

BAB III METODE PENELITIAN

A. Jenis dan Pendekatan Penelitian

1. Jenis Penelitian

Jenis penelitian yang dipergunakan merupakan penelitian lapangan dimana dilakukan penelitian langsung ke lokasi agar diperoleh data maupun informasi yang dibutuhkan. pada umumnya metode penelitian didefinisikan dengan secara ilmiah agar didapatkan data yang bertujuan dengan suatu kegunaan.¹ Pada penelitian menunjukkan perolehan pembuktian secara empiris, pengujian serta penjelasan dampak dari etika dalam berbisnis secara Islam, harga, promosi, serta mutu layanan pada minat pembelian dari konsumen.

2. Pendekatan Penelitian

Pada penelitian memanfaatkan penggunaan yakni pendekatan kuantitatif yang mana sebuah penelitian yang banyaknya memanfaatkan angka dimulai pada mengumpulkan data serta menampilkan hasil dari data tersebut.² Jenis penelitian ini adalah bagian dari aktivitas penelitian yang secara spesifikasi dengan tersistematis, penuh perencanaan, serta memiliki struktur yang mempunyai kejelasan mulai dari awal kali desain dibuat mengenai tujuan dari penelitian, subjek maupun objek, sampel dari data ataupun metodologi yakni mengumpulkan hingga menganalisis. Penelitian yang memberikan penekanan pada penganalisisan berbagai data numerik ataupun berbentuk angka yang dilakukan pengolahan.

B. Populasi dan Sampel

1. Populasi

Populasi merupakan seluruh bagian dari objek maupun subjek yang terdapat di sebuah daerah dengan pemenuhan berbagai persyaratan-persyaratan yang memiliki kaitan

¹“Sutrisno Hadi, *Metodologi Research Jilid 1* (Yogyakarta: Andi Offset 2000), 10

² Masrukin, *Metodologi Penelitian Kuantitatif*(Kudus: STAIN Kudus, 2009), 7.

terhadap permasalahan dalam penelitian. Populasi dapat diberikan definisi menjadi seluruh bagian ataupun perorangan pada lingkungan yang akan dilakukan penelitian. Pada penelitian ini yang akan menjadi populasi ialah ini yang menjadi populasi adalah seluruh pembeli di Jhan Jilbab Kudus.

2. Sampel

Sampel sebagai bagian populasi yang memiliki karakteristik ataupun kondisi yang nantinya dilakukan penelitian. Atau sampai memiliki definisi menjadi keanggotaan dari populasi yang telah dilakukan pemilihan melalui penggunaan tahapan-tahapan agar bisa sebagai perwakilan dari populasi tersebut.³

Dalam penelitian ini peneliti menggunakan teknik *purposive sampling*. Purposive sampling adalah teknik penentuan sampel dengan pertimbangan tertentu. Peneliti mengambil kriteria sebagai berikut :

- a. Pembeli telah melakukan pembelian diatas 3 pcs produk
- b. Pembeli telah melakukan pembelian diatas 5 kali
- c. Pembeli telah menjadi reseller tetap di Jhan Jilbab Kudus

Untuk menentukan jumlah sampel yang lebih tepat akan menggunakan metode menurut pendapat slovin :

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

dimana :

n = jumlah sampel minimal.

N = jumlah Populasi.

e = presentase kelonggaran ketelitian karena kesalahan pengambilan sampel.

Didasarkan pada besaran populasi diatas, dengan demikian besaran sampel pada penelitian antara lain ialah:

$$n = \frac{250}{1+(250 \times 0,1^2)} = 71,42$$

Jadi besarnya sampel penelitian ini sebanyak 71 konsumen yang melakukan pembelian di J-han Jilbab Kudus.

³ Nanang Martono, *Metode Penelitian kuantitatif Analisis Isi dan Analisis Sekunder*, (Jakarta: Raja Grafindo Persada, 2016), 76

C. Tata Variabel Penelitian

Variabel pada penelitian merupakan keseluruhan suatu hal yang memiliki bentuk apapun yang menjadi ketetapan dari pelaku yang meneliti agar dilakukan pembelajaran supaya didapatkan keterangan mengenai perihal ini, lalu akan diambil suatu kesimpulan.⁴

Variabel yang digunakan dalam penelitian dapat diklasifikasikan menjadi:

1. Variabel bebas (*independent*) yaitu variabel yang mempengaruhi atau yang menjadi sebab perubahannya atau timbulnya variabel dependen (terikat). Variabel independen penelitian ini meliputi:
 - a. Etika Bisnis Islam (X₁)
 - b. Harga (X₂)
 - c. Promosi (X₃)
 - d. Kualitas Pelayanan (X₄)
2. Variabel terikat (*dependent*) yaitu variabel yang dipengaruhi atau yang menjadi akibat, karena adanya variabel bebas. Sedangkan variabel *dependent* dalam penelitian ini adalah Minat Beli (Y).

D. Definisi Operasional

Definisi operasional adalah penentuan *construct* sehingga menjadi variabel yang dapat diukur. Definisi operasional menjelaskan cara tertentu yang digunakan oleh peneliti dalam mengoperasionalkan *construct*, sehingga memungkinkan bagi peneliti yang lain untuk melakukan replikasi pengukuran dengan cara yang sama atau mengembangkan cara pengukuran *construct* yang lebih baik.

Tabel 3.1

Variabel	Diskripsi	Indikator	Skala	Referensi
Etika Bisnis (X1)	Etika bisnis adalah akhlak dalam menjalankan bisnis sesuai dengan nilai-nilai Islam,	a. Keadilan b. Kehendak bebas c. Tanggung jawab d. Kebenaran	<i>Likert</i>	Vivi Indah Lestari ,”Pengaruh Etika Bisnis Islam Terhadap Customer

⁴ Nanang Martono, *Metode Penelitian Kuantitatif Edisi Revisi 2*, (Jakarta: PT Raja Grafindo, 2011), 58

Variabel	Diskripsi	Indikator	Skala	Referensi
	sehingga dalam melaksanakan bisnisnya tidak perlu ada kekhawatiran, sebab sudah diyakini sebagai sesuatu yang baik dan benar.			Retention Pada PT BNI Syariah, Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam”, <i>Universitas Islam Raden Fatah</i> (2017): 41 ⁵
Harga (X2)	Harga merupakan sebuah nilai pertukaran yang dapat disamakan pada duit ataupun produk lainnya demi kegunaan yang didapatkan oleh sebuah produk maupun layanan untuk individu ataupun secara berkelompok dengan rentang yang ditentukan serta tempat yang telah ditentukan juga.	a. Keterjangkauan harga b. Kesesuaian harga dengan kualitas produk c. Daya saing harga d. Kesesuaian harga dengan manfaat produk	Likert	Aptaguna A dan Pitaloka E, “Pengaruh Kualitas Layanan Dan Harga Terhadap Minat Beli Jasa Go-Jek”, <i>Universitas Pembangunan Jaya</i> (2016): 52 ⁶

⁵ Vivi Indah Lestari, Skripsi:,”Pengaruh Etika Bisnis Islam Terhadap *Customer Retention* Pada PT BNI Syariah Cabang Palembang” (Palembang: UIN Raden Fatah, 2017) Hal. 41.

⁶ Aptaguna A dan Pitaloka E, “Pengaruh Kualitas Layanan Dan Harga Terhadap Minat Beli Jasa Go-Jek”, *Widyakala*, ISSN 2337-7313, Vol. 3, 2016, 50.

Variabel	Diskripsi	Indikator	Skala	Referensi
Promosi (X3)	Promosi adalah aktifitas yang mengkomunikasikan keunggulan produk dan membujuk pelanggan untuk membeli produk tersebut.	a. Periklanan (iklan TV, Brosur) b. Penjualan personal (diadakan SPG, pelayanan konsumen) c. Promosi penjualan (potongan harga, produk bersama hadiah)	Likert	Hendra Saputra, “Pengaruh Harga Dan Promosi Terhadap Minat Beli Konsumen (Studi Pada PT Samudranesia Tour And Travel Pekanbaru)”, Universitas Riau (2017): 5 ⁷
Kualitas pelayanan (X4)	kualitas pelayanan adalah mutu dari pelayanan yang diberikan kepada pelanggan, baik pelanggan internal maupun pelanggan eksternal berdasarkan standar prosedur pelayanan.	a. <i>Tangibels</i> (bukti langsung) b. <i>Reliability</i> (keandalan) c. <i>Responsiveness</i> (daya tanggap) d. <i>Assurance</i> (jaminan) e. <i>Emphaty</i>	Likert	Aptaguna A dan Pitaloka E, “Pengaruh Kualitas Layanan Dan Harga Terhadap Minat Beli Jasa Go-Jek”, Universitas Pembangunan Jaya (2016): 51 ⁸

⁷ Hendra Saputra, “Pengaruh Harga Dan Promosi Terhadap Minat Beli Konsumen (Studi Pada PT Samudranesia Tour And Travel Pekanbaru)”, *Jom Fisip*, Vol. 4, No. 1, 2017, 5.

⁸ Aptaguna A dan Pitaloka E, “Pengaruh Kualitas Layanan Dan Harga Terhadap Minat Beli Jasa Go-Jek”, *Widyakala*, ISSN 2337-7313, Vol. 3, 2016, 51.

Variabel	Diskripsi	Indikator (empati)	Skala	Referensi
Minat beli (Y)	Minat beli adalah sebuah perilaku konsumen dimana konsumen mempunyai keinginan dalam membeli atau memilih produk berdasarkan pengalaman dalam memilih, menggunakan dan mengkonsumsi atau bahkan menginginkan suatu produk	a. Perhatian b. Ketertarikan c. Keinginan d. Tindakan	Likert	Muhammad Fakhru Rizky NST dan Hanifa Yasin, "Pengaruh Promosi Dan Harga Terhadap Minat Beli Perumahan Obama PT Nailah Adi Kurnia SEI Mencirim Medan", Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara dan STIE Nusa Bangsa (2014): 141 ⁹

E. Teknik Pengumpulan Data

1. Angket atau Kuesioner

Angket atau kuesioner merupakan upaya untuk mengumpulkan keterangan-keterangan melalui penyampaian beberapa hal yang ditanyakan berupa tulisan agar diberikan jawaban dengan tulisan juga dari para partisipan. Pertanyaan-pertanyaan yang diberikan pada angket hendaknya mengacu terhadap masalah-masalah, berbagai hal yang dituju serta hipotesis dalam penelitian. Partisipan bersikap sebagai responden karena memberikan tanggapan dengan menjawab sejumlah hal yang ditanyakan dan termuat pada angket.

⁹ Muhammad Fakhru Rizky NST dan Hanifa Yasin, "Pengaruh Promosi Dan Harga Terhadap Minat Beli Perumahan Obama PT Nailah Adi Kurnia SEI Mencirim Medan", *Jurnal Manajemen Dan Bisnis*, ISSN 1693-7619, Vol. 14, No. 2, 2014, 135.

Responden diharap memahami diri, serta memiliki kemampuan dan kesediaan memberi informasi dan bisa menafsirkan hal-hal yang ditanyakan berdasarkan pertanyaan buatan dari peneliti.¹⁰

Angket dirancang melalui pertanyaan yang memiliki sifat keterbukaan, yakni meliputi sejumlah hal-hal yang ditanyakan dan dimanfaatkan agar dapat diketahui identitas dari partisipan misalnya jenis kelamin, usia serta lama bekerja. Berbagai hal yang ditanyakan tersebut berguna dalam analisis jawaban yang telah diberi oleh partisipan dengan pertanyaan yang bersifat tertutup dikarenakan tingkat kognitif sebagai suatu hal kepentingan ketika memberikan jawaban dari pertanyaan yang memiliki sifat tertutup.

Dalam metode survey didesain dengan menggunakan skala likert (*Likert Scale*), dimana masing-masing dibuat dengan menggunakan pilihan agar mendapatkan data yang bersifat subjektif dan diberikan skor sebagai berikut:

Tabel 3.2
Skala perbandingan

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

Sumber: Sugiyono, Metode Penelitian Bisnis, 2008

2. Mengumpulkan Dokumen

Mengumpulkan dokumen atau sering disebut metode dokumentasi merupakan sebuah metode pengumpulan data yang dilakukan dengan mengumpulkan berbagai dokumen yang berkaitan dengan masalah penelitian.¹¹ Dokumen tersebut dapat menjadi sumber data pokok, dapat pula hanya menjadi data penunjang dalam mengeksplorasi masalah penelitian.

¹⁰ Moh. Pabundu Tika, *Metodologi Riset Bisnis*, (Jakarta: Bumi Aksara, 2006), 60

¹¹ Nanang Martono, *Metode Penelitian kuantitatif Analisis Isi dan Analisis Sekunder*, 87

3. Data Primer

Dalam penelitian ini peneliti menggunakan data primer. Data primer adalah data yang diperoleh langsung dari responden atau objek yang diteliti atau ada hubungannya dengan objek yang diteliti.¹²Data tersebut bisa diperoleh langsung dari personel yang diteliti dan dapat pula berasal dari lapangan. Data langsung dari personel tergantung dari objek mana yang diteliti.

F. Uji Validitas dan Reliabilitas Instrumen

1. Uji Validitas

Definisi dari validitas merupakan benar serta absah suatu instrumental yang dimanfaatkan untuk diteliti. Tiap-tiap penelitian senantiasa memberikan pertanyaan tentang seberapa valid alat yang dimanfaatkan penggunaannya. Sebuah alat pengukuran disebut memiliki validitas apabila alat tersebut dipergunakan melakukan pengukuran disesuaikan pada kegunaan yang dimiliki oleh alat tersebut.¹³Jika pihak yang melakukan penelitian memanfaatkan penggunaan kuesioner untuk mengumpulkan data-data nya, kuesioner yang disusun wajib dilakukan pengukuran terhadap hal-hal yang akan diukur. Putusan terhadap suatu butir-butir pertanyaan bisa dikatakan memiliki validitas, melalui pelaksanaan sejumlah metode antara lain ialah:¹⁴

- a. Apabila koefisien korelasi dari produk moment lebih dari 0,3
- b. Apabila koefisien korelasi dari produk moment lebih besar dari r-tabel (α ; n-2) n = jumlah sampel
- c. Nilai Sig. $\leq \alpha$

Pada penelitian ini memanfaatkan penggunaan validitas konstruksi. Sebuah konseptual yang dilakukan penelitian sebaiknya dilaksanakan penguraian dengan sejelas-jelasnya terhadap kerangka yang dimanfaatkan. Konstruksi pada sebuah konseptual sebaiknya memiliki sifat validitas.

¹² Nanang Martono, *Metode Penelitian kuantitatif Analisis Isi dan Analisis Sekunder* 58

¹³Moh. Pabundu Tika, *Metodologi Riset Bisnis* (Jakarta: PT Bumi Aksara, 2006), 65.

¹⁴Suliyanto, *Metode Riset Bisnis*, 149.

2. Uji Reliabilitas

Apabila peralatan yang digunakan untuk pengukuran sudah disebut memiliki validitas, lebih lanjut reliabilitas peralatan pengukuran akan dilakukan pengujian. Reliabel yakni sebuah nilai yang menyatakan seberapa konsisten sebuah alat yang digunakan untuk mengukur ketika melakukan pengukuran pada fenomena-fenomena yang serupa. Tiap-tiap alat untuk mengukur sebaiknya mempunyai kesanggupan agar memberi ukuran yang dihasilkan dengan sifat konsistensi.¹⁵

Terdapat sejumlah metode yang dapat dimanfaatkan penggunaannya dalam pengukuran reliabel. Sebuah teknik yang digunakan yakni alpha cronbach yang dapat dimanfaatkan dalam pengukuran variabel pada penelitian. Dalam teknik ini merupakan cara ataupun rumusan yang dimanfaatkan sebagai penentuan jika sebuah instrumental penelitian mengandung reliabilitas ataupun tidak, jika responden memberikan jawaban berupa bentuk skala misalnya 1-5 ataupun 1-10 maupun berbagai jawaban-jawaban dari koresponden yang memberikan interpretasi terhadap nilai-nilai perilaku.

G. Uji Asumsi Klasik

Dalam menganalisis data yang akan diriset melalui penggunaan cara menganalisis secara statistik inferensial membutuhkan uji lebih dulu berkaitan pada pengujian asumsi klasik terhadap data-data yang sudah tersedia, dengan tujuan agar diketahui persebaran dari data tersebut. Melalui pelaksanaan pengujian asumsi klasik, dengan demikian pihak yang melakukan penelitian bisa membuat penetapan jika penelitian tersebut memanfaatkan penggunaan statistik parametris ataupun nonparametris.

Cara uji yang bisa digunakan yakni pengujian multikolinearitas, pengujian autokorelasi, pengujian normalitas maupun pengujian heteroskedastisitas, yang nantinya dilakukan pengujian dengan memanfaatkan perangkat lunak SPSS.

¹⁵Husein Umar, *Metode Riset Bisnis*, 113.

1. Uji Multikolinearitas

Pada pengujian multikolinearitas memiliki tujuan agar diuji model regresi yang didapatkan terdapat korelasi dari tiap-tiap variabel bebas.¹⁶ Model regresi yang dikatakan baik hendaknya tanpa adanya korelasi dari tiap-tiap variabel bebas tersebut. Apabila variabel bebas justru memiliki korelasi satu sama lain, dengan demikian variabel tersebut dikatakan tidak ortogonal. Variabel ortogonal merupakan variabel bebas yang memiliki nilai berkorelasi dengan variabel bebas yang memiliki nilai =0.

Dalam pendeteksi yang terdapat atau tidak multikolinearitas pada model regresi ialah melalui tinjauan terhadap nilai tolerance serta VIF. Dua hal pengukuran tersebut dapat menyatakan tiap-tiap variabel bebas mana yang di berikan penjelasan dari variabel bebas yang lain. Maka dari itu nilai toleransi yang kecil sama dengan nilai VIF yang besar. Secara umumnya penggunaan nilai agar ditunjukkan terdapat multikolinearitas yakni pada $tolerance \leq 0.10$ atau sama dengan nilai $VIF \geq 10$.

2. Uji Autokorelasi

Pada pengujian autokorelasi memiliki tujuan agar diuji pada model regresi berjenis linear terdapat berkorelasi dari kesalahan yang mengganggu dalam periode t terhadap kesalahan yang mengganggu dalam periode t-1 ataupun periode dahulu.¹⁷ Model regresi yang dikatakan baik merupakan model yang tanpa adanya permasalahan dalam autokorelasi. Teknik uji memanfaatkan penggunaan pengujian D-W.

Dasar pengambilan keputusan uji autokorelasi adalah sebagai berikut:

- a. Angka D-W di bawah -2, memiliki arti ada autokorelasi positif
- b. Angka D-W di antara -2 sampai +2, memiliki arti tidak ada autokorelasi
- c. Angka D-W di atas +2, memiliki arti ada autokorelasi negatif.

¹⁶Syofian Siregar, *Statistik Parametrik Untuk Penelitian Kuantitatif : Dilengkapi Perbandingan Perhitungan Manual & SPSS* (Jakarta: Bumi Aksara, 2014), 90.

¹⁷Masrukhin, *Statistik Deskriptif dan Inferensial Aplikasi Program SPSS dan Excel* (Media Ilmu Press, 2014)

3. Uji Normalitas

Pengujian normalitas terhadap model regresi dimanfaatkan penggunaannya agar diuji nilai residu sebagai hasil oleh regresi yang didistribusi dengan cara wajar ataupun tidak.¹⁸ Pemodelan regresi yang dikatakan baik merupakan yang mempunyai nilai residu dengan didistribusi dengan cara yang wajar. Sejumlah teknik pengujian normalitas yakni melalui pandangan terhadap persebaran data dari sumber diagonal yang terdapat di grafik normal plot regresi standar residu ataupun melalui pengujian *one sample kolmogorov smirnov*.¹⁹

Di penelitian ini pengujian normalitas nantinya memanfaatkan penggunaan teknik grafik yakni melalui tinjauan terhadap persebaran data yang terdapat di sumber diagonal dalam grafik normal *plot of regression-standardized* residu. Menjadi fundamental untuk mengambil suatu putusan, apabila titik persebaran di sekitaran garis serta ikut terhadap garis diagonal dengan demikian nilai residu ini dikatakan wajar ataupun memiliki kenormalan.

4. Uji Heteroskedastisitas

Pengujian heteroskedastisitas bermaksud agar diketahui harian residu absolut yang serupa atau pun tidak pada keseluruhan yang diamati. Jika asumsi tanpa terjadi heteroskedastisitas belum dipenuhi, dengan demikian tidak terdapat efektivitas mulai dari sampel terkecil hingga yang terbesar serta efisien dan diestimasi bisa disebut tidak memiliki keakuratan.

Di penelitian ini peneliti memanfaatkan penggunaan pengujian heteroskedastisitas melalui tinjauan terhadap berbagai titik yang ada di *scatter plot* regresi. Teknik tersebut dilaksanakan secara tinjauan terhadap grafik *scatter plot* dari ZPRED terhadap SRESID, terdapat atau tidak suatu pola yang ada di grafik *scatter plot* dari ZPRED terhadap SRESID yang mana pada sumbu y merupakan sesudah prediksi serta sumbu x merupakan residu yaitu selisih dari y yang diprediksi serta y yang berdasarkan oleh kenyataan. Secara mendasar untuk mengambil suatu keputusan antara lain ialah:

¹⁸Imam Ghozali, *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program SPSS* (Semarang: Universitas Diponegoro), 103.

¹⁹Imam Ghozali, *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program SPSS*, 107.

- a. Apabila terdapat suatu pola, misalnya sejumlah titik yang terdapat melakukan pembentukan sebuah pola dengan keteraturan seperti adanya gelombang, pelebaran lalu penyempitan, dengan demikian terdapat heteroskedastisitas.
- b. Apabila tanpa adanya pola yang memiliki kejelasan, misalnya berbagai titik penyebaran pada bagian atas maupun bawah dari angka 0 di sumbu y, Dengan demikian tidak adanya heteroskedastisitas.²⁰

H. Analisis Data

Untuk menganalisis data pada penelitian ini jelaskan akan melalui penggunaan perangkat lunak SPSS yang disertai pemanfaatan berbagai teknik antara lain ialah:

1. Regresi Linier Berganda

Dalam menganalisis regresi linear berganda dimanfaatkan penggunaannya, dimaksudkan meramal seperti apa kondisi turun naiknya variabel terikat, apabila dua maupun lebih variabel bebas menjadi faktor untuk memprediksi yang dilakukan seperti menaikkan ataupun menurunkan nilai.²¹ Maka dari itu analisis regresi berganda dapat dilaksanakan banyak variabel bebas sedikitnya adalah 2. Regresi ganda memiliki persamaan di bawah ini:

$$\text{Rumus: } Y = a + b_1X_1 + b_2X_2 + b_3X_3 + b_4X_4 + e$$

Dimana:

- Y : minat beli
- a : konstanta
- b₁ : koefisien regresi etika bisnis Islam
- b₂ : koefisien regresi harga
- b₃ : koefisien regresi promosi
- b₄ : koefisien regresi kualitas pelayanan
- X₁ : etika bisnis Islam
- X₂ : harga
- X₃ : promosi
- X₄ : kualitas pelayanan
- e : standar eror

²⁰ Imam Ghozali, *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program SPSS*, 144.

²¹Gunawan Sudarmanto, *Analisis Regresi Linear Berganda Dengan SPSS* (Yogyakarta: Graha Ilmu, 2005), 147-148.

2. Uji Koefisien Regresi secara Parsial (Uji t)

Pengujian t dengan cara parsial dimanfaatkan penggunaannya agar diketahui jika dengan cara parsial variabel bebas memiliki pengaruh besar ataupun tidak pada variabel terikat.²²

Tahapan-tahapan untuk menguji t dengan cara parsial antara lain ialah:

- a. Menentukan Hipotesis
Ha : Secara parsial ada pengaruh antara variabel independen terhadap variabel dependen
- b. Menentukan Tingkat Signifikansi
Tingkat signifikansi melalui penggunaan 0,05 ($\alpha = 5\%$).
- c. Kriteria Pengujian
-Ho diterima bila $-t \text{ tabel} \leq t \text{ hitung} \leq t \text{ tabel}$.
-Ho ditolak bila $-t \text{ hitung} < -t \text{ tabel}$ atau $t \text{ hitung} > t \text{ tabel}$.

3. Uji Koefisien Regresi secara Bersama-sama (Uji F)

Pengujian f dengan cara bersamaan dimanfaatkan penggunaannya agar diketahui jika dengan cara bersamaan pula variabel bebas memiliki pengaruh besar pada variabel terikat. Maka dari itu agar diketahui jika variabel dari kualitas barang, perancangan barang, saluran pendistribusian, serta citra produk memiliki pengaruh secara besar ataupun tidak pada minat beli yang dimiliki pelanggan. Uji ini mempergunakan taraf sig. yakni 0.05.²³

Tahapan-tahapan untuk menguji f antara lain ialah:

- a. Perumusan hipotesis
 - 1)H₀ = “variabel independen secara bersama-sama tidak berpengaruh terhadap variabel dependen.”
 - 2)H_a = “variabel independen secara bersama-sama berpengaruh terhadap variabel dependen.”
- b. Penentuan Fhitung
- c. Penentuan Ftabel
- d. Karakteristik uji
Apabila Fhitung \leq Ftabel dengan demikian H₀ diterima, apabila Fhitung $>$ Ftabel dengan demikian H₀ ditolak.

²² Duwi Priyatno, *Cara Kilat Belajar Analisis Data Dengan SPSS 20* (Yogyakarta: Andi Offset), 165.

²³ Duwi Priyatno, *Paham Analisa Statistik Data Dengan SPSS* (Yogyakarta: Media Kom), 68-69.

e. Pembuatan simpulan

Apabila $\text{sig.} < 0,05$ dengan demikian H_0 ditolak, apabila $\text{sig.} > 0,05$ dengan demikian H_0 diterima.

4. Koefisien Determinasi

Taraf seberapa tepat sebuah garis regresi untuk mengetahuinya melalui kecil besarnya koefisien determinasi ataupun R^2 (*RSquare*).²⁴ Nilai dari R^2 untuk menganalisis regresi bisa dimanfaatkan pengukurannya menjadi pengukuran yang dinyatakan seberapa cocok garis regresi yang didapatkan. Makin besarnya R^2 dengan demikian makin kuat pula model regresi tersebut mampu didapatkan agar menjadi penerangan situasi yang sebenar-benarnya. Garis regresi yang mampu dalam penjelasan variasi yang terdapat di Y terlihat dengan besar koefisien determinasi ataupun R^2 .

Melalui penguraian di atas dapat dilihat jika koefisien determinasi R^2 mempunyai manfaat antara lain ialah:

- a. Menjadi pengukuran seberapa tepat ataupun cocok garis regresi yang terbuat oleh hasil juga pada kelompok data dari pengamatan yang dihasilkan. Semakin besarnya nilai dari R^2 , maka semakin baik dari garis regresi yang sudah dibentuk. Dan kebalikannya jika semakin kecilnya nilai dari R^2 semakin tanpa ada ketepatan garis regresi ini yang menjadi perwakilan dari data pengamatan yang dihasilkan.
- b. Menjadi pengukuran besaran proporsi ataupun persentase oleh banyaknya ragam y yang diberikan penerangan dari model regresi ataupun agar melakukan pengukuran besaran sumbangsih oleh pengubah yang menjelaskan x pada ragam pengubah tanggapan y.

²⁴ Duwi Priyatno, *Cara Kilat Belajar Analisa Data Dengan SPSS 20*, 137-138.