

BAB III METODE PENELITIAN

A. Jenis dan Pendekatan Penelitian

Jenis penelitian yang digunakan dalam penelitian ini merupakan penelitian lapangan (*field research*) atau disebut juga studi empiris, yaitu penelitian yang dilakukan untuk mempelajari secara intensif mengenai latar belakang keadaan sekarang ini, serta mempelajari interaksi pada lingkungan suatu unit individu, sosial, kelompok, masyarakat atau lembaga yang mempunyai kekhasan sendiri, baik bersifat positif atau negatif.¹ Peneliti melakukan penelitian langsung ke lapangan untuk mendapatkan data mengenai pengaruh *Islamic branding*, *brand ambassador*, dan harga terhadap minat beli.

Selanjutnya pendekatan yang digunakan dalam penelitian ini merupakan pendekatan kuantitatif, dimana menggunakan data berupa angka yang kemudian dianalisis menggunakan statistik.² Melalui studi langsung ke lapangan yang dilakukan peneliti maka data yang didapat diolah menjadi angka, kemudian angka tersebut diolah menggunakan teknik statistik agar mengetahui hasil dari hubungan antar variabel penelitian.

B. Sumber Data

Sumber data pada penelitian ini menggunakan data primer dan data sekunder, yaitu sebagai berikut:

1. Data Primer

Penelitian ini menggunakan data berupa data primer dan sekunder. Data primer merupakan data yang diperoleh secara langsung dari sumbernya yang sifatnya *up to date*. Peneliti menggunakan teknik pengumpulan data berupa angket atau kuesioner. Kuesioner adalah teknik pengumpulan data untuk memperoleh informasi

¹ Nurlina T Muhyiddin, M. Irfan Tarmidzi, and Anna Yulianita, *Metodologi Penelitian Ekonomi & Sosial Teori, Konsep, Dan Rencana Proposal* (Jakarta: Salemba Empat, 2017), 13.

² Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, Dan R&D* (Bandung: Alfabeta, 2014), 117.

dengan cara membagikan beberapa pertanyaan kepada responden untuk dijawab kemudian dianalisis.³

Dalam penelitian ini, peneliti menggunakan kuesioner *online* yang selanjutnya disebarakan melalui media sosial. Responden dalam penelitian ini merupakan pengguna produk Rjoice Hijab yang bertempat tinggal di Jepara. Jika peneliti menggunakan teknik pengumpulan kuesioner secara pasti akan memperoleh informasi yang tepat pada variabel yang akan diukur. Penelitian ini menggunakan *google form* untuk mengirim kuesioner pada responden.

2. Data Sekunder

Data sekunder merupakan data yang diperoleh dari berbagai sumber yang telah ada seperti data dari Biro Pusat Statistik (BPS), jurnal, buku, laporan, dan berbagai sumber lainnya.⁴ Pada penelitian ini, peneliti menggunakan data sekunder berupa Al-Qur'an, buku, artikel, jurnal, makalah, dan skripsi.

C. Setting Penelitian

Objek penelitian ini ditujukan kepada pengguna produk Rejoice Hijab di Jepara. Alasan peneliti memilih objek tersebut karena produk Rejoice Hijab mampu menyaingi produk shampoo lainnya dan di Kota Jepara banyak yang menggunakan produk tersebut sehingga dirasa cukup efektif dilakukan penelitian. Sedangkan waktu penelitian dilaksanakan selama proses pembuatan skripsi, mulai dari tahap prasurvei hingga dilaksakannya penelitian yaitu pada bulan Mei 2022 sampai selesai.

³ Jonathan Sarwono, *Metode Penelitian Kuantitatif Dan Kualitatif* (Yogyakarta: Graha Ilmu, 2006), 129.

⁴ Sandu Siyoto and Muhammad Ali Sodik, *Dasar Metodologi Penelitian* (Yogyakarta: Literasi Media Publishing, 2015), 67–68.

D. Populasi dan Sampel

1. Populasi

Menurut Sugiyono mendefinisikan populasi sebagai generalisasi yang terdiri dari objek atau subjek yang mempunyai karakteristik dan kualitas tertentu yang ditetapkan peneliti untuk dipelajari kemudian ditarik kesimpulan. Populasi bukan hanya jumlah yang ada pada objek atau subjek yang dipelajari, tetapi juga meliputi seluruh karakteristik atau sifat yang dimiliki oleh subjek maupun objek yang diteliti. Maka populasi bukan hanya sekedar orang, tetapi juga objek benda-benda alam lain.⁵ Populasi didefinisikan sebagai sekumpulan objek yang digunakan sebagai bahan penelitian dengan ciri mempunyai karakteristik yang sama.⁶ Jadi, populasi dalam penelitian ini yaitu seluruh pengguna Rejoice Hijab di Jepara.

2. Sampel

Sampel didefinisikan sebagai bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi tersebut. Jika populasinya besar dan peneliti tidak mungkin mempelajari semua yang ada pada populasi tersebut, misalnya dengan alasan bahwa keterbatasan dana, tenaga, dan waktu, maka peneliti dapat menggunakan sampel dari populasi tersebut. sehingga sampel yang diambil dari populasi harus *representative* (mewakili).⁷

Untuk menentukan sebuah ukuran sampel yang akan digunakan dalam penelitian ini dapat dilihat dari tabel *Isaac* dan *Michael* dengan tingkat kesalahan 1%, 5%, dan 10% sebagai berikut:

⁵ Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, Dan R&D (Cetakan Ke-27)* (Bandung: Alfabeta, 2018), 80.

⁶ Andi Supangat, *Statistika: Dalam Kajian Deskriptif, Inferensi, Dan Nonparametrik* (Jakarta: Kencana Prenada Media Grup, 2007), 3.

⁷ *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, Dan R&D (Cetakan Ke-27)*, 81.

Tabel 3.1
Tabel Penentuan Sampel Isaac dan Michael

N	S		
	1%	5%	10%
10	10	10	10
15	15	14	14
20	19	19	19
25	24	23	23
30	29	28	27
...
1000000	663	348	271
∞	664	349	272

Sumber: Sugiyono, 2017

Populasi dalam penelitian ini tak terhingga atau terlalu besar, melihat dari tabel hasil dari jumlah sampel yang dibutuhkan dalam penelitian ini dengan tingkat kesalahan 10% yaitu sebanyak 272 responden dari populasi pengguna Rejoice Hijab di Jepara.

Metode pengambilan sampel pada penelitian ini menggunakan *non probability sampling* dengan kategori *accidental sampling*. *Non probability sampling* merupakan pendekatan dengan pengambilan sampel yang tidak menawarkan kemungkinan yang sama untuk setiap detail atau anggota populasi untuk diputuskan sebagai sampel. *Accidental sampling* merupakan suatu pendekatan pengambilan sampel yang terutama didasarkan sepenuhnya pada kebetulan, yaitu siapa saja yang secara kebetulan bertemu dengan peneliti dapat digunakan sebagai sampel, jika dianggap tepat sebagai sumber data.⁸

⁸ Sugiyono, *Metode Penelitian Kombinasi* (Bandung: Alfabeta, 2017), 83.

E. Variabel Penelitian

Variabel penelitian didefinisikan sebagai suatu sifat, atribut atau nilai objek, orang atau kegiatan yang memiliki variasi tertentu dan telah dipilih serta ditentukan untuk dipelajari dan untuk ditarik kesimpulannya.⁹ Variabel yang digunakan dalam penelitian ini sebagai berikut:

1. Variabel independen (variabel bebas) yaitu variabel yang dapat mempengaruhi variabel dependen (terikat). Pada penelitian ini yang menjadi variabel independen yaitu *Islamic branding, brand ambassador, dan harga*.
2. Variabel dependen (variabel terikat) yaitu variabel yang dapat dipengaruhi oleh variabel independen (variabel bebas). Pada penelitian ini yang menjadi variabel dependen yaitu minat beli.

F. Definisi Operasional Variabel

Definisi operasional didefinisikan sebagai definisi sementara variabel riset yang menjadi sifat operasional. Suatu definisi operasional membuat prinsip yang masih bersifat ringkasan menjadi suatu operasional yang membuatnya lebih mudah untuk menilai variabel tersebut.¹⁰

Definisi operasional variabel dan pengukuran variabel pada riset ini dapat dilihat sebagai berikut:

Tabel 3.2
Variabel dan Indikator Penelitian

No	Variabel	Definisi	Dimensi	Indikator	Referensi
1	<i>Islamic Branding</i> (X1)	<i>Islamic branding</i> merupakan <i>brand</i> yang disesuaikan dengan prinsip	-	<p>a. <i>Brand is an important factor.</i></p> <p>b. <i>Buying halal product is basically a brand.</i></p> <p>c. <i>Islamic branding influence trust in</i></p>	Golnaz dalam Firdayetti, 2022. ¹¹

⁹ Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, Dan R&D* (Bandung: Alfabeta, 2011), 39.

¹⁰ Sandu Siyoto and M. Ali Sodik, *Dasar Metodologi Riset* (Yogyakarta: Literasi Media Publishing, 2015), 50–52.

¹¹ Firdayetti, Basri, and Arafah, "Muslim Consumers' Preferences on Interest in Buying Halal Food and Beverage Products with Moderating Variables of Gender and Education in DKI Jakarta," 116.

		syariah yang mencantumkan nilai Islam seperti kejujuran, keadilan, dan lainnya.		<p><i>the purchase and consumption of halal product.</i></p> <p>d. <i>Islamic branding is enough to be a halal indication of halal product.</i></p> <p>e. <i>Keep buying halal product even though they are not the desired brand (product).</i></p>	
2	<i>Brand Ambassador (X2)</i>	<i>Brand ambassador</i> merupakan suatu alat yang digunakan perusahaan untuk mengkomunikasikan dan berhubungan dengan publik dengan maksud mereka dapat meningkatkan penjualan.	<p>a. <i>Transference</i></p> <p>b. <i>Conformity</i></p> <p>c. <i>Credibility</i></p> <p>d. <i>Attractiveness</i></p> <p>e. <i>Strength.</i></p>	<p>a. <i>A celebrity endorses a brand related to their profession.</i></p> <p>b. <i>The suitability of the celebrity profession with the product brand it represents.</i></p> <p>c. <i>The selected celebrity is a person who is reliable in his field.</i></p> <p>d. <i>The celebrity chosen is an attractive individual figure.</i></p> <p>e. <i>The selected celebrity has a strong charisma to influence consumers.</i></p>	Lea Greenwood dalam Farah Putri Azzahra, 2021. ¹²
3	Harga (X3)	Harga adalah nilai	-	<p>a. <i>Price affordability.</i></p> <p>b. <i>The price offered is</i></p>	Philip Kotler

¹² Azzahra et al., "Doctor Reisa's Role as A Brand Ambassador for Dettol," 180.

		uang yang dapat ditukarkan agar mendapat produk barang atau jasa.		<p><i>in accordance with the quality.</i></p> <p>c. <i>The price offered is in accordance with the benefits.</i></p> <p>d. <i>The price offered is cheaper when compared to competitors.</i></p>	dalam Azzaliya Almira, 2021. ¹³
4	Minat Beli (Y)	Minat beli merupakan suatu hal yang bersifat pribadi dan berkaitan dengan sikap individual yang memiliki minat terhadap suatu barang atau jasa yang mempunyai dorongan untuk melakukan tindakan atau perilaku untuk mendapatk	<p>a. <i>Transactional buying interest</i></p> <p>b. <i>Preferential buying interest</i></p> <p>c. <i>Referential buying interest</i></p> <p>d. <i>Explorative buying interest.</i></p>	<p>a. <i>Transactional interest is when consumers already want to buy the product because they want the product.</i></p> <p>b. <i>Preferential interest is when consumers have chosen the products as their main goal, the product can be replaced runs out or no longer exists.</i></p> <p>c. <i>Referential interest is when a consumers directly provides a reference or recommends a product or service to another customer or potential customer.</i></p>	Ferdinand dalam Yossi, 2021. ¹⁴

¹³ Almira, "Analysis of The Influence of Product Quality, Price, Location, and Promotion on Consumer Purchase Interest in Convection (Case Study on Dira Ashesh)," 232.

¹⁴ Putri et al., "The Influence of Brand Ambassador on E-Commerce Purchase Intention," 6850.

		an barang atau jasa tersebut.		d. <i>Explorative interest is when consumers are looking for information or eksplention independently of a product or service before making a purchase.</i>	
--	--	-------------------------------	--	---	--

G. Teknik Pengumpulan Data

Penelitian ini menggunakan data primer dan data sekunder. Sedangkan teknik pengumpulan yang digunakan berupa beberapa metode, yaitu sebagai berikut:

1. Metode Kuesioner

Menurut Editage Insight dalam Heru Kurniawan¹⁵, menyatakan bahwa instrument penelitian merupakan alat yang digunakan peneliti untuk memperoleh, mengukur, dan menganalisis data dari subjek atau sampel mengenai topik atau masalah yang diteliti.

Peneliti menggunakan teknik pengumpulan data berupa teknik angket. Angket merupakan sekumpulan pertanyaan yang dapat digunakan untuk memperoleh data dari seorang responden tentang diri mereka sendiri dan berbagai topik yang terkait dengan riset yang dilakukan. Angket ini dapat berupa pertanyaan terbuka atau tertutup sedangkan pada observasi ini digunakan angket tertutup.¹⁶

Selanjutnya skala penelitian, peneliti menggunakan skala likert, karena pertanyaan yang ada pada kuesioner akan diajukan kepada responden berkaitan dengan pendapat mereka terhadap variabel penelitian.

¹⁵ Heru Kurniawan, *Pengantar Praktis Penyusunan Instrumen Penelitian* (Deepublish, 2021), 1, https://www.google.co.id/books/edition/Pengantar_Praktis_Penyusunan_Instrumen_P/fLBYEAAAQBAJ?hl=id&gbpv=1&dq=pengertian+instrumen+penelitian&pg=PA1&printsec=frontcover.

¹⁶ Eko Nugroho, *Prinsip-Prinsip Menyusun Kuesioner* (Malang: UB Press, 2018), 19.

Variabel penelitian dijabarkan terlebih dahulu sebelum diubah dalam bentuk pertanyaan. Jawaban setiap item instrument memiliki nilai dari sangat positif sampai negatif yang berupa angka.¹⁷ Tujuan penggunaan skala likert adalah untuk menilai apakah seseorang setuju atau tidak setuju mengenai suatu objek yang tingkatannya disusun pada tabel dibawah ini:

Tabel 3.3
Skor Skala Likert

No	Keterangan	Skor
1	Sangat Setuju (SS)	5
2	Setuju (S)	4
3	Netral (N)	3
4	Tidak Setuju (TS)	2
5	Sangat Tidak Setuju (STS)	1

Sumber: Sugiyono, 2017

2. Metode Dokumentasi

Secara umum dokumentasi didefinisikan sebagai salah satu teknik yang dapat digunakan untuk mengumpulkan data yang digunakan dalam penelitian kuantitatif maupun kualitatif. Dokumentasi merupakan suatu kegiatan mengumpulkan data secara visual. Selain itu, Dokumentasi dapat diartikan sebagai bentuk rangkaian data mungkin yang berada didalam bentuk foto, namun arti dokumentasi lebih luas.

Teknik ini dapat dilakukan dengan bantuan pencarian variabel atau fakta berupa catatan, transkrip, buku, surat kabar, prasasti risalah, majalah, rapat, agenda, lengger, dan lainnya. Data ini dapat digunakana sebagai bahan yang komplek dalam penelitian. Penerapan teknik dokumentasi, peneliti memeriksa alat tulis yang berupa buku, dokumen, majalah, dan sebagainya.¹⁸

¹⁷ *Metode Penelitian Kombinasi*, 136–37.

¹⁸ Eko Sudarmanto et al., *Desain Penelitian Bisnis: Pendekatan Kuantitatif* (Bandung: Yayasan Kita Menulis, 2021), 134.

H. Uji Validitas dan Reliabilitas

Penelitian menggunakan pengujian validitas dan reabilitas dengan analisis SPSS 25. Kuesioner disebarikan secara *online* melalui *google form* kepada responden yaitu pengguna Rejoice Hijab di Jepara. Sebagai tahap awal atau prasurvei penelitian, peneliti menyebarkan kuesioner sebanyak 30 responden untuk digunakan sebagai pilot tes. Kuesioner disebarikan melalui media sosial WhatsApp dengan dibantu teman yang juga seorang mahasiswa di Universitas Nadlatul Ulama di Jepara. Dari hasil penyebaran kuesioner tersebut didapatkan hasil uji statistik:

1. Uji Validitas

Uji validitas adalah tingkat konsistensi suatu batasan konseptual yang diberikan dengan bantuan operasional yang telah dikembangkan. Uji validitas yang digunakan berupa uji validitas objek. Perhitungan dilakukan dengan mengkorelasikan skor item dengan skor total. Hal ini akan menghasilkan ukuran validitas untuk menilai layak atau tidaknya suatu objek yang digunakan.

Penentuan layak atau tidaknya suatu item, maka dilakukan uji signifikansi koefisien korelasi dengan taraf signifikansi sebesar 0,05 yang berarti terdapat skor total. Pengujian validitas menggunakan media bantuan perangkat lunak program SPSS, dengan kriteria sebagai berikut:

- a. Jika $r\text{-hitung} > r\text{-tabel}$, maka pertanyaan tersebut dinyatakan valid.
- b. Jika $r\text{-hitung} < r\text{-tabel}$, maka pertanyaan tersebut dinyatakan tidak valid.

2. Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas adalah keajegan (*ajeg*= *steady* atau *stable*) pengukuran. Uji reliabilitas digunakan untuk menilai keabsahan suatu perangkat pengukuran. Pada SPSS adalah sistem *Alpha Cronbach* yang dibahas, pada ambang batas seperti 0,6 untuk pengukuran. Adapun kriteria instrument ini dikatakan reliabel, maka nilai yang didapat dalam proses pengujian statistik *Alpha Cronbach* $> 0,60$ dan sebaliknya jika *Alpha Cronbach* ditemukan

angka koefisien lebih kecil yaitu $< 0,60$ maka dikatakan tidak reliabel.¹⁹

I. Uji Asumsi Klasik

Uji asumsi klasik digunakan untuk menguji kelayakan model regresi yang digunakan, maka harus memenuhi terlebih dahulu uji asumsi klasik.²⁰ Adapun uji asumsi klasik sebagai berikut:

1. Uji Normalitas

Uji normalitas digunakan untuk membuktikan data penelitian berdistribusi normal atau tidak. Jika normal maka menggunakan uji statistik parametrik, dan jika tidak normal maka menggunakan uji *kolmogorov Smirnov*, yaitu berdistribusi normal jika nilai probabilitas $> 0,05$ dan berlaku sebaliknya.

Uji ini dapat menggunakan metode *normal probability plot*, artinya dengan cara melihat *normal probability plot*, yang kemudian dibandingkan antara distribusi kumulatif dari distribusi normal tersebut. Kriterianya yaitu sebagai berikut:

- a. Jika garis menggambarkan data yang sesungguhnya akan mengikuti garis diagonalnya, atau grafik histogramnya menunjukkan pola berdistribusi normal, maka dapat dikatakan model regresi memenuhi asumsi normal.
- b. Jika garis menggambarkan data yang sesungguhnya tidak akan mengikuti garis diagonalnya, atau grafik histogramnya tidak menunjukkan pola distribusi normal, maka dapat dikatakan model regresi tidak memenuhi asumsi normalitas.²¹

¹⁹ Duwi Priyatno, *Paham Analisis Statistik Data Dengan SPSS* (Yogyakarta: Mediakom, 2010), 93–97.

²⁰ Ikhsan, *Metode Penelitian Bisnis* (Bandung: Citapustaka, 2014), 185.

²¹ Syofian Siregar, *Metode Penelitian Kuantitatif* (Jakarta: Kencana Prenada Media Grup, 2014), 153.

2. Uji Multikolinearitas

Multikolinearitas didefinisikan sebagai suatu yang terdapat kolerasi linier yang jelas antara variabel bebas. Nilai *Variance Inflation Factory* (VIF) digunakan untuk mengetahui ada atau tidaknya multikolinearitas dalam penelitian.

Uji multikolinearitas digunakan untuk menghitung koefisien korelasi ganda yang kemudian dibandingkan dengan koefisien korelasi antar variabel independen. Selain itu, uji multikolinearitas bertujuan untuk mengetahui kesalahan standar estimasi model pada penelitian. Dinyatakan bebas dari multikolinearitas jika nilai VIF < 10 atau nilai *tolerance* $> 0,1$ dan sebaliknya yaitu jika nilai VIF > 10 atau nilai *tolerance* $< 0,1$ maka terkena multikolinearitas.²²

3. Uji Heteroskedastisitas

Uji heteroskedastisitas digunakan untuk menguji ketidaksamaan antar variabel dari hasil keseluruhan pengamatan serta kesalahan yang telah terjadi saat memperlihatkan hubungan yang sistematis sesuai dengan besarnya satu atau lebih variabel independen. Melalui uji *glejser* yaitu dengan meregres nilai absolut dari residual terhadap variabel independen untuk menyatakan apakah terdapat heteroskedastisitas, maka bisa menggunakan koefisien signifikan. Jika nilai koefisien signifikan lebih besar daripada tingkat signifikansi yaitu 0,05 maka dapat dinyatakan bahwa tidak terjadi heteroskedastisitas.

Uji ini dilakukan dengan meninjau grafik plot antara nilai prediksi (ZPRED) dan residual (SRESID) variabel dependen. Pendeteksian dapat dilakukan dengan memeriksa ada tau tidaknya suatu pola tertentu pada scatterplot antara SRESID dan ZPRED. Bila terdapat pola tertentu, seperti titik-titik yang membentuk pola teratur (bergelombang, lebar, lalu menyempit), maka menunjukkan telah terjadi disperse heterogeny. Namun, bila tidak terdapat pola yang jelas dan titik-titik sumbu Y berada di atas dan di

²² Imam Gunawan, *Pengantar Statistika Inferensial* (Jakarta: PT Raja Grafindo Persada, 2014), 102.

bawah 0, artinya tidak terdapat varians yang tidak seragam.²³

J. Teknik Analisis Data

1. Regresi Linier Berganda

Penelitian menggunakan analisis regresi linier berganda dengan tujuan bahwa teknik ini mampu mengestimasi atau memprediksi nilai variabel terikat dengan lebih dari satu variabel bebas.²⁴ Analisis regresi linier berganda digunakan untuk mengetahui pengaruh harga, *brand ambassador* dan *Islamic branding* terhadap minat beli. Penggunaan analisis regresi linier berganda merupakan pengujian kebenaran hipotesis yang peneliti ajukan pada penelitian ini, yang modelnya seperti berikut:

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

Keterangan:

Y = Minat beli

a = Konstanta

b₁ = Koefisien regresi *Islamic branding*

b₂ = Koefisien regresi *brand ambassador*

b₃ = Koefisien regresi harga

X₁ = *Islamic branding*

X₂ = *Brand ambassador*

X₃ = Harga

e = Satandar error

2. Uji Koefisien Determinan (R²)

Uji koefisien determinan digunakan untuk mengukur seberapa jauh kemampuan variabel independen dalam menerangkan variasi variabel dependen. Koefisien determinasi memiliki nilai antara 0 dan 1. Hal ini menunjukkan volalitas variabel dependen. Jika nilai R² sama dengan 0, maka variabel independent yang digunakan dalam model ini tidak menjelaskan sedikit variasi variabel dependen. Begitupun sebaliknya, bila R² sama dengan 1, maka variasi variabel bebas yang

²³ I'anatut Thoifah, *Statistika Pendidikan Dan Metode Penelitian Kuantitatif* (Malang: Madani, 2015), 223.

²⁴ *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, Dan R&D (Cetakan Ke-27)*, 307.

digunakan dalam model menyumbang 100% dari variasi variabel terikat.²⁵

3. Uji Hipotesis Secara Parsial (Uji T)

Uji-t digunakan untuk membuktikan signifikan atau tidak dampak variabel independen terhadap variabel dependen secara parsial. Adapun ketentuan uji-t sebagai berikut:

- a. Menggunakan nilai probabilitas signifikan. Jika tingkat signifikan $> 0,05$ maka H_0 diterima sebaliknya H_1 ditolak. Sedangkan jika tingkat signifikan $< 0,05$ maka H_0 ditolak sebaliknya H_1 diterima.
- b. Membandingkan t hitung dengan t tabel. Jika t hitung $\leq t$ tabel maka H_0 diterima H_1 ditolak. Sedangkan jika t hitung $\geq t$ tabel maka H_0 ditolak dan H_1 diterima.

4. Uji Hipotesis Secara Simultan (Uji F)

Uji F digunakan untuk menilai atau membuktikan jika variabel independen berpengaruh terhadap variabel dependen secara simultan ketika dikombinasikan. Adapun ketentuan uji F sebagai berikut:

- a) Menggunakan nilai probabilitas signifikan. Jika nilai sig $> 0,05$ maka H_0 diterima dan H_1 ditolak yang berarti signifikan. Sebaliknya jika nilai sig $< 0,05$ maka H_0 ditolak dan H_1 diterima yang berarti tidak signifikan.
- b) Membandingkan F hitung dengan F tabel. Jika F hitung $> F$ tabel maka H_0 diterima dan H_1 ditolak, yang berarti semua variabel bebas berpengaruh dan signifikan dalam mempengaruhi variabel terikat, begitupun sebaliknya.²⁶

²⁵ Imam Ghozali, *Aplikasi Analisis Multivariete Dengan Program IBM SPSS 23* (Semarang: Universitas Diponegoro, 2016), 99.

²⁶ Priyatno, *Paham Analisis Statistik Data Dengan SPSS*, 67–69.