

### BAB III

## METODE PENELITIAN

#### A. Jenis dan Pendekatan

Pada penelitian ini, peneliti menggunakan jenis penelitian *field research* (penelitian lapangan) karena penulis terlibat langsung dalam penelitian. *Field research* adalah suatu penelitian dimana peneliti langsung terjun kelapangan untuk memperoleh data atau informasi secara langsung dengan mendatangi responden.<sup>69</sup>

Penelitian ini bertujuan untuk memperoleh bukti data yang empirik, menjelaskan tentang “Pengaruh Budaya, Harga, Dan Tingkat Religiusitas Terhadap Minat Beli Busana Syar’i”.

Penelitian ini menggunakan metode kuantitatif, metode kuantitatif yaitu penelitian yang bekerja dengan angka, yang datanya berwujud bilangan (skor atau nilai, peringkat, dan frekuensi) yang dianalisis dengan menggunakan statistik untuk menjawab pertanyaan atau hipotesis penelitian yang sifatnya spesifik, dan untuk melakukan prediksi bahwa suatu variabel tertentu mempengaruhi variabel yang lain dengan syarat utamanya adalah sampel yang diambil harus represensitif. Pada umumnya penelitian kuantitatif merupakan penelitian sampel besar.<sup>70</sup>

Dalam penelitian ini terdapat tiga variabel independent dan satu variabel dependen. Dan yang diteliti dalam penelitian ini adalah Pengaruh Budaya, Harga, Dan Tingkat Religiusitas Terhadap Minat Beli Busana Syar’i

#### B. Setting Penelitian

Peneliti meneliti distributor produk busana muslim muslimah Alwa Hijab oleh ibu Aisyah yang sudah memiliki seller lebih dari 300 marketer. Dimana DB Alwa Hijab kali

---

<sup>69</sup> Rosady Ruslan, *Metode Penelitian Public Relations dan Komunikasi*, (Jakarta: Raja Grafindo Persada, 2003), 32

<sup>70</sup> Masrukin, *Metode Penelitian Kuantitatif*, (Kudus: Media Ilmu Press, 2009), 7.

ini terletak di Jalan MT Haryono No.1 Gubug, Kec. Gubug, Kabupaten Grobogan, Kode Pos 58164.

### C. Populasi dan Sampel

#### 1. Populasi

Populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri atas obyek/ subyek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian di tarik kesimpulannya. Jadi populasi bukan hanya orang, tetapi juga obyek dan benda-benda alam yang lain. populasi juga bukan sekedar jumlah yang ada pada subyek/obyek yang dipelajari, tetapi meliputi seluruh karakteristik/sifat yang dimiliki oleh subyek atau obyek tersebut.<sup>71</sup> Populasi dalam penelitian ini adalah konsumen Alwa hijab dengan jumlah konsumen minimal perbulan 300 orang.

Jumlah populasi konsumen cukup banyak, maka dalam rangka efisiensi dan keefektifan penelitian, dilakukan sampling (pengambilan sampel) sebagai representasi populasi.

#### 2. Sampel

Sampel adalah bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi tersebut. Pada penelitian ini menggunakan teknik pengambilan sampel *non probability sampling*. *non probability sampling* adalah teknik pengambilan sampel yang tidak memberi peluang/kesempatan sama bagi setiap unsur atau anggota populasi untuk dipilih menjadi sampel. Adapun teknik sampel pada penelitian ini adalah *incidental sampling* yaitu teknik penentuan sampel berdasarkan kebetulan, yaitu siapa saja yang secara kebetulan bertemu peneliti dapat digunakan sebagai sampel bila dipandang orang yang kebetulan ditemui itu cocok sebagai sumber data.<sup>72</sup>

Untuk menentukan berapa minimal sampel yang dibutuhkan jika ukuran populasi diketahui, dapat menggunakan rumus Slovin sebagai berikut:

---

<sup>71</sup> Sugiono, *Metode Penelitian Pendidikan (Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif dan R&D)*, (Bandung: Alfabeta, 2012), 117.

<sup>72</sup> Sugiono, *Metode Penelitian Pendidikan ....*, 122-124.

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

n : Jumlah sampel minimal

N : Jumlah populasi

E : Kelonggaran ketidakteelitian karena kesalahan Pengambilan sampel yang dapat ditolelir (Dengan menggunakan tingkat error (e) sebesar 10%) maka diperoleh jumlah sampel sebanyak:<sup>73</sup>

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

$$n = \frac{300}{1 + 300 \times 0,1^2}$$

$$n = \frac{300}{4}$$

$$n = 75$$

Jadi, jumlah sampel pada penelitian ini adalah sebanyak 75 responden. Makin besar jumlah sampel mendekati populasi maka peluang kesalahan generalisasi semakin kecil dan sebaliknya makin kecil jumlah sampel menjauhi populasi, maka makin besar kesalahan generalisasinya.<sup>74</sup>

#### D. Identifikasi Variabel

Variabel penelitian pada dasarnya adalah segala sesuatu yang berbentuk apa saja yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari sehingga diperoleh informasi tentang hal tersebut, kemudian ditarik kesimpulannya. Macam-macam variabel dalam penelitian ini adalah:

##### 1. Variabel Independen

Variabel independen ini sering disebut sebagai variabel *stimulus*, *predictor*, *antecedent*. Dalam bahasa Indonesia variabel independen diartikan sebagai variabel bebas. Variabel bebas merupakan variabel yang mempengaruhi atau yang menjadi sebab perubahannya. Dalam penelitian ini yang menjadi variabel independen

<sup>73</sup> Husen Umar, *Metode Riset Bisnis*, (Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama, 2003), 142.

<sup>74</sup> Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D* (Bandung: Alfabeta, 2014), 87.

adalah Budaya (X1), Harga (X2), Tingkat Religiuitas (X3).

## 2. Variabel Dependen

Variabel dependen sering disebut sebagai variabel output, kriteria, konsekuen. Dalam bahasa Indonesia sering disebut sebagai variabel terikat. Variabel terikat merupakan variabel yang dipengaruhi atau yang menjadi akibat, adanya variabel bebas.<sup>75</sup> Variabel dependen pada penelitian ini adalah minat konsumen.

## E. Variabel Operasional

Defini operasional merupakan alat untuk mengukur suatu variabel atau dapat dikatakan petunjuk pelaksanaan bagaimana mengukur variabel.



---

<sup>75</sup> Sugiyono, *Metodelogi Penelitian Manajemen*, (Bandung: Alfabeta, 2018), 96-97.

**Tabel 3.1**  
**Defini Operasional Penelitian**

<b>Variabel</b>	<b>Definisi operasional</b>	<b>Aspek Dimensi</b>	<b>Indikator</b>	<b>Referensi</b>
Budaya (X1)	Menurut Macionis 1996 “Budaya/kebudayaan adalah keyakinan, nilai-nilai, perilaku dan obyek-obyek materi yang dianut dan digunakan oleh komunitas/masyarakat tertentu”. <sup>76</sup>	1. Keragaman  2. Karakter pemakai  3. Budaya masyarakat	a. Menciptakan keberagaman dalam berpakaian syar’i. b. Menggabungkan sisi keberagaman budaya dalam corak pakaian syar’i. c. Menghadirkan sisi perbedaan karakter sesuai pakaian syar’i yang dikenakan. d. Memberikan rasa nyaman sesuai kebudayaan masyarakat luas.	Ristiyanti Prasetijo dan John J.O.I Ihalauw, 2005.

<sup>76</sup> Ristiyanti Prasetijo dan John J.O.I Ihalauw, *Perilaku Konsumen*, .....183-184.

			e. Memasukkan nilai budaya ke dalam pakaian syar'i.	
Harga (X2)	Menurut kotler harga adalah sejumlah uang yang dibebankan pada suatu produk tertentu. Perusahaan menetapkan harga dalam berbagai cara. Didalam perusahaan kecil, harga seringkali ditetapkan oleh manajemen puncak, diperusahaan ini manajemen puncak menyusun tujuan dan kebijakan penetapan harga umum dan seringkali menyetujui harga yang diusulkan oleh manajemen peringkat bawah.	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Biaya terjangkau</li> <li>2. Harga sepadan</li> <li>3. Promosi penjualan</li> <li>4. Daya saing</li> </ol>	<ol style="list-style-type: none"> <li>a. Keterjangkauan harga (Penyesuaian finansial terhadap pilihan produk ).</li> <li>b. Kesesuaian harga dengan kualitas produk.</li> <li>c. Pemberian diskon.</li> <li>d. Penurunan harga penjualan dengan produk sebelah.</li> </ol>	Danang Sunyoto, 2013.
Religiusitas (X3)	Pengertian <i>religiusitas</i> menurut Glock & Stark yaitu sistem simbol,	1. Ideologis (Keyakinan)	a. menambah keimanan kepada Allah SWT.	DjamaIudin Ancok dan Fuad Nashori

	keyakinan, nilai, perilaku, yang terlembagakan yang semua itu terpusat pada persoalan-persoalan yang dihayati sebagai yang paling maknawi ( <i>ultimate a meaning</i> ) <sup>77</sup>	<p>2. Ritualistik (Praktek keagamaan)</p> <p>3. Konsekuensi</p> <p>4. Intelektual (Pengetahuan Keagamaan)</p> <p>5. Keistiqomahan infaq</p>	<p>b. memanjangkan kain/ hijab hingga menutup dada.</p> <p>c. tidak menutup aurat sama halnya melanggar syari'ah agama.</p> <p>d. suatu kewajiban bagi kaum muslimah untuk menutup aurat.</p> <p>e. Konsumen dapat menyisihkan uang untuk bershadaqah ke kaum dhuafa dan anak yatim.</p>	Suroso, 2004.
Minat beli (Y)	minat dapat diartikan sebagai suatu kecenderungan untuk memberikan perhatian dan tindakan terhadap orang,	1. Pengenalan kebutuhan	<p>a. Kesesuaian produk.</p> <p>b. Ketersediaan produk.</p>	AbduI Rahman ShaIeh, 2004.

<sup>77</sup> Djamaludin Ancok dan Fuad Nashori Suroso, *Psikologi Islam*, (Yogyakarta: Pustaka Pelajar, 2004), 76.

	<p>aktivitas, atau situasi yang menjadi objek dari minat tersebut dengan disertai perasaan senang.</p>	<p>2. Pencarian informasi</p> <p>3. Evaluasi berbagai alternative</p> <p>4. Kebutuhan Pembelian</p> <p>5. Perilaku pasca pembelian</p>	<p>c. Informasi mengenai produk yang ditawarkan.</p> <p>d. Kepuasan setelah membeli produk.</p> <p>e. Kelengkapan produk.</p> <p>f. Mengajak orang lain berlangganan.</p>	
--	--	--	---	--



## F. Teknik Pengumpulan Data

### 1. Angket (Kuesioner)

Angket merupakan teknik pengumpulan data dimana partisipan atau responden mengisi pertanyaan atau pernyataan kemudian setelah diisi dengan lengkap mengembalikan kepada peneliti. Peneliti dapat menggunakan kuesioner untuk memperoleh data yang terkait dengan pemikiran, perasaan, sikap, kepercayaan, nilai, persepsi, kepribadian dan perilaku dari responden.<sup>78</sup> Metode ini digunakan untuk memperoleh data konsumen Alwa Hijab. Kuesioner disusun dengan menggunakan skala likert (likert scale), dimana masing-masing dibuat dengan menggunakan pilihan agar mendapatkan data yang bersifat subyektif dan diberikan skor sebagai berikut:

**Tabel 3.2**  
**Skala Likert<sup>79</sup>**

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

### 2. Observasi

Teknik ini menuntut adanya pengamatan dari peneliti baik secara langsung maupun tidak langsung terhadap objek

<sup>78</sup> Sugiyono, *Metodologi Penelitian Manajemen*, (Bandung: Alfabeta, 2018 cetakan ke 6), 230.

<sup>79</sup> Suliyanto, *Metode Riset Bisnis*, (Yogyakarta: Andi Offset, 2006), 83.

penelitian. Instrument yang digunakan yaitu lembar pengamatan, panduan pengamatan.

Beberapa informasi diperoleh dari observasi antara lain : tempat, pelaku, kegiatan, objek, perbuatan, kejadian atau peristiwa, waktu dan perasaan. Alasan peneliti melakukan observasi yaitu untuk menyajikan gambaran realistik perilaku atau kejadian, menjawab pertanyaan, membantu mengerti perilaku manusia dan evaluasi yaitu melakukan pengukuran terhadap aspek tertentu melakukan umpan balik terhadap pengukuran tersebut.<sup>80</sup>

### 3. Dokumentasi

Menurut Sugiono (2008), dokumentasi adalah mencari data mengenai hal-hal atau variasi yang berupa catatan, transkrip, buku, surat kabar, majalah kabar, majalah, prasasti, notulen, raport, leger, dan sebagainya.<sup>81</sup>

## G. Uji Validitas dan Reliabilitas Instrumen

### 1. Uji Validitas

Uji validitas digunakan untuk mengukur sah atau valid tidaknya suatu kuesioner. Suatu kuesioner dikatakan valid jika pertanyaan pada kuesioner mampu untuk mengungkapkan sesuatu yang akan diukur oleh kuesioner tersebut. Untuk mengukur validitas dapat dilakukan dengan melakukan korelasi antar skor butir pertanyaan dengan total skor konstruk atau variabel. Uji signifikan dilakukan dengan membandingkan nilai r hitung dengan r table untuk degree of freedom (df) = n-k, dalam hal ini n adalah jumlah sampel dan k adalah konstruk dengan alpha 0,05. Apabila nilai r hitung > r tabel dan bernilai positif, maka variabel tersebut valid.<sup>82</sup>

---

<sup>80</sup> Juliansyah Noor, *Metodelogi Penelitian*, (Jakarta: Prenada Media, 2016), 140.

<sup>81</sup> Muh.Fitrah dan Luthfiah, *Metodologi Penelitian : Penelitian Kualitatif, Tindakan Kelas, dan Studi Kasus*, (Sukabumi, CV Jejak, 2017),. 74.

<sup>82</sup> Imam Ghozali, *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program SPSS*, (Semarang: Badan Penerbit Undip, 2009), 49

## 2. Uji Reliabilitas

Reliabilitas sebenarnya adalah alat untuk mengukur suatu kuesioner yang merupakan indikator dari variabel atau konstruk. Suatu kuesioner yang dikatakan reliable jika jawaban seseorang terhadap pertanyaan adalah konsisten atau stabil dari waktu ke waktu. Untuk mengukur reliabilitas menggunakan uji statistik Cronbach Alpha ( $\alpha$ ). Suatu konstruk atau variabel dikatakan reliable jika nilai Cronbach Alpha lebih dari 0,60 ( $\alpha > 0,60$ ).<sup>83</sup>

## H. Uji Asumsi Klasik

Proses penelitian menyangkut beberapa yang harus dilalui oleh peneliti, baik pada saat pra, proses, penganalisaan data penelitian bahkan sampai kepembuatan laporan. Penganalisaan data penelitian dengan memakai teknik analisis statistik inferensial memerlukan pengujian terlebih dahulu terkait dengan uji asumsi klasik pada data yang ada, yang bertujuan untuk mengetahui kebenaran data. Teknik pengujian ini yang dapat dipakai adalah uji multikolinieritas, uji autokorelasi, uji heteroskedastisitas, uji normalitas dan linieritas data. Dengan menggunakan uji asumsi klasik, maka peneliti dapat menetapkan apakah penelitian ini menggunakan parametris atau statistik non parametris.<sup>84</sup>

### 1. Uji Autokorelasi

Uji Autokorelasi berkaitan dengan pengaruh observer atau data dalam satu variabel yang saling berhubungan satu sama lain. Besaran nilai sebuah data dapat saja dipengaruhi atau berhubungan dengan data lainnya (atau data sebelumnya). Misalkan untuk kasus jenis data time series, data investasi tahun ini sangat tergantung dari data investasi tahun sebelumnya. Kondisi inilah yang disebut dengan autokorelasi. Regresi secara klasik mensyaratkan bahwa variabel tidak boleh tergejala autokorelasi. Jika tergejala auto korelasi, maka model

---

<sup>83</sup> Imam Ghozali, *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program SPSS*, (Semarang: Badan Penerbit Undip, 2009), 45-46.

<sup>84</sup> Masrukhin, *Metode Penelitian Kuantitatif* (Kudus: Mirbanda dan Media Ilmu Pres, 2015), 102.

regresi menjadi buruk karena akan menghasilkan parameter yang tidak logis dan diluar akal sehat.

Menurut Gujarati (1999) Autokorelasi umumnya terjadi pada data *time series*. Hal ini karena observasi-observasi pada data *time series* mengikuti urutan ilmiah antar waktu sehingga observasi-observasi secara berturut-turut mengandung interkorelasi, khususnya jika rentang waktu diantara observasi yang berurutan adalah rentang waktu yang pendek seperti hari, minggu, atau bulan. Contohnya adalah data variabel investasi pada periode ke- $t$ , biasanya sangat terpengaruh oleh unsur waktu ( $t-1$ ). Mengacu pada hal ini, maka jenis data *cross section* tidak memerlukan pengujian autokorelasi karena data *cross section* tidak terikat dengan dimensi waktu.

Terdapat beberapa cara untuk mendeteksi gejala autokorelasi yaitu uji Durbin Watson (DW test), uji Langrage Multiplier (LM test), uji Statistik Q, dan Run Test. Dari beberapa uji autokorelasi tersebut, yang paling sering digunakan adalah uji Durbin Watson (DW test). Uji DW sering digunakan karena menjadi menu default pada program SPSS. Jika nilai hitung DW tidak berada pada rentang nilai tabel DW batas bawah dan batas atas, maka tidak terdapat masalah autokorelasi.

## 2. Uji Multikolinearitas

Masalah asumsi klasik regresi bukan hanya terletak kepada adanya hubungan antara data dalam satu variabel, tetapi juga hubungan antara sesama variabel independen. Jika dua atau lebih variabel independen dalam model regresi memiliki hubungan linear yang erat, maka model regresi ini tegejala oleh kondisi multikolinearitas. Korelasi linear antara variabel independen sangat kuat jika nilai korelasi antara variabel independen lebih kuat dari hubungan variabel independen dengan variabel dependen.

Model regresi yang baik harus bebas dari gejala multikolinearitas. Jika tergejala multikolinearitas, maka model regresi menjadi buruk karena beberapa variabel akan menghasilkan parameter yang mirip sehingga dapat saling saling mengganggu. Agar model regresi bebas dari

gejala hubungan yang kuat antar sesama variabel independen, maka perlu dilakukan pengujian multikolinearitas.

Mendeteksi problem multikolinearitas dapat dilihat dari nilai *Variance Inflation Factor* (VIF). Jika nilai VIF kurang dari 10, maka tidak ada gejala multikolinearitas. Sebaliknya, jika nilai VIF lebih dari 10 dan nilai tolerance lebih dari 0,10, maka ada gejala multikolinearitas.

### 3. Uji Heteroskedastisitas

Heteroskedastisitas adalah kondisi dimana varian dari nilai sisa adalah tidak sama (unequal) antara satu observer (pengamatan) dengan observer lainnya. Jika varian dan nilai sisa sama (equal) antara satu observer dengan observer lainnya, maka kondisi ini disebut dengan kondisi homoskedastisitas. Regresi yang baik adalah regresi yang berada dalam posisi homoskedastisitas dan bukan kondisi heteroskedastisitas.

Variabel dinyatakan dalam posisi homoskedastisitas jika penyebaran titik-titik observer diatas dan atau dibawah angka nol pada sumbu Y mengarah kepada satu pola yang jelas. Jika sebaliknya, yaitu penyebaran titik-titik observer diatas dan atau dibawah angka nol pada sumbu Y mengarah kepada satu pola yang tidak jelas maka telah terjadi heteroskedastisitas. Metode untuk menguji posisi kedastisitas, apakah homos atau heteros antara lain adalah *Glejser Test* dan *Spearman's Rank Correlation Test*.<sup>85</sup>

### 4. Uji Normalitas

Uji normalitas data adalah untuk menguji apakah model regresi variabel independen dan variabel dependen memiliki distribusi normal atau tidak. Model regresi yang baik adalah memiliki distribusi data normal atau mendekati normal. Ada dua cara untuk mendeteksi apakah residual berdistribusi normal atau tidak yaitu dengan analisis grafik dan uji statistik.

<sup>85</sup> Masrukhin, *Metode Penelitian Kuantitatif* ....., 102.

### a. Analisis Grafik

Salah satu cara termudah untuk melihat normalitas residual adalah dengan melihat grafik histogram yang membandingkan antara data observasi dengan distribusi yang mendekati distribusi normal. Metode yang lebih handal dengan melihat normal probability plot yang membandingkan distribusi kumulatif dari distribusi normal. Distribusi normal akan membentuk satu garis lurus diagonal. Jika data residual normal, maka garis yang menggambarkan data sesungguhnya akan mengikuti garis diagonalnya<sup>86</sup>

### b. Uji Statistik

Uji statistik sederhana dapat dilakukan dengan melihat nilai kurtosis dan skewness dari residual. Nilai z statistik untuk skewness dapat dihitung dengan rumus:

$$z_{skewness} = \frac{\text{skewness}}{\sqrt{6/N}}$$

Sedangkan nilai z kurtosis dapat dihitung dengan cara:

$$z_{skewness} = \frac{z_{skewness}}{\sqrt{24/N}}$$

Dimana N adalah jumlah sampel, jika nilai  $Z_{hitung} > Z_{tabel}$ , maka distribusi tidak normal.

Misalkan nilai  $Z_{hitung} > 2,58$  menunjukkan nilai penolakan asumsi normalitas pada tingkat signifikansi 0,01 dan pada tingkat signifikansi 0,05 nilai  $Z_{tabel} = 1,96$ .<sup>87</sup>

## I. Analisis Regresi Linear Berganda

Analisis regresi linear berganda dilakukan untuk mengetahui sejauh mana variabel independen mempunyai pengaruh terhadap variabel dependen. Dengan variabel-

<sup>86</sup> Duwi Priyatno, *SPSS 22: Pengolahan Data Terpraktis*, (Yogyakarta: ANDI, 2014), 147.

<sup>87</sup> Duwi Priyatno, *SPSS 22: Pengolahan Data Terpraktis*, (Yogyakarta : ANDI, 2014), 149-150.

variabel tersebut dapat disusun dalam persamaan sebagai berikut:<sup>88</sup>

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

**Keterangan:**

Y : Variabel Dependen (Minat Konsumen Terhadap Keputusan Pembelian Produk Syar'i)

a : Konstanta

b1 : Koefisien Regresi

X1 : Variabel Independen (Budaya)

X2 : Variabel Independen (Harga)

X3 : Variabel Independen (Religiusitas)

e : Error

**1. Uji Signifikan Parameter Individual (Uji Statistik t).**

Uji signifikan parameter parsial bertujuan untuk menguji hipotesis dalam satu sampel, apakah satu nilai yang merupakan hipotesis yang kita ajukan berbeda secara nyata dengan nilai rata-rata dalam sebuah sampel. Uji signifikan parameter individual dilakukan dengan uji statistik t. pengujian ini dilakukan untuk membandingkan nilai thitung dengan ttabel dengan ketentuan sebagai berikut:

- a. jika  $t_{hitung} > t_{tabel}$  maka  $H_0$  ditolak dan  $H_1$  diterima
- b. jika  $t_{hitung} < t_{tabel}$  maka  $H_0$  diterima dan  $H_1$  ditolak.<sup>89</sup>

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

Uji koefisien determinasi ( $R^2$ ) pada intinya mengukur seberapa jauh kemampuan model dalam menerangkan variasi variabel dependen. Nilai koefisien determinasi adalah diantara nol dan satu. Nilai  $R^2$  yang kecil berarti kemampuan variabel-variabel independen dalam menjelaskan variasi variabel dependen amat terbatas. Nilai yang mendekati satu berarti variabel-variabel independen memberikan hampir semua

---

<sup>88</sup> Sugiyono, *Metode Penelitian Bisnis Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D* (Bandung : Alfabeta, 1999), 277.

<sup>89</sup> Sugiyono, *Metode Penelitian Bisnis Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D* (Bandung : Alfabeta, 1999), 187.

informasi yang dibutuhkan untuk memproduksi variasi variabel dependen.<sup>90</sup>

### 3. Signifikansi Simultan (F)

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

Pengujian ini dilakukan dengan membandingkan nilai  $F_{hitung}$  dengan  $F_{tabel}$  dengan ketentuan sebagai berikut:  
*jika  $F_{hitung} > F_{tabel}$  maka  $H_0$  ditolak (ada pengaruh)*  
*jika  $F_{hitung} < F_{tabel}$  maka  $H_0$  diterima (Tidak ada pengaruh).*<sup>91</sup>



---

<sup>90</sup> Sugiyono, *Metode Penelitian Bisnis Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D* (Bandung : Alfabeta, 1999), 97-99

<sup>91</sup> Duwi Priyatno, *Paham Analisa Statistika Data Dengan SPSS*, (Yogyakarta: Mediakom, 2010), 67.