

BAB III METODE PENELITIAN

A. Jenis dan Pendekatan

Penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah menggunakan penelitian lapangan (*Field Research*) dimana penelitian ini disebut sebagai penelitian empiris, yaitu penelitian yang data dan informasinya diperoleh dari kegiatan dikancah (lapangan) kerja penelitian. Semakin kompleks informasi dikancah (lapangan), semakin banyak yang dapat dipelajari.¹ Dalam penelitian ini, penulis melakukan penelitian langsung ke lapangan untuk memperoleh data yang konkrit tentang marketing syariah kualitas produk dan kepuasan pelanggan terhadap keputusan pembelian produk kasur lantai pada sentra industri kapuk di Desa Sundoluhur Kecamatan Kayen Kabupaten Pati. Artinya yang dilakukan secara empiris dengan mengambil data dan informasi yang diperoleh langsung dari lapangan.

Penelitian ini menggunakan pendekatan penelitian kuantitatif yakni data yang di ukur dalam suatu skala numerik (angka).² Penelitian kuantitatif adalah suatu pendekatan penelitian yang bersifat objektif mencakup pengumpulan dan analisis data kuantitatif serta menggunakan metode pengujian statistik.³ Karena dengan menggunakan media kuantitatif, sifatnya yang realitas, artinya dapat mengklasifikasikan/diklasifikasikan dengan konkrit, teramati dan terukur. Sehingga dapat ditelusuri obyek yang diteliti dengan tujuan untuk mendapatkan informasi yaitu dengan mengumpulkan data tentang marketing Syariah Kualitas Produk dan Kepuasan Pelanggan terhadap Keputusan Pembelian Produk kasur Lantai pada Sentra Industri Kapuk di Desa Sundoluhur Kecamatan Kayen Kabupaten Pati.

B. Setting Penelitian

Setting penelitian ini menjelaskan lokasi dan waktu dari penelitian yang akan dilakukan oleh peneliti. *Setting* penelitian

¹ M. Burhan Bungin, *Metode Penelitian Kuantitatif: Komunikasi, Ekonomi, dan Kebijakan Publik Serta Ilmu-Ilmu Sosial Lainnya*, (Jakarta: Kencana, 2017), 56.

² Mudrajad Kuncoro, *Metode Kuantitatif Teori Dan Aplikasi Untuk Bisnis Dan Ekonomi*, (Yogyakarta: UPP AMP YKPN, 2001), 23.

³ Asep Hermawan dan Husna Leila Yusran, *Penelitian Bisnis Pendekatan Kuantitatif*, (Depok: Kencana, 2017), 5-6.

bersifat alamiah tanpa dengan adanya *treatmen* khusus terhadap objek penelitian. Lokasi penelitian ini berada di di Desa Sundoluhur Kecamatan Kayen Kabupaten Pati. Sedangkan waktu yang dialokasikan peneliti untuk melakukan penelitian ini disesuaikan dengan kecukupan data yang diperoleh. Bila data tersebut dianggap sudah cukup dan jenuh, maka penelitian dapat dinyatakan tuntas.

C. Populasi dan Sampel

1. Populasi

Populasi adalah semua anggota dari suatu kelompok, orang, kejadian, atau obyek-obyek yang ditentukan dalam suatu penelitian. Menurut Sugiyono, populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri atas: obyek/subyek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya.⁴ Populasi dalam penelitian ini adalah para pelanggan kasur Lantai pada Sentra Industri Kapuk di Desa Sundoluhur Kecamatan Kayen Kabupaten Pati yang berjumlah 43 orang.

2. Sampel

Sampel adalah bagian dari populasi yang dapat digunakan untuk penelitian dan hasilnya digunakan sebagai representasi dari populasi secara keseluruhan.⁵ Sampel adalah bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi tertentu. Bila populasi besar dan peneliti tidak mungkin mempelajari semua yang ada pada populasi, misalnya karena keterbatasan dana, tenaga dan waktu. Maka, peneliti dapat menggunakan sampel yang diambil dari populasi itu.⁶

Jumlah Populasi dalam penelitian ini adalah seluruh pelanggan yang berjumlah 43 orang. Dalam penelitian ini penulis mempersempit populasi yaitu jumlah seluruh pelanggan sebanyak 43 orang dengan menghitung ukuran sampel yang dilakukan dengan menggunakan teknik Slovin.⁷ Adapun penelitian ini menggunakan rumus Slovin karena dalam

⁴ Sugiyono, *Metode Penelitian Pendidikan Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*, (Bandung: Alfabeta, 2015), 117.

⁵ Suryani dan Hendryadi, *Metode Riset Kuantitatif: Teori dan Aplikasi Pada Penelitian Bidang Manajemen dan Ekonomi Islam*, (Jakarta: Kencana, 2015), 192.

⁶ Firdaus dan Fahkry Zamzam, *Aplikasi Metodologi Penelitian*, (Yogyakarta: Deepublish, 2018), 99.

⁷ Sugiyono, *Metode Penelitian Pendidikan Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*, (Bandung: Alfabeta, 2015), 87.

penarikan sampel, jumlahnya harus representative agar hasil penelitian dapat digeneralisasikan dan perhitungannya pun tidak memerlukan tabel jumlah sampel, namun dapat dilakukan dengan rumus dan perhitungan sederhana. Rumus Slovin untuk menentukan sampel adalah sebagai berikut:

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

Keterangan:

n : Ukuran sampel/jumlah responden

N: Ukuran populasi

e: Presentase kelonggaran ketelitian kesalahan pengambilan sampel yang masih bisa ditolerir; e=0,1

Dalam rumus Slovin ada ketentuan sebagai berikut:

Nilai e = 0,1 (10%) untuk populasi dalam jumlah besar

Nilai e = 0,2 (20%) untuk populasi dalam jumlah kecil

Jadi rentang sampel yang dapat diambil dari teknik Solvin adalah antara 10-20% dari populasi penelitian. Jumlah populasi dalam penelitian ini adalah sebanyak 43 pelanggan, sehingga presentase kelonggaran yang digunakan adalah 10% dan hasil perhitungan dapat dibulatkan untuk mencapai kesesuaian. Maka untuk mengetahui sampel penelitian, dengan perhitungan sebagai berikut:

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

$$n = \frac{43}{1 + 43(0.01)^2}$$

$$n = \frac{43}{1 + 0.43}$$

$$n = \frac{43}{1.43}$$

n = 30.1 disesuaikan oleh peneliti menjadi 30 responden.

Berdasarkan perhitungan diatas sampel yang mejadi responden dalam penelitian ini di sesuaikan menjadi sebanyak 30 pelanggan atau sekitar 70% dari seluruh total pelanggan kasur Lantai pada Sentra Industri Kapuk di Desa Sunduluhur Kecamatan Kayen Kabupaten Pati, hal dilakukan untuk mempermudah dalam pengolahan data dan untuk hasil pengujian yang lebih baik. Sampel yang diambil berdasarkan teknik *probability sampling; simple random sampling*, dimana peneliti memberikan peluang yang sama bagi setiap anggota pupulasi (karyawan) untuk dipilih menjadi sampel yang dilakukan secara acak tanpa memperhatikan strata yang ada dalam populasi itu sendiri.

3. Teknik Pengambilan Sampel

Teknik pengambilan sampel pada penelitian ini adalah yang digunakan adalah *accidental sampling* karena peneliti menyebarkan angket/kuesioner kepada setiap pelanggan kasur Lantai pada Sentra Industri Kapuk di Desa Sundoluhur Kecamatan Kayen Kabupaten Pati. *Sampling Insidental/Accidental Sampling* adalah teknik penentuan sampel berdasarkan kebetulan, yaitu siapa saja pasien yang secara kebetulan bertemu dengan peneliti dapat digunakan sebagai sampel, bila dipandang orang yang kebetulan ditemui itu cocok sebagai sumber data.⁸

D. Desain dan Definisi Operasional Variabel

1. Variabel penelitian adalah segala sesuatu yang dapat diamati, ditetapkan oleh peneliti untuk diteliti dan kemudian diambil kesimpulan.⁹ Menurut hubungan antara satu variabel dengan variabel yang lain dapat dibedakan menjadi berikut:

- a. Variabel Independen

Variabel ini sering disebut sebagai variabel stimulus, tetapi dalam bahasa Indonesia sering disebut sebagai variabel bebas. Variabel bebas merupakan variabel yang mempengaruhi atau yang menjadi sebab perubahannya atau timbulnya variabel dependen (terikat).

Variabel bebas dalam penelitian ini terdiri dari:

- 1) Marketing Syariah (X_1)
- 2) Kualitas Produk (X_2)
- 3) Kepuasan Pelanggan (X_3)

- b. Variabel Dependen

Variabel ini sering disebut sebagai variabel terikat. Variabel dependen (terikat) adalah variabel penelitian yang diukur untuk mengetahui besarnya efek atau pengaruh variabel lain atau karena adanya variabel bebas.¹⁰ Variabel terikat dalam penelitian adalah keputusan pembelian (Y).

2. Definisi Operasional Variabel

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

⁸ Sugiyono, 124.

⁹ Fajri Ismail, *Statistika Untuk Penelitian Pendidikan Dan Ilmu-Ilmu Sosial*, (Jakarta: Kencana, 2018), 63.

¹⁰ Masrukhin, *Metodologi Penelitian Kuantitatif Buku Daras*, (Kudus: STAIN Kudus, 2009), 134.

karakteristik variabel tersebut yang dapat diamati.¹¹ Proses pengubahan definisi konseptual yang lebih menekankan kriteria hipotetik menjadi definisi operasional disebut operasionalisasi variabel penelitian. Hal ini dikarenakan variabel-variabel penelitian merupakan kumpulan konsep teoritis mengenai fenomena yang diteliti bersifat abstrak dan belum dapat diukur. Walaupun secara abstrak dapat dipahami maksudnya.¹²

Tabel 3.1
Definisi Operasional Variabel

Varibel	Definisi Operasional	Indikator	Skala
Marketing Syariah (X ₁)	Sistem pemasaran yang berdasarkan nilai-nilai syariah dan atau dibenarkan dalam Islam, sepanjang dalam segala proses transaksinya terpelihara dari hal-hal terlarang oleh ketentuan syariah	<ol style="list-style-type: none"> 1. Nilai-nilai Ketuhanan 2. Nilai-nilai Moral 3. Pemasaran yang fleksibel 4. Humanistis Universal 	<i>Likert</i>
Kualitas Produk (X ₂)	Kemampuan suatu produk untuk melaksanakan fungsinya meliputi, daya tahan keandalan, ketepatan kemudahan operasi dan perbaikan, serta atribut bernilai lainnya. Untuk meningkatkan kualitas produk perusahaan	<ol style="list-style-type: none"> 1. Kecenderungan konsumen membeli produk 2. Keinginan untuk mereferensikan pada orang lain 3. Memiliki preferensi utama pada produk. 4. Kehandalan (reliability) dan daya tahan produk 	<i>Likert</i>
Kepuasan Pelanggan (X ₃)	Perasaan senang atau kecewa yang dimiliki seseorang berdasarkan perbandingan antara kenyataan yang diperoleh dengan harapan yang dimiliki	<ol style="list-style-type: none"> 1. Perasaan puas 2. Selalu membeli produk 3. Merekomendasikan kepada orang lain 4. Terpenuhinya harapan pelanggan 	<i>Likert</i>

¹¹ Masrukhin, *Statistik 1 Berbasis Komputer Ekonomi Islam*, (Kudus: Media Ilmu Press, 2015), 9.

¹² Masrukhin, 138.

	konsumen		
Keputusan Pembelian (Y)	Keputusan pembelian adalah dari dua atau lebih alternatif pilihan yang ada, artinya bahwa syarat seseorang dapat membuat keputusan haruslah tersedia beberapa alternatif pilihan. Keputusan untuk membeli dapat mengarah kepada bagaimana proses dalam pengambilan keputusan tersebut dilakukan.	<ol style="list-style-type: none"> 1. Kemantapan membeli 2. Pertimbangan dalam membeli 3. Kesesuain atribut dengan keinginan dan kebutuhan 	<i>Likert</i>

E. Uji Validitas dan Reliabilitas Instrumen

1. Uji Validitas

merupakan sebagai alat ukur yang mengumpulkan data yang valid. Sehingga alat ukur tersebut dapat mengukur apa yang seharusnya di ukur. Uji validitas instrumen dimaksudkan untuk mengetahui keterpaduan butir-butir pertanyaan yang digunakan, apakah dapat mengukur sesuai dengan apa yang sedang diukur.

Indeks validitas uji instrumen yang umumnya digunakan peneliti adalah lebih besar dari 0,30 atau 0,32. Disarankan kepada peneliti untuk meningkatkan indeks validitasnya, karena semakin tinggi hasilnya semakin akurat data yang dihasilkan. Menurut Sugiyono, hasil penelitian yang valid apabila terdapat kesamaan antara data yang terkumpul dengan data yang sesungguhnya terjadi pada objek yang diteliti.¹³

Pengukuran validitas dapat dilakukan dengan cara sebagai berikut:

- a) Melakukan korelasi antara skor butir pertanyaan dengan skor total. Skor total adalah jumlah dari semua skor pertanyaan atau pernyataan. Jika skor total tiap butir pertanyaan berkorelasi secara signifikan dengan skor total, maka dapat dikatakan valid. Sebaliknya, jika korelasinya tidak signifikan, maka tidak valid. Cara ini dikenal dengan validitas konstruk (*construck validity*).

¹³ Syamsul Bahri dan Fakhry Zamzam, *Model Penelitian Kuantitatif Berbasis SEM-AMOS*, (Yogyakarta: Deepublish, 2014), 54.

- b) Selanjutnya nilai r dibandingkan dengan nilai r tabel dengan derajat bebas $(n-2)$. Jika nilai r hasil perhitungan lebih besar daripada nilai r tabel, maka berarti signifikan. Sehingga dapat disimpulkan bahwa pertanyaan itu valid.¹⁴
2. Uji Reliabilitas merupakan ukuran suatu kestabilan dan konsistensi responden dalam menjawab hal yang berkaitan dengan konstruk-konstruk pertanyaan yang merupakan dimensi suatu variabel dan disusun dalam suatu bentuk kuisioner. Uji reliabilitas adalah alat untuk mengukur suatu kuesioner yang merupakan indikator dari variabel atau konstruk.

Pengukuran reliabilitas dapat dilakukan dengan dua cara yaitu:

- a) *Repeated Measure* atau pengukuran ulang. Disini seseorang akan disodori pertanyaan yang sama pada waktu yang berbeda, dan kemudian dilihat apakah ia tetap konsisten dengan jawabannya.
- b) *One Shot* atau pengukuran hanya sekali saja. Disini pengukurannya hanya dilakukan sekali dan kemudian hasilnya dibandingkan dengan pertanyaan lain atau mengukur korelasi antara jawaban pertanyaan.

Untuk melakukan uji reabilitas dapat digunakan program SPSS dengan menggunakan uji statistik *Cronbach Alpha* (α). Adapun kriteria bahwa instrumen itu dikatakan reliabel, jika memberikan nilai yang didapat dalam proses pengujian dengan uji statistik *Cronbach Alpha* (α) $> 0,70$.¹⁵

F. Teknik Pengumpulan Data

Metode pengumpulan data merupakan suatu hal yang penting dalam penelitian, karena dengan metode ini, peneliti mengumpulkan data yang diperlukan dalam penelitiannya. Pengumpulan data dalam penelitian ini dimaksudkan untuk memperoleh bahan-bahan, keterangan, kenyataan-kenyataan, dan informasi yang dapat di percaya.

Terdapat dua hal utama dalam mempengaruhi kualitas penelitian, yaitu kualitas instrumen dan pengumpulan data. Kualitas instrumen berkaitan dengan validitas dan reliabilitas instrumen penelitian. Sedangkan pengumpulan data berkaitan dengan ketepatan cara-cara yang digunakan untuk pengumpulan data. Oleh karena itu,

¹⁴ Anwar Sanusi, *Metodologi Penelitian Bisnis*, (Jakarta: Salemba Empat, 2014), 77.

¹⁵ Imam Ghozali, *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program IBM SPSS 19*, (Semarang: Universitas Diponegoro, 2005), 47-48.

instrumen yang telah teruji validitas dan reliabilitasnya, belum tentu dapat menghasilkan data yang valid dan reliabel, apabila instrumen tersebut tidak digunakan secara tepat dalam pengumpulan datanya.¹⁶

Dalam penelitian ini menggunakan penelitian *Field Research* dengan pendekatan kuantitatif, maka teknik pengumpulan datanya menggunakan instrumen sebagai berikut:

1. Dokumentasi

Penjajakan, inventirasi dan validasi dokumen yang relevan dengan fokus dan lokus penelitian, seharusnya dilakukan oleh peneliti agar pada pelaksanaan tahapan penelitian berlangsung dengan dukungan dokumen yang valid dan dapat dipertanggungjawabkan.¹⁷ Dokumentasi adalah ditujukan untuk memperoleh data langsung dari tempat penelitian, meliputi buku yang relevan, peraturan-peraturan, laporan kegiatan, foto, dan data yang relevan penelitian.¹⁸

Dokumen adalah catatan tertulis yang isinya merupakan pernyataan tertulis yang disusun oleh seseorang atau lembaga untuk keperluan pengujian suatu peristiwa, dan berguna bagi sumber data, bukti, informasi kealiamahan yang sukar diperoleh, sukar ditemukan, dan membuka kesempatan untuk lebih memperluas pengetahuan terhadap sesuatu yang diselidiki. Data ini berupa perkembangan Kabupaten Pati.

2. Kuesioner atau Angket

Kuesioner berasal dari bahasa Latin *Questionnaire*, yang berarti suatu rangkaian pertanyaan yang berhubungan dengan topik tertentu yang diberikan kepada sekelompok individu dengan maksud untuk memperoleh data. Tujuan dari kuesioner adalah untuk memperoleh informasi yang lebih relevan dengan tujuan penelitian dan mengumpulkan informasi dengan reliabilitas dan validitas yang tinggi.¹⁹

Angket atau kuesioner adalah teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan cara memberikan seperangkat pertanyaan atau pernyataan kepada orang lain yang dijadikan responden untuk dijawabnya. Metode kuesioner dapat dilakukan dengan

¹⁶ Anak Agung Putu Agung, *Metodologi Penelitian Bisnis*, (Malang: UB Press, 2012), 61.

¹⁷ Yulianto Kadji, *Metode Penelitian Ilmu Administrasi*, (Yogyakarta: Deepublish, 2016), 150.

¹⁸ Sudaryono, *Metode Penelitian Pendidikan*, (Jakarta: Kencana, 2016), 90.

¹⁹ A. Muri Yusuf, *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif & Penelitian Gabungan*, (Jakarta: Kencana, 2017), 199.

melalui tatap muka langsung, maupun melalui kuesioner surat kabar (baik melalui surat dalam bentuk kertas maupun surat elektronik).²⁰

Dalam hal ini teknik mengumpulkan data menggunakan Skala *Likert* (*likert scale*), dimana skala ini mengukur ordinal karena hanya dapat membuat rangking tetapi tidak dapat diketahui satu responden lebih baik atau lebih buruk dari responden lainnya didalam skala. Skala *Likert* digunakan untuk mengukur sikap, pendapat dan persepsi seseorang atau sekelompok tentang kejadian atau gejala sosial. Dalam penelitian gejala sosial ini ditetapkan secara spesifik oleh peneliti, yang selanjutnya disebut sebagai variabel penelitian.²¹

Skala *Likert* yaitu skala yang berisi lima tingkat jawaban yang merupakan skala jenis ordinal. Data ordinal adalah data yang diperoleh dengan cara ketegorisasi atau klasifikasi, tetapi diantara data tersebut terdapat hubungan. Atau data ordinal adalah pemberian klasifikasi atau urutan terhadap obyek yang diukur. Dengan pilihan sebagai berikut: (5) sangat setuju, (4) setuju, (3) ragu, (2) tidak setuju, dan (1) sangat tidak setuju.²²

G. Teknik Analisis Data

1. Koefisien Determinasi

Koefisien Determinasi adalah kadar kontribusi variabel bebas terhadap variabel terikat (r^2 , R^2). Koefisien determinasi dilambangkan dengan r^2 . Nilai ini menyatakan proporsi variasi keseluruhan dalam nilai variabel dependen yang dapat diterangkan atau diakibatkan oleh hubungan linier dengan nilai variabel independen.²³

Nilai koefisien determinasi dinyatakan dalam kuadrat dari nilai koefisien korelasi $r^2 \times 100\% = n\%$, memiliki makna bahwa nilai variabel dependen dapat diterangkan oleh variabel independen sebesar $n\%$, sedangkan sisanya $(100-n\%)$ diterangkan

²⁰ Suryani dan Hendryadi, *Metode Riset Kuantitatif: Teori dan Aplikasi Pada Penelitian Bidang Manajemen dan Ekonomi Islam*, (Jakarta: Kencana, 2015), 173.

²¹ Riduwan, *Skala Pengukuran Variabel-Variabel Penelitian*, (Bandung: Alfabeta, 2005), 12.

²² Danang Suntoyo, *Analisis Validitas & Asumsi Klasik*, (Yogyakarta: Gava Media, 2012), 26-30.

²³ Amos Neolaka, *Metode Penelitian dan Statistik*, (Bandung: PT Remaja Rosdakarya, 2014), 130.

oleh galat (*error*) atau pengaruh variabel yang lain.²⁴ Misalkan nilai $r^2 = 96\%$, maka nilai variabel dependen yang dapat diterangkan oleh variabel independen adalah sebesar 96%, sedangkan 4% sisanya diterangkan oleh galat (*error*) atau pengaruh variabel yang lain.²⁵

Dalam tabel ANOVA, nilai koefisien determinasi dihitung dengan rumus berikut:

$$R^2 = \frac{SSR}{SST}$$

Tetapi dalam praktiknya, nilai koefisien determinasi yang digunakan untuk analisis adalah nilai R^2 yang telah disesuaikan (R^2_{adjusted}) yang dihitung dengan menggunakan rumus sebagai berikut.²⁶

$$R^2_{\text{adjusted}} = 1 - (1 - R^2) \frac{n-1}{n-k}$$

2. Uji Parsial (Uji t)

Uji sigfikan secara parsial digunakan untuk menguji hipotesis penelitian. Guna untuk mengetahui seberapa jauh pengaruh dari masing-masing variasi variabel independen dalam menerangkan variasi variabel dependen. Uji t akan memberikan gambaran seberapa signifikan variabel independen secara parsial mempengaruhi variabel dependen.

Hipotesis nol (H_0) yang hendak diuji adalah apakah suatu parameter (b_i) sama dengan nol, atau: $H_0 : b_i = 0$, dimana artinya adalah apakah suatu variabel independen bukan merupakan penjelas yang signifikan terhadap variabel dependen. Sedangkan, hipotesis alternatifnya (H_A) parameter suatu variabel tidak sama dengan nol, atau: $H_A : b_i \neq 0$, dimana artinya variabel tersebut merupakan penjelas yang signifikan terhadap variabel dependen.

Adapun cara untuk melakukan uji t adalah sebagai berikut:

- a. Menghitung nilai t dengan menggunakan rumus
- b. *Quick look*, bila jumlah *degree of freedom* (df) adalah 20 atau lebih dan derajat kepercayaan sebesar 5%, maka H_0 yang menyatakan $b_i = 0$, dapat ditolak bila nilai t lebih besar dari 2 (dalam nilai absolut). Dengan kata lain kita menerima

²⁴ Supardi U.S. , *Aplikasi Statistika dalam Penelitian: Buku Tentang Statistika Yang Paling Komprehensif*, (Jakarta: Ufuk Press, 2012), 180.

²⁵ Amos Neolaka, *Metode Penelitian dan Statistik*, (Bandung: PT Remaja Rosdakarya, 2014), 130.

²⁶ Anwar Sanusi, *Metode Penelitian Bisnis*, (Jakarta: Salemba Empat, 2014), 136.

hipotesis alternatif yang menyatakan bahwa suatu variabel independen secara individual mempengaruhi variabel dependen.

- c. Membandingkan nilai statistik t dengan titik kritis menurut tabel. Apabila nilai statistik t perhitungan lebih tinggi dibandingkan nilai t tabel, maka hipotesis alternatifnya yang menyatakan bahwa suatu variabel independen secara individual mempengaruhi variabel dependen.²⁷
3. Uji Signifiikan Simultan (Uji 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). F hitung dapat dicari dengan rumus sebagai berikut:

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

Keterangan:

- R^2 = Koefisien determinasi
 n = Jumlah data atau kasus
 k = Jumlah variabel independen

Hasil Uji F dapat dilihat pada output ANOVA dari hasil analisis regresi linier berganda diatas. Tahap-tahap untuk melakukan Uji F adalah sebagai berikut:

- a. Merumuskan Hipotesis
 - H_0 : Tidak ada pengaruh antara sosialisasi perpajakan, kesadaran wajib pajak, kualitas pelayanan dan sanksi perpajakan secara bersama-sama terhadap Keputusan Pembelian.
 - H_a : Ada pengaruh antara sosialisasi perpajakan, kesadaran wajib pajak, kualitas pelayanan dan sanksi perpajakan secara bersama-sama terhadap Keputusan Pembelian.
- b. Menentukan tingkat signifikan, tingkat signifikan menggunakan 0,005 ($\alpha = 5\%$)
- c. Menentukan F tabel

Dengan menggunakan tingkat keyakinan 95%, ($\alpha = 5\%$),
 $df_1 = \text{jumlah variabel}-1$ dan $df_2 = (n-k-1)$
 Keterangan:
 $n = \text{jumlah kasus}$

²⁷ Imam Ghozali, *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program IBM SPSS 19*, (Semarang: Universitas Diponegoro, 2011), 98-99.

k = jumlah variabel independen.

d. Kriteria pengujian

- 1) H_0 diterima bila $F \text{ hitung} \leq F \text{ tabel}$
- 2) H_0 ditolak bila $F \text{ hitung} > F \text{ tabel}$.²⁸

4. Analisis Regresi Linier Berganda

Analisis regresi ganda digunakan oleh peneliti. Regresi ganda berguna untuk mencari pengaruh dua variabel prediktor atau untuk mencari hubungan fungsional dua variabel prediktor atau lebih terhadap variabel kriterumnya, atau untuk meramalkan dua variabel prediktor atau lebih terhadap variabel kriterumnya.²⁹

Adapun persamaan regresi untuk tiga prediktor adalah:³⁰

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

Keterangan:

Y = Keputusan Pembelian

X_1 = Marketing Syariah

X_2 = Kualitas Produk

X_3 = Kepuasan Pelanggan

a = Konstanta

b_1 = Koefisien regresi antara marketing syariah dengan Keputusan Pembelian

b_2 = Koefisien regresi antara kualitas produk dengan Keputusan Pembelian

b_3 = Koefisien regresi antara kepuasan pelanggan dengan Keputusan Pembelian

e = Standar eror

²⁸ Duwi Priyatno, *Paham Analisa Statistik Data Dengan SPSS*, (Yogyakarta: Penerbit Media Kom, 2010), 67.

²⁹ Hartono, *Statistik Untuk Penelitian*, (Yogyakarta: Pustaka Pelajar, 2012), 164.

³⁰ Sahya Anggara, *Metode Penelitian Administrasi*, (Bandung: CV Pustaka Setia, 2015), 187.