

BAB III METODE PENELITIAN

A. Jenis dan Pendekatan Penelitian

1. Jenis Penelitian

Peneliti menggunakan penelitian lapangan untuk menjelaskan permasalahan. Penelitian lapangan merupakan penelitian di mana peneliti turun secara langsung ke lokasi untuk melakukan penelitian.¹ Peneliti menggunakan penelitian langsung karena peneliti ingin mengetahui secara langsung hasil Minat Beli Customer Shopee Ditinjau dari *Digital Marketing, Usability, dan Information Quality* (Survey pada *Customer Muslim Shopee Kabupaten Kudus*).

2. Pendekatan Penelitian

Peneliti menggunakan pendekatan penelitian kuantitatif. Penelitian kuantitatif merupakan penelitian yang berupa data nilai angka dalam menampilkan hasil penelitiannya dan dianalisis dengan statistik.² Penelitian ini termasuk penelitian kuantitatif karena permasalahan peneliti sudah cukup jelas yaitu untuk mendapatkan informasi yang lebih lengkap lagi mengenai Minat Beli Customer Shopee Ditinjau dari *Digital Marketing, Usability, dan Information Quality* (Survey pada *Customer Muslim Shopee Kabupaten Kudus*).

B. Jenis dan Sumber Data

Data adalah sekelompok fakta yang disajikan guna tujuan tertentu dalam sebuah penelitian.³ Jenis dan sumber data yang peneliti gunakan adalah :

1. Data Primer

Data primer adalah sumber data yang didapatkan dari objek risetnya atau dari responden yang dituju.⁴ Responden menjawab pertanyaan-pertanyaan yang sudah disediakan oleh peneliti. Sedangkan responden yang menjawab daftar kuesioner

¹ Sugiyono, *Metode Penelitian Bisnis Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*, (Bandung: Alfabeta, 2012), 13.

² Iqbal Hasan, *Analisis Data Penelitian dengan Statistik*, (Jakarta: Bumi Aksara, 2004), 20.

³ Moh Pabundu Tika, *Metode Riset Bisnis*, (Jakarta: Bumi Aksara, 2006), 57.

⁴ Sonny Sumarsono, *Metode Riset Sumber Daya Manusia*, (Jember: Graha Ilmu, 2004), 69.

tersebut adalah masyarakat Kabupaten Kudus yang menggunakan produk shopee.

2. Data Sekunder

Data sekunder adalah sumber data yang didapatkan secara tidak langsung seperti dari laporan-laporan publikasi ataupun jurnal-jurnal tertentu.⁵ Data ini berupa data berita online, jurnal dan artikel yang relevan dengan *digital marketing, usability, information quality* dan minat beli konsumen serta dokumen yang berasal dari masyarakat Kabupaten Kudus yang dapat diakses di web kota Kudus.

C. Populasi dan Sampel Penelitian

1. Populasi

Penelitian kuantitatif perlu memperhatikan dalam penentuan populasi dan sampel.⁶ Populasi merupakan area yang meliputi tempat dan responden penelitian yang memiliki karakteristik khusus yang dapat ditarik kesimpulan dalam sebuah penelitian.⁷

Populasi dalam penelitian ini adalah konsumen yang pernah menggunakan shopee di Kabupaten Kudus yang jumlahnya tidak bisa dipastikan. Jenis populasi penelitian adalah *non probability sampling*, yaitu teknik pengambilan sampel yang tidak memberi peluang atau kesempatan yang sama bagi setiap unsur atau anggota populasi yang dipilih untuk menjadi sampel.⁸

2. Sampel

Sampel adalah bagian dari populasi yang dapat digunakan untuk penelitian dan hasilnya digunakan sebagai representasi dari populasi secara keseluruhan.⁹ Berdasarkan jumlah populasi di atas, maka teknik pengambilan sampel dalam penelitian ini adalah menggunakan *purposive sampling*. *Purposive sampling* merupakan teknik pengambilan sampel yang menentukan responden berdasarkan tujuan permasalahan. Sampel pada penelitian ini yaitu konsumen yang menggunakan shopee di

⁵ Nasution, *Metode Research* (Jakarta: Bumi Aksara, 2006), 143.

⁶ Deni Darmawan, *Metode Penelitian Kuantitatif*, (Bandung: Remaja Rosdakarya, 2013), 137.

⁷ Sugiyono, *Metode Penelitian Bisnis Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*, (Bandung: Alfabeta, 2012), 72.

⁸ Sugiyono, *Metode Penelitian Bisnis Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*, (Bandung: Alfabeta, 2012), 73.

⁹ Suryani dan Hendryadi, *Metode Riset Kuantitatif: Teori dan Aplikasi Pada Penelitian Bidang Manajemen dan Ekonomi Islam*, (Jakarta: Kencana, 2015), 192.

Kabupaten Kudus.¹⁰ Untuk menentukan jumlah populasi yang tidak diketahui, maka dalam penentuan sampel digunakan rumus Cochran sebagai berikut:¹¹

$$n = \frac{Z^2 pq}{e^2}$$

$$n = \frac{(1,96)^2(0,5)(0,5)}{0,1^2}$$

$$n = 96,04$$

Keterangan:

n = Jumlah sampel yang diperlukan

Z = Tingkat keyakinan yang dibutuhkan dalam sampel yaitu 95%

p = Peluang benar 50%

q = Peluang salah 50%

e = Margin eror atau tingkat kesalahan maksimum yang bisa ditolerir.

Berdasarkan perhitungan tersebut, maka jumlah sampel minimal yang digunakan dalam penelitian ini adalah 96,04 = 100 responden. Sampel pada penelitian ini adalah konsumen yang menggunakan shopee di Kabupaten Kudus yang berusia 17 tahun ke atas dengan pertimbangan pernah membeli produk shopee.

D. Identifikasi Variabel

Identifikasi penelitian adalah suatu identifikasi untuk mengetahui sifat objek atau subjek atau kegiatan yang memiliki ciri-ciri khusus untuk ditarik kesimpulan oleh peneliti.¹² Secara umum variabel penelitian dibagi menjadi:

1. Variabel Independent/Bebas

Variabel bebas adalah variabel yang mempengaruhi variabel dependen.¹³ Variabel independent dalam penelitian ini adalah *Digital Marketing* (X1), *Usability* (X2), dan *Information Quality* (X3).

2. Variabel Dependent/Terikat

¹⁰ Sugiyono, *Metode Penelitian Bisnis Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*, (Bandung: Alfabeta, 2012), 56.

¹¹ Sugiyono, *Metode Penelitian Bisnis Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*, (Bandung: Alfabeta, 2012), 30.

¹² Sugiyono, *Statistika Untuk Penelitian*, (Bandung: Alfabeta, 2014), 3.

¹³ Sugiarto, dkk, *Teknik Sampling*, (Jakarta: Gramedia Pustaka Utama, 2001),

Variabel terikat adalah variabel yang dipengaruhi oleh variabel independent.¹⁴ Variabel dependent dalam penelitian ini adalah Keputusan Konsumen (Y).

E. Definisi Operasional

Sebuah penelitian, perlu diberikan indikator pada definisi operasional untuk menguji permasalahan yang telah di amati.¹⁵ Berikut definisi operasional dalam penelitian ini, antara lain:

Tabel 3.1
Definisi Operasional

No.	Definisi Operasional	Indikator	Pengukuran
1.	<i>Digital Marketing</i>	<i>Digital Marketing</i> , merupakan pemanfaatan dari internet sebagai suatu teknologi yang menghubungkan komunikasi dua arah antara penjual dengan pembeli. ¹⁶	Pengukuran variabel <i>digital marketing</i> menggunakan kuesioner yang dikembangkan oleh (Masyithoh dan Novitaningtyas, 2021). Kuesioner ini terdiri dari 5 item pertanyaan dengan menggunakan skala likert 1-5, berdasarkan kriteria sangat tidak setuju, tidak setuju, netral, setuju dan sangat setuju
2.	<i>Usability</i>	<i>Usability</i> adalah kualitas yang berkaitan dengan <i>website</i> seperti penampilan, kemudahan penggunaan, navigasi,	Pengukuran variabel <i>usability</i> menggunakan kuesioner yang dikembangkan oleh (Napitulu, 2018). Kuesioner ini terdiri dari 6 item pertanyaan dengan

¹⁴ Tony Wijaya, *Metodologi Penelitian Ekonomi dan Bisnis: Teori dan Praktik*, (Yogyakarta: Graha Ilmu, 2013), 13.

¹⁵ Marzuki, *Metodologi Riset Panduan Penelitian Bidang Bisnis dan Sosial*, (Yogyakarta: Ekonisia, 2005), 45.

¹⁶Kotler, P. dan Armstrong, G., *Prinsip-prinsip Pemasaran Edisi Ke-12 Jilid 1*, (Jakarta: Erlangga, 2009), 102.

		dan tampilan kepada pelanggan. ¹⁷	menggunakan skala likert 1-5, berdasarkan kriteria sangat tidak setuju, tidak setuju, netral, setuju dan sangat setuju.
3.	<i>Information Quality</i>	<i>Information Quality</i> , adalah kualitas isi <i>website</i> , kesesuaian informasi untuk keperluan pelanggan seperti akurasi, format, dan relevansi. ¹⁸	Pengukuran variabel <i>information quality</i> menggunakan kuesioner yang dikembangkan oleh (Semuel, dkk, 2021). Kuesioner ini terdiri dari 5 item pertanyaan dengan menggunakan skala likert berdasarkan kriteria sangat tidak setuju, tidak setuju, netral, setuju dan sangat setuju.
4.	Minat Beli merupakan perilaku seseorang yang memiliki keinginan dalam memilih atau bahkan membeli suatu produk, berdasarkan pengalaman	Indikator variabel minat beli adalah Senang memperhatikan produk, tertarik dengan produk yang ditawarkan, direkomendasikan kepada orang lain, disarankan kepada orang lain, lebih memilih shopee dibanding dengan	Pengukuran variabel minat belimenggunakan kuesioner yang dikembangkan oleh (Masyithoh dan Novitaningtyas, 2021). Kuesioner ini terdiri dari 9 item pertanyaan dengan menggunakan skala likert 1-5, berdasarkan kriteria sangat tidak setuju,

¹⁷Jakob Nielsen, "Guerrilla HCI: Using Discount Usability Engineering to Penetrate the Intimidation Barrier", Available:http://www.useit.com/papers/guerrilla_hci.html, (1994), dikutip pada 15 Januari 2022.

¹⁸W. Delone dan E.R Mclean, *The Delone and Mclean Model Of Information Systems Success: A Ten-Year Update*, *Journal of Management Information Systems*, 19, No. 4, (2003): 15.

dalam memilih, menggunakan dan mengkonsumsi suatu produk. ¹⁹	yang lain, produk menarik perhatian, terus mencari informasi tentang shopee, mencari informasi terbaru dari shopee, dan terdapat minat untuk membeli.	tidak setuju, netral, setuju dan sangat setuju.
---	---	---

F. Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data sangat mempengaruhi sekali dalam hasil riset. Sebab penentuan tata cara pengumpulan informasi yang pas, hingga informasi yang didapat pula hendak relevan serta cermat. Metode pengumpulan informasi yang periset maanfaatkan merupakan:

1. Metode Angket (kuesioner)

Angket ialah catatan sebagian persoalan yang diserahkan pada orang lain yang mau buat membagikan asumsi cocok dengan permohonan kasus periset.²⁰ Metode kuesioner merupakan suatu daftar rangkaian pertanyaan mengenai sesuatu masalah yang akan diteliti oleh peneliti.²¹ Angket ini berisi pertanyaan mengenai Minat Beli Customer Shopee Ditinjau dari *Digital Marketing, Usability, dan Information Quality* (Survey pada *Customer Shopee Kabupaten Kudus*). Jenis kuesioner ini yaitu menggunakan metode angket tertutup di mana, responden tidak diberi kesempatan untuk menjawab, melainkan jawabannya sudah ditentukan oleh penulis sebagai berikut:

Angket kuesioner:

- a. Responden yang memberi jawaban “Sangat Setuju” diberi skor 5
- b. Responden yang memberi jawaban “Setuju” diberi skor 4
- c. Responden yang memberi jawaban “Netral” diberi skor 3
- d. Responden yang memberi jawaban “Tidak Setuju” diberi skor 2

¹⁹Hengki Mangiring Parulian Simarmata, dkk, *Manajemen Perilaku Konsumen dan Loyalitas*, (Medan: Yayasan Kita Menulis, 2021), 101.

²⁰Riduwan, *Skala Pengukuran Variabel-Variabel Penelitian*, (Bandung: Alfabeta, 2005), 143.

²¹ Cholid Narbuko dan Abu Achmadi, *Metodologi Penelitian*, (Jakarta: Bumi Aksara, 2009), 76.

- e. Responden yang memberi jawaban “Sangat Tidak Setuju” diberi skor 1.
2. Observasi

Metode observasi adalah tata cara pengumpulan informasi yang lebih khusus serta tidak terbatas dalam riset. Tata cara pemantauan tidak cuma dapat mempelajari orang saja melainkan dapat mempelajari subjek riset dengan cara komplit.²²

Periset memakai tata cara pemantauan buat melaksanakan observasi dengan cara langsung kepada posisi riset tercantum gimana ruang lingkup pelanggan yang memakai produk shopee di Kabupaten Bersih. Metode ini periset maanfaatkan untuk mensupport kelancaran dalam akuisisi informasi terpaut pengisian angket yang hendak diserahkan.
3. Dokumentasi

Dokumentasi adalah pengumpulan informasi berbentuk informasi tercatat yang berisikan penjelasan serta uraian kejadian yang bertabiat faktual serta cocok dengan permasalahan dalam riset. Misalnya berbentuk arsip-arsip, buku-buku memo, jurnal-jurnal serta yang yang lain yang berkaitan dengan permasalahan riset.²³ Metode ini digunakan untuk memperoleh data tentang masyarakat Kabupaten Kudus.

G. Uji Validitas dan Reliabilitas Instrumen

1. Uji Validitas Instrumen

Validitas adalah percobaan buat mengukur sepanjang mana informasi yang dihidangkan pada sesuatu angket bisa mengukur apa yang mau diukur (ketepatan).²⁴ Uji validitas di tetapkan dengan mengorelasikan antara skor yang didapat tiap butir persoalan ataupun statment dengan angka keseluruhan. Berikutnya, nilai angka r jumlah dibanding dengan angka r hitung. Angka r hitung dicari pada tingkatan signifikansi 0, 05 dengan percobaan 2 bagian serta jumlah informasi (n). Bila nilai r jumlah lebih besar dari nilai r dalam hitung pada alfa khusus hingga berarti signifikansi alhasil disimpulkan bahwa butir pertanyaan atau pernyataan itu valid. Adapun rumus untuk uji validitas adalah sebagai berikut:

²² Sugiyono, *Metode Penelitian Bisnis Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*, (Bandung: Alfabeta, 2012), 302.

²³ Muhammad, *Metodologi Penelitian Ekonomi Islam: Pendekatan Kuantitatif*, (Jakarta: Raja Grafindo Persada, 2008), 152.

²⁴Husein Umar, *Metode Riset Bisnis*, (Jakarta: Gramedia Pustaka Utama, 2002), 103.

$$r = \frac{N(\sum XY) - (\sum X \sum Y)}{[N(\sum X^2 - X^2)] [N(\sum Y^2 - (\sum Y)^2)]}$$

Keterangan :

r = Koefisien korelasi antara skor variabel X dengan skor variabel Y

$\sum X$ = Jumlah skor variabel X

$\sum Y$ = Jumlah skor variabel Y

N = Jumlah individu dan sampel²⁵

2. Uji Reliabilitas Instrumen

Uji reliabilitas adalah uji untuk mengukur suatu indikator dari variabel penelitian. Reliabilitas dilakukan untuk mengetahui sejauh mana suatu hasil pengukuran relatif konsisten apabila alat ukur tersebut digunakan berulang kali. Untuk melakukan uji reliabilitas dapat digunakan program SPSS dengan menggunakan uji statistik Cronbach Alpha. Kriteria instrumen dikatakan reliabel, apabila nilai yang didapat dalam proses pengujian dengan uji statistik Cronbach Alpha > 0.60. Dan sebaliknya jika Cronbach Alpha diketemukan angka koefisien lebih kecil (< 0,60), maka dikatakan tidak reliabel.²⁶

$$R_{ii} = \frac{K}{(K - 1)} \frac{[1 - \sum S_{2b}]}{S^2 \text{total}}$$

Keterangan:

R_{ii} = Koefisien reliabilitas

K = Jumlah item variabel

$\sum S_{2b}$ = Jumlah semua variabel

S² total = Varian total

H. Uji Asumsi Klasik

Langkah uji sebelum dilakukan uji regresi linier berganda, terlebih dahulu dilakukan uji asumsi klasik pada Minat Beli Customer Shopee Ditinjau dari *Digital Marketing*, *Usability*, dan *Information Quality* (Survey pada Customer Shopee Kabupaten Kudus) agar uji regresi mendapatkan hal yang baik. Uji asumsi klasik adalah sebagai berikut:

1. Uji Multikolinearitas

Uji multikolinearitas dipakai buat mencoba apa dalam bentuk regresi ada hubungan dampingi elastis leluasa yang

²⁵ Imam Ghozali, *Aplikasi Analisis Multivariat dengan Program SPSS*, (Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro, 2006), 49.

²⁶ Masrukhin, *Metodologi Penelitian Kuantitatif*, (Kudus: Badan Penerbit STAIN Kudus, t.th.), 171- 172.

diwajibkan hubungan itu tidak terdapat. Bila ada hubungan dampingi elastis leluasa hingga variabel- variabel itu maksudnya tidak ortogonal ataupun tidak mempunyai angka hubungan serupa dengan nihil. Multikolinearitas bisa ditunjukkan dengan angka Tollerance and Variance Inflation Factor (VIF) yang tiap- tiap wajib mempunyai angka Tollerance $\leq 0,10$ ataupun serupa dengan angka VIF ≥ 10 serupa dengan tingkatan kolonieritas 0,95.²⁷

2. Uji Autokorelasi

Uji autokorelasi merupakan percobaan buat mengenali apakah terdapat hubungan dampingi kekeliruan saat ini dengan kekeliruan lebih dahulu. Regresi yang baik merupakan bentuk regresinya wajib leluasa dari autokorelasi. Percobaan autokorelasi dapat ditunjukkan dengan memandang angka Durbin Watson (DW Test) cocok dengan anggapan yang periset uji seperti determinasi selaku selanjutnya:

- a. $H_0 = (r = 0)$ artinya $r = 0$ adalah tidak ada autokorelasi dalam hipotesis tersebut.
- b. $H_a = (r \neq 0)$ artinya r tidak sama dengan nol adalah ada autokorelasi dalam hipotesis tersebut.

Ketentuan pengambilan keputusan ada tidaknya autokorelasi adalah sebagai berikut :

Tabel 3.2

Pengambilan Keputusan Uji Autokorelasi

Hipotesis Nol	Keputusan	Jika
Tidak ada autokorelasi positif	Tolak	$0 < d < dl$
Tidak ada autokorelasi positif	No desicison	$dl \leq d \leq du$
Tidak ada korelasi negative	Tolak	$4 - dl < d < 4$
Tidak ada korelasi negative	No decision	$4 - du \leq d \leq 4 - dl$
Tidak ada autokorelasi, positif atau negative	Tidak ditolak	$du < d < 4 - du$ ²⁸

Sumber : Ghazali (2006)

²⁷ Imam Ghozali, *Aplikasi Analisis Multivariat dengan Program SPSS*, (Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro, 2006), 95- 96.

²⁸ Imam Ghozali, *Aplikasi Analisis Multivariat dengan Program SPSS*, (Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro, 2006), 99-100.

3. Uji Normalitas

Uji normalitas dipakai buat mengenali apakah informasi yang diujiberdistribusi wajar ataupun tidak. Kesimpulan ntuk memandang informasi yang dicoba berdistribusi wajar ataupun tidak, dapat diamati dari 2 analisa ialah analisa diagram serta percobaan statistik. Hasil percobaan normalitas informasi bisa diamati dengan mencermati titik Normal *P-Plat of Regresion Standizzed Residual* dari elastis terikat, dengan patokan selaku selanjutnya:²⁹

- a. Titik-titik menyebar di sekitar garis diagonal, maka itu berarti data yang diuji berdistribusi normal dan sudah memenuhi uji normalitas.
- b. Titik-titik tidak menyebar di sekitar garis diagonal, maka itu berarti tata yang diuji tidak berdistribusi normal dan tidak memenuhi uji normalitas.³⁰

4. Uji Heteroskedastisitas

Uji heteroskedastisitas dipakai buat mengenali apakah dalam bentuk regresi yang dicoba ada perbandingan ataupun ketidaksamaan dampingi elastis satu ke yang yang lain ataupun tidak. Angka elastis dari satu ke yang yang lain senantiasa hingga diucap homoskedastisitas serta bila berlainan dikenal heteroskedastisitas. Percobaan bentuk regresi yang bagus merupakan yang tidak terjalin heteroskedastisitas.³¹ Kriteria data yang terjadi heteroskedastisitas atau tidak, adalah:

- a. Titik-titik yang terbentuk membentuk pola dan menyempit atau berkumpul jadi satu artinya model regresi tersebut terjadi heteroskedastisitas
- b. Titik-titik yang terbentuk menyebar artinya model regresi tersebut tidak terjadi heteroskedastisitas dan memenuhi ketentuan.³²

²⁹Imam Ghozali, *Aplikasi Analisis Multivariat dengan Program SPSS*, (Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro, 2006), 147.

³⁰Imam Ghozali, *Aplikasi Analisis Multivariat dengan Program SPSS*, (Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro, 2006), 149.

³¹ Imam Ghozali, *Aplikasi Analisis Multivariat dengan Program SPSS*, (Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro, 2006), 125.

³² Imam Ghozali, *Aplikasi Analisis Multivariat dengan Program SPSS*, (Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro, 2006), 126.

I. Teknik Analisis Data

1. Analisis Regresi Linier Berganda

Uji untuk menganalisis data hasil penelitian mengenai Minat Beli Customer Shopee Ditinjau dari *Digital Marketing*, *Usability*, dan *Information Quality* (Survey pada Customer Shopee Kabupaten Kudus) digunakan analisis statistik, yaitu analisis regresi linear berganda.

Analisis regresi linear berganda merupakan suatu analisis yang digunakan untuk mengetahui pengaruh dua variabel bebas atau lebih terhadap satu variabel terikat.³³ Analisis regresi linier berganda hanya bisa diuji minimal harus memiliki 2 variabel bebas. Variabel-variabel dalam regresi berganda dapat disusun dengan model persamaannya adalah sebagai berikut :

$$Y = \alpha + \beta_1 X_1 + \beta_2 X_2 + \beta_3 X_3 + e$$

Keterangan :

Y = Minat Beli

X₁ = *Digital Marketing*

X₂ = *Usability*

X₃ = *Information Quality*

β_{1,2,3} = Koefisien regresi dalam setiap variabel

a = Konstanta

β₁ = Koefisien regresi antara *Digital Marketing* dengan Minat Beli

β₂ = Koefisien regresi antara *Usability* dengan Minat Beli

β₃ = Koefisien regresi antara *Information Quality* dengan Minat Beli.³⁴

2. Koefisien Determinasi (R²)

Koefisien determinasi (R²) digunakan untuk mengukur seberapa besar pengaruh nilai model variabel bebas dalam menjelaskan variabel dependen atau terikat. Kesimpulan untuk melihat hasil uji koefisien determinasi dapat dilihat dengan ketentuan sebagai berikut:

- a. Kesimpulan hasil nilai adjusted R² jika menunjukkan nilai yang kecil, artinya kemampuan variabel-variabel bebas dalam menjelaskan variabel dependen sangat terbatas.
- b. Kesimpulan nilai adjusted R² jika menunjukkan nilai yang cukup besar, artinya kemampuan variabel-

³³ Jonathan Sarwono, *Statistik Multivariat Aplikasi untuk Riset Skripsi*, (Yogyakarta: Andi Offset, 2013), 10.

³⁴ Sugiyono, *Statistika Untuk Penelitian*, (Bandung: Alfabeta, 2014), 275.

variabel bebas dalam menjelaskan variabel dependen sangat baik.³⁵

3. Uji Simultan (Uji F)

Uji F diuji untuk menunjukkan seberapa besar nilai uji F yang ditunjukkan pada variabel bebas yang secara bersama-sama berpengaruh terhadap variabel dependen atau terikat. Untuk melihat hasil uji F bisa dilihat dari ketentuan sebagai berikut:

- a. Apabila nilai F hitung lebih besar dari nilai F tabel artinya hipotesis diterima yang artinya semua variabel bebas berpengaruh dan signifikan dalam mempengaruhi variabel terikat.
- b. Sebaliknya, Apabila nilai F hitung lebih kecil dari nilai F tabel artinya hipotesis ditolak yang artinya semua variabel bebas tidak berpengaruh dan tidak signifikan dalam mempengaruhi variabel terikat.

Atau secara manual nilai F hitung dapat diketahui dengan rumus sebagai berikut:

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

Keterangan:

- R^2 = Koefisien determinasi
 n = Jumlah data atau kasus
 k = Jumlah variabel independen³⁶

4. Uji Statistik Parsial (Uji t)

Uji statistik atau uji t dipakai buat membuktikan seberapa jauh akibat elastis leluasa dengan cara tiap-tiap perseorangan dalam menerangkan elastis terikat. Percobaan statistik ataupun percobaan t dapat diamati dari angka t hitungnya. Bila angka T jumlah lebih besar dari angka t bagan, hingga hipotesisnya di dapat. Kebalikannya bila angka t jumlah kurang dari t bagan, hipotesisnya berarti ditolak. Percobaan t pula dapat diamati dari metode selaku selanjutnya :

$$T \text{ hitung} = \frac{r \sqrt{n} - 3}{\sqrt{1 - r^2}}$$

Keterangan :

r = Koefisien korelasi parsial

³⁵ Imam Ghozali, *Aplikasi Analisis Multivariat dengan Program SPSS*, 87.

³⁶ Imam Ghozali, *Aplikasi Analisis Multivariat dengan Program SPSS*, (Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro, 2006), 88- 89.

n = jumlah data atau kasus

