu cara atau metode penelitian dengan memakai data kuantitatif yaitu dengan menentukan frekuensi dan presentase tanggapan responden yang diminta menjawab atas sejumlah pertanyaan tentang survey.²

B. Populasi dan Sampel

1. Populasi

Semua objek atau subjek yang berada pada suatu wilayah dan memenuhi syarat-syarat tertentu berkaitan dengan prolem penelitian disebut populasi. Secara singkat semua unit atau individu dalam ruang lingkup yang akan diteliti merupakan definisi lain dari populasi. Pada penelitian ini mahasiswi IAIN Kudus angkatan 2017 yang berjumlah 1607 mahasiswi merupakan populasi penelitian.

¹ Sutrisno Hadi, *Metodologi Research Jilid 1*, Andi Offset, Yogyakarta, 2000, hlm. 10

² Sugiyono, *Metode Penelitian Bisnis*, Alfabeta, Bandung, 2014, hlm. 13

2. Sampel

Anggota populasi yang dipilih disebut sampel yaitu merupakan bagian dari populasi yang mempunyai ciri-ciri tertentu dengan menggunakan prosedur tertentu atau keadaan tertentu yang akan diteliti, sehingga diharapkan bisa mewakili populasi.³ Terdapat beberapa pedoman yang bisa dipakai sebagai patokan untuk menentukan beberapa ukuran sampel minimal yang harus diambil salah satunya dengan menggunakan pendapat Sugiyono yaitu dengan tabel sebagai berikut:⁴

Tabel 3.1
Penentuan jumlah sampel dari populasi tertentu dengan taraf kesalahan 1%, 5%, 10%

| N | S | | |
|-------------|------------|------------|------------|
| | 1% | 5% | 10% |
| 1000 | 399 | 277 | 213 |
| 1100 | 414 | 286 | 217 |
| 1200 | 427 | 292 | 221 |
| 1300 | 440 | 298 | 224 |
| 1400 | 450 | 303 | 227 |
| 1500 | 460 | 307 | 229 |
| 1600 | 469 | 311 | 232 |
| 1700 | 477 | 315 | 234 |
| 1800 | 485 | 318 | 235 |
| 1900 | 492 | 321 | 237 |
| 2000 | 498 | 324 | 238 |

Sumber: Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D*, 2018

Adapun teknik yang digunakan dalam pengambilan sampel ini adalah dengan *simple random sampling* merupakan teknik pengambilan sampel yang dilaksanakan secara acak tanpa memperhatikan strata yang ada dalam populasi itu.⁵

³Nanang Martono, *Metode Penelitian kuantitatif Analisis Isi dan Analisis Sekunder*, Raja Grafindo Persada, Jakarta, 2016, hlm. 76

⁴ Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D*, Alfabeta, Bandung, 2018, hlm. 152

⁵*Ibid.*, hlm. 82

Dalam penelitian ini sampel yang diambil adalah mahasiswi IAIN Kudus angkatan 2017. Ada 5 fakultas yaitu fakultas dakwah 166 mahasiswi, fakultas ekonomi dan bisnis islam (FEBI) 488 mahasiswi, fakultas syari'ah 53 mahasiswi, fakultas tarbiyah 826 mahasiswi, dan fakultas ushuluddin 74 mahasiswi. Dari 5 fakultas tersebut diambil sampel 234 pada mahasiswi secara acak untuk dijadikan responden dengan cara berikut ini:

Tabel 3.2
Jumlah Sampel per Fakultas

| | | | | | | | | |
|---------------|---|----------|---|-----|---|--------|---|--------------|
| Dakwah | = | 166/1607 | X | 232 | = | 23,96 | = | 24 |
| FEBI | = | 488/1607 | X | 232 | = | 70,45 | = | 71 |
| Syari'ah | = | 53/1607 | X | 232 | = | 7,65 | = | 8 |
| Tarbiyah | = | 826/1607 | X | 232 | = | 119,24 | = | 120 |
| Ushuluddin | = | 74/1607 | X | 232 | = | 10,68 | = | 11 |
| Jumlah | | | | | | | | = 234 |

C. Tata Variabel Penelitian

Segala sesuatu yang ditetapkan oleh peneliti dan berbentuk apa saja sehingga didapatkan informasi untuk dipelajari tentang hal tersebut kemudian ditarik kesimpulannya, merupakan pengertian dari variabel penelitian.⁶

Variabel yang didapatkan dalam penelitian bisa diklasifikasikan menjadi:

1. Variabel bebas merupakan suatu variabel yang dapat memberi pengaruh atau menjadi penyebab adanya perubahan atau timbulnya variabel terikat. Variabel bebas yang ada pada penelitian ini adalah:
 - a. Gaya Hidup (X_1)
 - b. Kepribadian Merek (X_2)
 - c. Religiusitas (X_3)
2. Variabel terikat merupakan suatu variabel yang terdampak pada pengaruh adanya variabel bebas. Penelitian ini memiliki variabel terikat berupa Minat Pembelian (Y).

⁶ Nanang Martono, *Metode Penelitian Kuantitatif Edisi Revisi 2*, PT Raja Grafindo, Jakarta, 2011, hlm. 58

D. Definisi operasional

Penentuan *construct* yang sehingga menjadi variabel yang bisa diukur adalah definisi operasional. Cara yang dipakai oleh peneliti akan dijelaskan pengoperasionalisasi *construct* perlu adanya definisi operasional sehingga peneliti lain dapat melakukan replikasi pengukuran dengan sama caranya maupun dengan cara yang sudah dikembangkan dengan baik.⁷ Kemudian definisi operasional yang dipakai dalam penelitian ini adalah :

Tabel 3.3
Definisi Operasional

| Variabel | Definisi | Indikator | Skala | Referensi |
|------------------------|---|---|--------|---|
| Gaya Hidup (X1) | Gaya hidup adalah pola hidup manusia di dunia yang di ekspresikan dalam minat, aktivitas, dan opininya. | <ul style="list-style-type: none"> - Perilaku konsumsi - Tempat - Aktivitas - Suka menjadi pusat perhatian - Cenderung followers | Likert | Lestari Lisnawati dan Imamuddin Hasbi, Pengaruh gaya hidup terhadap proses keputusan pembelian produk Revlon (studi pada remaja perempuan kota bogor), fakultas komunikasi dan bisnis, universitas telkom, Jurnal e-proceeding of management, Vol.5 No.1 bulan april tahun 2015 |
| Kepribadian Merek (X2) | Kepribadian merek adalah | - Hijab rawis dapat digunakan | Likert | Effendy Onggo Saputra, Pengaruh |

⁷ Nur Indriyanto dan Bambang Supomo, *Metodologi Penelitian Bisnis Untuk Akuntansi Dan Manajemen*, BPFE, Yogyakarta, 2011, hlm. 69

| | | | | |
|--|--|--|--|--|
| | <p>bauran tertentu dari sifat manusia yang dapat kita kaitkan pada merek tertentu.</p> | <p>oleh seluruh lapisan masyarakat</p> <ul style="list-style-type: none"> - Atribut dan kemasan produk hijab rawis berkesan sederhana. - Dalam iklan, hijab rawis digambarkan memberikan manfaat bagi kecantikan para wanita. - Dalam iklan, hijab rawis digambarkan sebagai produk yang mampu memberikan kenyamanan (menenangkan) bagi para pemakainya. - Iklan memberikan hijab rawis mampu memberikan | | <p>Kepribadian Persepsi dan Sikap Terhadap Keputusan Memilih Program studi MM (Studi Kasus Pada Program studi MM Ukrida), Jurnal Manajemen dan Bisnis, Vol. 9, No. 1 Juni 2014</p> |
|--|--|--|--|--|

| | | | | |
|--|--|--|--|--|
| | | <p>n perubahan bagi pemakainy a</p> <p>- Iklan menggamb arkan hijab rawis sebagai produk yang mampu memberi semangat bagi para wanita.</p> <p>- Dalam iklan, hijab rawis digambark an sebagai rahasia kecantikan bagi para wanita.</p> <p>- Iklan menggamb arkan hijab rawis yang selalu mengikuti tren</p> <p>- Iklan hijab rawis menggamb arkan bahwa hijab rawis diandalkan dalam memberika n solusi bagi</p> | | |
|--|--|--|--|--|

| | | | | |
|--|--|--|--|--|
| | | <p>masalah kecantikan hijabers.</p> <ul style="list-style-type: none"> - Dalam iklan, hijab rawis dapat digambarkan sebagai produk yang sukses karena bintang iklan hijab rawis selalu orang-orang yang sukses dalam bidangnya - Hijab rawis digambarkan sebagai hijab yang mempesona - Dalam iklan, hijab rawis digambarkan sebagai sesuatu yang romantis karena suasana dan warna-warna kain yang cantik. - Dalam iklan, hijab rawis | | |
|--|--|--|--|--|

| | | | | |
|-------------------|---|--|--------|--|
| | | <p>dipersonifikasi sebagai seseorang yang berani menghadapi tantangan</p> <ul style="list-style-type: none"> - Dalam iklan, hijab rawis digambarkan sebagai sesuatu yang dapat membangkitkan kekuatan kecantikan para wanita | | |
| Religiusitas (X3) | Religiusitas adalah penghayatan agama seseorang yang menyangkut simbol, keyakinan, nilai, dan perilaku yang didorong oleh kekuatan spiritual. | <ul style="list-style-type: none"> - Muslimah diharuskan memakai hijab - Saya menghindari dari perbuatan dosa - Saya suka memakai hijab karena menutup aurot. - Tidak memakai hijab adalah sebuah perbuatan dosa. - Membeli hijab | Likert | Aprillia Elly Kusumastuti dan Rizqi Ayu Kumalasari, Pengaruh Faktor Relatif dan Kontekstual Terhadap perilaku pembelian Konsumen dengan Religiusitas Sebagai Variabel Mediasi (Studi Kasus Fashion Busana Muslim di Semarang), jurnal EBBANK, vol. 8, no. 1, Juni 2017 |

| | | | | |
|--------------------|--|---|--------|--|
| | | merupakan ketaatan terhadap agama | | |
| minat Pembelian(Y) | Minat beli diperoleh dari suatu proses belajar dan proses pemikiran yang membentuk suatu persepsi. | <ul style="list-style-type: none"> - Berusaha mendapatkan informasi mengenai produk hijab rawis.. - Ingin membeli kembali produk hijab rawis. - Akan merekomendasikan produk hijab rawis kepada kerabat atau relasi. | Likert | Agnes Naibaho dan Ai Lii Yuliati, pengaruh brand personality terhadap minat beli produk body mist (studi pada the body shop di trans studio mall bandung, jurnal computech dan bisnis, Vol. 11, no.1, juni 2017, 25-38 |

E. Teknik Pengumpulan Data

1. Angket atau Kuesioner

Menurut Hudori Nawawi, menyampaikan sejumlah pertanyaan tertulis yang dilakukan oleh peneliti untuk mengumpulkan informasi yang dijawab secara tertulis oleh responden dinamakan angket atau kuesioner. Mengarah kepada persoalan, tujuan, dan hipotesis penelitian adalah aturan Pertanyaan yang diajukan dalam angket. Orang yang memberikan jawaban atas pertanyaan yang dimuat dalam angket dinamakan responden. Pertanyaan yang dibuat oleh peneliti kepada responden diharapkan mereka mengetahui

dirinya sendiri, mampu dan bersedia memberikan informasi serta dapat menafsirkannya.⁸ Dimana data yang diambil dari angket dengan memakai skala Likert.

2. Mengumpulkan Dokumen

Metode pengumpulan data yang dilaksanakan dengan mengumpulkan berbagai dokumen yang berkaitan dengan problem penelitian adalah metode dokumentasi atau mengumpulkan dokumen. Yang dapat menjadi sumber data pokok, dapat pula hanya menjadi data penunjang dalam mengeksplorasi masalah penelitian adalah dokumen.⁹

F. Uji Validitas dan Reliabilitas Instrument

1. Uji Validitas

Kuesioner dikatakan valid apabila pertanyaan pada kuesioner mampu untuk mengungkapkan sesuatu yang akan diukur oleh kuesioner tersebut. Untuk mengukur sah atau tidaknya suatu kuesioner diperlukan uji validitas. Pengujian untuk menentukan signifikan atau tidak signifikan dengan membandingkan nilai r_{hitung} dengan r_{tabel} untuk *degree of freedom* = $n-2$. Apabila $r_{hitung} > r_{tabel}$, maka variable tersebut valid.¹⁰ Keputusan pada sebuah butir pertanyaan dapat dianggap valid, yang bisa dilaksanakan dengan beberapa cara:¹¹

- Jika koefisien korelasi product moment $> r_{tabel}$ ($\alpha ; n-2$) $n =$ jumlah sampel
- Jika koefisien korelasi product moment melebihi 0,3
- Nilai Sig. $\leq \alpha$

Suatu konsep yang akan diriset hendaknya dapat diurai dengan jelas konstruksi/kerangkanya. Dalam penelitian ini memakai validitas konstruksi. Kerangka suatu konsep hendaknya valid.¹²

⁸ Moh. Pabundu Tika, *Metodologi Riset Bisnis*, Bumi Aksara, Jakarta, 2006, hlm. 60

⁹ Nanang Martono, 87

¹⁰ Danang Sunyoto, *Metodologi Penelitian Akuntansi*, Refika Aditama, Bandung, 2013, Hlm: 81

¹¹ Sulyanto, *Metode Riset Bisnis*, 149

¹² Husein Umar, *Metode Riset Bisnis*, 104

Tabel 3.4
Hasil Uji Validitas

| Variabel | Indikator | <i>Corrected Item - Total</i> (r_{hitung}) | Keterangan |
|-----------------------------|------------------|--|-------------------|
| Gaya Hidup (X_1) | X1.1 | 0,726 | Valid |
| | X1.2 | 0,508 | Valid |
| | X1.3 | 0,572 | Valid |
| | X1.4 | 0,434 | Valid |
| | X1.5 | 0,661 | Valid |
| | X1.6 | 0,658 | Valid |
| | X1.7 | 0,797 | Valid |
| | X1.8 | 0,607 | Valid |
| | X1.9 | 0,628 | Valid |
| | X1.10 | 0,624 | Valid |
| | X1.11 | 0,545 | Valid |
| | X1.12 | 0,681 | Valid |
| Kepribadian Merek (X_2) | X2.1 | 0,704 | Valid |
| | X2.2 | 0,793 | Valid |
| | X2.3 | 0,444 | Valid |
| | X2.4 | 0,804 | Valid |
| | X2.5 | 0,810 | Valid |
| | X2.6 | 0,838 | Valid |
| | X2.7 | 0,684 | Valid |
| | X2.8 | 0,741 | Valid |
| | X2.9 | 0,763 | Valid |
| | X2.10 | 0,551 | Valid |
| | X2.11 | 0,672 | Valid |
| | X2.12 | 0,794 | Valid |
| | X2.13 | 0,603 | Valid |
| | X2.14 | 0,639 | Valid |
| Religiusitas (X_3) | X3.1 | 0,642 | Valid |
| | X3.2 | 0,540 | Valid |
| | X3.3 | 0,661 | Valid |
| | X3.4 | 0,747 | Valid |
| | X3.5 | 0,659 | Valid |
| Minat | Y.1 | 0,636 | Valid |

| | | | |
|------------------|-----|-------|-------|
| Pembelian (Y) | Y.2 | 0,518 | Valid |
| | Y.3 | 0,488 | Valid |

Sumber : Output SPSS 24.0 tahun 2019, yang diolah

Jadi hasil analisis validitas di atas menampakkan r_{hitung} untuk r tiap butir dapat dilihat pada kolom di atas lebih besar dari r_{tabel} dan nilai r positif, maka semua item pertanyaan tersebut dikatakan valid.

2. Uji Reliabilitas

Alat dalam mengukur kuesioner yang menjadi indikator dari variabel atau konstruk ialah reliabilitas. Jika seseorang telah menjawab secara konsisten maka butir-butir pertanyaan tersebut bisa dikatakan sebagai reliabel atau handal. Pengukuran kehandalan butir pertanyaan yang disebar sekali pada responden, selanjutnya mengkorelasikan antara skor dari jawaban pertanyaan yang sama menggunakan komputer SPSS dengan *cronbach alpha*. jika nilai *cronbach alpha* > 0,60 maka variabelnya dapat dikatakan reliabel.¹³

Tabel 3.5
Hasil Uji Reliabilitas

| Variabel | <i>Cronbach Alpha</i> | <i>Standard Cronbach Alpha</i> | Keterangan |
|-------------------|-----------------------|--------------------------------|-----------------|
| Gaya Hidup | 0,899 | 0,60 | <i>Reliabel</i> |
| Kepribadian Merek | 0,940 | 0,60 | <i>Reliabel</i> |
| Religiusitas | 0,843 | 0,60 | <i>Reliabel</i> |
| Minat Pembelian | 0,721 | 0,60 | <i>Reliabel</i> |

Sumber : Output SPSS 24.0 tahun 2019

Tabel 3.5 memiliki data yang menunjukkan nilai *cronbach alpha* pada variabel gaya hidup, kepribadian merek, religiusitas dan minat pembelian lebih besar dari nilai *standart cronbach alpha* 0,60, yang artinya penelitian ini memiliki variabel yang *reliabel*.

¹³ Ghozali, Imam. 2013. *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program SPSS*. Edisi Ketujuh. Semarang : Badan Penerbit Universitas Diponegoro, 42

G. Uji Asumsi Klasik

1. Uji Multikolinearitas

Korelasi antar variabel bebas telah ditemukan setelah melakukan pengujian model regresi merupakan tujuan dari uji multikolonieritas. Jika tidak ada korelasi antara variabel independen maka model regresi dikatakan baik. Uji multikolonieritas diolah dengan memakai uji nilai *tolerance value* atau *Variance Infation Factor (VIF)*. Bertujuan agar multikolonieritas dapat diketahui atau tidak dengan cara melihat nilai *tolerance value* atau *Variance Infation Factor (VIF)* yakni :¹⁴

- Jika $VIF < 10$ dan nilai *tolerance* $> 0,10$, artinya adalah penelitian tersebut tidak ada multikolinieritasnya.
- Jika $VIF > 10$ dan nilai *tolerance* $< 0,10$ dan $VIF > 10$, artinya adalah penelitian tersebut terdapat gangguan multikolonieritas.

2. Uji Heteroskedastisitas

Varian dari residual dari observasi yang satu dengan lainnya juga perlu diuji apakah memiliki varian yang sama atau tidak dalam persamaan regresi berganda. Homoskedastisitas apabila varian yang sama terdapat pada residualnya dan heteroskedastisitas apabila variannya berbeda. Jika heteroskedastisitas terjadi maka baik persamaan regresinya.

Analisis uji asumsi heteroskedastisitas hasil *output* SPSS melalui grafik *scatterplot* antara *Z prediction (ZPRED)* yang merupakan variabel bebas (sumbu X = Y hasil prediksi) dan nilai residualnya (*SRESID*) merupakan variabel terikat (sumbu Y = Y prediksi - Y riil).

Homoskedastisitas terjadi jika pada *scatterplot* titik-titik hasil pengolahan data antara *ZPRED* dan *SRESID* menyebar di bawah maupun di atas titik origin (angka 0) pada sumbu Y dan tidak mempunyai pola yang teratur.

¹⁴ Ghazali, Imam. 2013. *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program SPSS*. Edisi Ketujuh. Semarang : Badan Penerbit Universitas Diponegoro, 105

Heteroskedastisitas terjadi apabila pada *scatterplot* titik-titiknya mempunyai pola yang teratur baik menyempit, melebar maupun bergelombang-gelombang.¹⁵

3. Uji Normalitas

Untuk menguji apakah dalam model regresi, variabel pengganggu atau residual memiliki distribusi normal atau tidak adalah tujuan dari uji normalitas.¹⁶ Uji normalitas data dipakai untuk mengetahui normal atau tidaknya distribusi yang dimiliki dalam model regresi, variabel dependen dan variabel independen atau semuanya. Uji histogram dan uji normal P Plot dapat digunakan untuk mengetahui normalitas data, memakai SPSS version 24.0. Normalitas atau tidak memiliki dasar yaitu:

- Asumsi normal tidak terpenuhi dalam regresi apabila penyebaran data menjauhi diagonal dan atau tidak searah dengan garis diagonal atau grafik histogram tidak memperlihatkan normalnya pola distribusi.
- Asumsi normalitas terpenuhi apabila penyebaran data masih berada pada garis diagonal dan searah garis diagonal atau memperlihatkan pola distribusi yang normal.

4. Uji Autokorelasi

Jika terjadi autokorelasi maka persamaan tersebut menjadi tidak baik atau tidak layak dipakai prediksi, Persamaan regresi yang baik adalah yang tidak memiliki masalah autokorelasi,. Masalah autokorelasi baru timbul jika ada korelasi secara linier antara kesalahan pengganggu periode t (berada) dengan kesalahan pengganggu periode $t-1$ (sebelumnya). Hal ini bisa dikatakan bahwa uji autokorelasi dilakukan untuk data *time series* atau data yang mempunyai seri waktu.

Salah satu ukuran dalam menentukan ada tidaknya masalah autokorelasi dengan uji durbin-Watson (DW) dengan ketentuan sebagai berikut:

- a. Terjadi autokorelasi positif, jika nilai DW di bawah -2 ($DW < -2$).

¹⁵ *Ibid*, hlm. 87

¹⁶ Ghozali, Imam. 2011. *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program SPSS*. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro, 110

- b. Tidak terjadi autokorelasi, jika nilai DW berada diantara -2 dan +2 atau $-2 < DW < +2$.
- c. Terjadi autokorelasi negative jika nilai DW di atas +2 atau $DW > +2$.

H. Analisis Data

Dalam penelitian ini beberapa analisis data yang dipakai antara lain:

1. Analisis Regresi Linier Berganda

Penelitian yang sebelumnya sudah dirumuskan akan diuji hipotesanya dengan melakukan analisis regresi linier berganda. agar pengaruh antara variabel gaya hidup, kepribadian dan religiusitas terhadap minat pembelian dapat diketahui adalah tujuan dari analisis regresi linier berganda ini. Dalam penelitian ini memakai rumus persamaan regresi ganda berikut:

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

Keterangan :

Y : minat pembelian

a : konstanta

X_1 : gaya hidup

X_2 : kepribadian merek

X_3 : religiusitas

b_1 : koefisien regresi variabel gaya hidup

b_2 : koefisien regresi variabel kepribadian merek

b_3 : koefisien regresi variabel religiusitas

e : standart eror¹⁷

2. Uji t Parsial

Tujuan dari Uji t parsial ini dilakukan untuk mengetahui apakah dalam model regresi variabel independen (X_1 , X_2 , X_3) secara parsial berpengaruh signifikan terhadap variabel dependen (Y). rumus hitung pada analisis regresi adalah:

$$t_{\text{hitung}} = \frac{b_i}{Sb_i}$$

¹⁷ Sugiono, *statistika Untuk Penelitian*, Bandung, Alfabeta, 2014., hlm

Keterangan:

b_i = koefisien regresi variabel i

S_{b_i} = standar error variabel i

Hasil uji t dapat dilihat pada *output Coefficients* dari hasil analisis regresi linier berganda. Kriteria pengambilan keputusan yaitu :

- Jika $t_{hitung} > t_{tabel}$ dan tingkat signifikansi (α) $< 0,05$ maka H_0 ditolak.
- Jika $t_{hitung} < t_{tabel}$ dan tingkat signifikansi (α) $> 0,05$ maka H_0 diterima.

3. Uji F Simultan

Untuk mengetahui apakah variabel independen (X_1, X_2, X_3) secara bersama-sama berpengaruh secara signifikan terhadap variabel dependen (Y) peneliti melakukan uji F simultan ini.

F_{hitung} dapat dicari dengan rumus sebagai berikut:

$$F_{hitung} = \frac{R^2 / k}{(1-R^2)/(n-k-1)}$$

Keterangan:

R^2 = koefisien determinasi

n = jumlah data atau kasus

k = jumlah variabel independen

Hasil uji F dapat dilihat pada *output ANOVA*. Kriteria pengambil minat adalah :

- Apabila $F_{hitung} > F_{tabel}$ dan tingkat signifikansi (α) $< 0,05$ maka H_0 ditolak.
- Apabila $F_{hitung} < F_{tabel}$ dan tingkat signifikansi (α) $> 0,05$ maka H_0 diterima.

4. Adjusted R Square (Koefisien Determinasi)

Kekuatan hubungan yang terdapat pada variabel independen dan dependen dapat ditentukan dengan koefisien determinan (R^2). Koefisien determinasi memiliki nilai antara 0 dan 1, apabila R^2 dekat dengan 1, maka lebih besar variasi variabel independen yang menerangkan dalam variabel dependen. Koefisien determinasi akan dihitung menggunakan program SPSS, yaitu memakai *Adjusted R*

Square, disebabkan variabel independen yang jumlahnya banyak.¹⁸

Walaupun hipotesis yang diuji dalam analisis regresi berganda memberikan kesimpulan bahwa variabel dependen dipengaruhi dengan seluruh variabel independen secara berganda, tidak menutup kemungkinan bahwa kinerja karyawan juga dapat dipengaruhi dengan variabel independen lain. simbol e adalah variabel lain yang ada pada model regresi berganda. Kinerja karyawan sangat dipengaruhi dengan variabel di luar model regresi, dengan *Adjusted R square* bisa mengontrol hal tersebut, sebagai indikator dalam menemukan pengaruh penambahan waktu suatu variabel independen ke dalam persamaan



¹⁸ Mudrajad Kuncoro 2011. *Metode Kuantitatif; Teori dan Aplikasi untuk Bisnis dan Ekonomi*, Edisi keempat. Yogyakarta: Sekolah Tinggi Ilmu Manajemen YKPN, 85