BAB III METODE PENELITIAN

3.1 Tipe Penelitian

Dalam penelitian ini jenis penelitian yang digunakan adalah penelitian *explanatory* atau penelitian tingkat penjelasan. Berdasarkan jenis penelitian *explanatory* atau penelitian tingkat penjelasan, maka tipe penelitian ini adalah penelitian asosiatif. Penelitian asosiatif merupakan penelitian yang bertujuan untuk mengetahui hubungan antar dua variabel atau lebih. Hasil dari penelitian tersebut pada akhirnya menjelaskan hubungan kausal antar variabel-variabel melalui pengujian hipotesis. Dalam penelitian ini penulis berupaya menjelaskan hubungan antara variabel kemasan (X_1), faktor-faktor lingkungan (X_2), dan perilaku pembelian impulsif (Y).

3.2 Populasi dan Sampel

Menurut Sugiyono (2008) 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. Populasi dalam penelitian ini adalah seluruh konsumen yang membeli mainan anak-anak pada toko mainan di Kota Metro.

Sampel adalah bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi tersebut. Bila populasi besar, dan penelitian tidak mungkin mempelajari semua yang ada pada populasi, misalnya keterbatasan dana, tenaga dan waktu maka penelitian dapat menggunakan sampel yang diambil dari populasi itu, (Sugiyono, 2008). Populasi dalam penelitian ini tidak diketahui jumlahnya. Menurut Wibisono *dalam* Riduwan dan Akdon (2013), rumus dalam menghitung sampel pada populasi yang tidak diketahui adalah sebagai berikut:

$$n = \left(\frac{Z_{\alpha/2} \sigma}{e} \right)^2 = \left(\frac{(1,96) \cdot (0,25)}{0,05} \right)^2 = 96,04$$

Dengan begitu peneliti yakin dengan tingkat kepercayaan 95% bahwa sampel random berukuran $96,04 \approx 97$ akan memberikan selisih estimasi $\bar{x}$ dengan μ kurang dari 0,05. Jadi, sampel yang diambil sebesar 97 orang.

3.3 Teknik Pengambilan Sampel

Teknik pengambilan sampel dalam penelitian ini menggunakan metode *non-probability sampling*. *Non-probability sampling* merupakan teknik pengambilan sampel yang tidak memberikan peluang atau kesempatan yang sama bagi setiap unsur atau anggota populasi untuk dipilih menjadi anggota sampel (Sugiyono, 2008). Teknik yang digunakan adalah *sampling aksidental*. Teknik *sampling aksidental* adalah teknik penentuan sampel berdasarkan faktor spontanitas, artinya siapa saja yang secara tidak sengaja bertemu dengan peneliti dan sesuai dengan karakteristik (ciri-cirinya), maka orang tersebut dapat digunakan sebagai sampel (Riduwan dan Akon, 2013). Karakteristik sampel dalam penelitian ini adalah ibu-ibu yang pernah membeli mainan anak-anak secara impulsif di toko mainan anak

Kota Metro. Teknik *sampling aksidental* pada penelitian ini digunakan baik untuk sampel responden kuesioner maupun sampel informan wawancara.

3.4 Definisi Konseptual

Untuk lebih memudahkan dalam pengukuran konsep, maka suatu konsep dijabarkan dalam bentuk definisi operasional. Definisi konseptual adalah penjelasan mengenai arti suatu konsep. Definisi ini menunjukkan bahwa teori merupakan kumpulan *construct* atau konsep (*consept*), definisi (*definition*), dan proporsi (*proposition*) yang menggambarkan suatu fenomena yang terjadi secara sistematis melalui penentuan hubungan antar variabel.

Berdasarkan teori dan permasalahan yang telah dikemukakan maka konsep pada penelitian ini, meliputi faktor yang berasal dari luar diri konsumen yang terdiri dari kemasan, faktor-faktor lingkungan dan pembelian impulsif.

a. Kemasan

Kemasan adalah suatu kegiatan merancang dan memproduksi wadah atau pembungkus sebagai sebuah produk (Kotler, 2000)

b. Faktor-faktor Lingkungan

Lingkungan toko merupakan segala hal yang berkaitan dengan toko, seperti desain, tata letak, warna, musik, pencahayaan dan aroma dalam menciptakan kesan dan citra yang dapat menarik minat konsumen (Utami, 2010). Menurut Graa, Elkebir, dan Bensaid (2014), terdapat 4 faktor yang meliputi lingkungan toko dalam berbelanja, yaitu tekanan waktu, faktor suasana lingkungan, kehadiran orang lain, kesesakan.

c. Pembelian Impulsif

Pembelian impulsif didefinisikan sebagai tindakan pembelian oleh konsumen yang sebelumnya tidak diakui secara sadar sebagai hasil dari suatu pertimbangan, atau niat membeli yang terbentuk sebelum memasuki toko (Mowen dan Minor 2002).

3.5 Definisi Operasional Variabel

Untuk lebih memudahkan dalam pengukuran konsep dijabarkan dalam bentuk definisi operasional. Definisi operasional variabel adalah penarikan batasan yang lebih menjelaskan ciri-ciri spesifik yang lebih substantif dari suatu konsep. Tujuannya adalah agar dapat mencapai suatu alat ukur yang sesuai dengan hakikat variabel yang sudah didefinisikan konsepnya. Dalam penelitian ini definisi operasional akan menjelaskan dalam tabel sebagai berikut:

Tabel 3.1 Definisi Operasional Variabel

No	Variabel	Definisi Operasional	Indikator	Item
1.	Kemasan (X_1)	Suatu kegiatan merancang dan memproduksi wadah atau pembungkus sebagai sebuah produk.	1. Warna kemasan 2. Gambar latar belakang 3. Bahan kemasan 4. Gaya tulisan	1. Warna kemasan menarik 2. Warna kemasan ceria 3. Gambar latar belakang kemasan menarik 4. Gambar latar belakang kemasan sesuai dengan usia anak 5. Bahan kemasan aman untuk anak-anak 6. Gaya tulisan kemasan menarik 7. Gaya tulisan kemasan jelas

			5. Bentuk kemasan 6. Informasi tercetak 7. Inovasi kemasan	8. Bentuk kemasan kreatif 9. Bentuk kemasan menarik 10. Informasi pada label kemasan informatif 11. Informasi pada label kemasan mudah dibaca 12. Inovasi kemasan kreatif
2.	Faktor-faktor Lingkungan (X ₂)	Faktor faktor yang berkaitan dengan toko untuk memengaruhi minat pembelian konsumen	1. Tekanan waktu 2. Faktor suasana lingkungan 3. Kehadiran orang lain 4. Kesusakan	1. Keleluasaan memilih mainan anak-anak 2. Tata ruang toko menarik 3. Tata ruang toko rapih 4. Suasana toko nyaman 5. Desain ruangan toko unik 6. Kehadiran pengunjung lain dalam toko 7. Suasana toko padat dengan pengunjung.
3.	Pembelian Impulsif (Y)	Pembelian secara tiba-tiba dan tak terencana tanpa memikirkan akibatnya pada produk mainan anak-anak yang terjadi di toko mainan anak		1. Pembelian secara spontan 2. Pembelian tidak direncanakan 3. Pembelian emosional

3.6 Skala Pengukuran Variabel

Dalam pengukurannya, variabel ini menggunakan skala *Likert*. Skala *Likert* digunakan untuk mengatur sikap, pendapat, dan persepsi seseorang atau sekelompok orang tentang fenomena sosial (Sugiyono, 2008). Dengan skala *Likert*, maka variabel yang akan diukur dijabarkan menjadi indikator variabel

dimana responden dalam menentukan jawaban dengan mengikuti pertanyaan-pertanyaan yang sebelumnya disusun melalui indikator-indikator yang ditentukan. Jawaban setiap indikator instrumen yang menggunakan skala likert mempunyai gradasi dari nilai tertinggi sampai nilai yang terendah.

Skala *Likert* memiliki beberapa keuntungan, yaitu mudah untuk disusun dan responden mudah memahami bagaimana menggunakan skala tersebut. Dalam skala *Likert* setiap jawaban diberi bobot tertentu, yaitu:

1. Sangat Tidak Setuju	Skor 1
2. Tidak Setuju	Skor 2
3. Netral	Skor 3
4. Setuju	Skor 4
5. Sangat Setuju	Skor 5

3.7 Sumber Data

1. Data Primer

Data primer dalam penelitian ini merupakan data yang diperoleh secara langsung dari responden melalui pemberian kuesioner. Penyebaran kuesioner diberikan kepada ibu-ibu sebagai konsumen yang pernah membeli mainan secara impulsif di toko mainan anak di Kota Metro. Untuk memperkuat data penelitian dilakukan pula wawancara kepada anak-anak yang pernah terlibat pembelian secara impulsif.

2. Data Sekunder

Data sekunder merupakan data yang diperlukan dalam rangka melengkapi informasi yang dapat diperoleh melalui studi pustaka dari buku-buku literatur, jurnal, internet serta artikel yang mendukung penelitian.

3.8 Metode Analisis Data

3.8.1 Pengujian Instrumen

Tujuan dari uji validitas dan reliabilitas adalah untuk menguji setiap pertanyaan yang ada dalam kuesioner, apakah isi dari butir-butir pertanyaan tersebut telah *valid* dan *reliabel*.

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 (Ghozali, 2005). Dalam penelitian ini digunakan uji validitas dengan metode analisis faktor. Analisis faktor mengidentifikasi struktur hubungan antar variabel atau responden dengan cara melihat korelasi antar variabel atau korelasi antar responden. Analisis faktor menghendaki bahwa matrik data harus memiliki korelasi yang cukup agar dapat dilakukan analisis faktor (Ghozali, 2005). Analisis dalam penelitian ini adalah dengan menggunakan program SPSS 18.0.

Alat uji yang digunakan untuk mengukur tingkat interkorelasi antar variabel dan dapat tidaknya dilakukan analisis faktor adalah *Kaiser-Meyer-Olkin Measure of Sampling Adequacy* (KMO MSA). Nilai KMO bervariasi dari 0 sampai dengan 1. Nilai yang dikehendaki harus $> 0,50$ untuk dapat dilakukan analisis faktor (Ghozali, 2005). Untuk tujuan penafsiran, setiap faktor tersusun atas variabel-variabel yang memberi muatan 0,40 atau lebih tinggi atas faktor itu (Malhotra, 2006). Jika nilai suatu faktor *loading* $> 0,40$ maka suatu item dinyatakan valid.

Tabel 3.2 Hasil Uji KMO

Kaiser-Meyer-Olkin Measure of Sampling Adequacy.		.621
Bartlett's Test of Sphericity	Approx. Chi-Square	807.934
	df	351
	Sig.	.000

Sumber: Lampiran 7

Berdasarkan tabel 3.2 nilai KMO yang dihasilkan adalah sebesar 0,621, artinya besarnya nilai KMO $> 0,50$ dan memberikan informasi bahwa analisis faktor merupakan pilihan yang tepat, maka penelitian dapat dilanjutkan.

Tabel 3.3 Hasil Uji Validitas

Rotated Component Matrix^a

	Component		
	1	2	3
X1.1	.541		.404
X1.2	.556		
X1.3	.575		
X1.4	.551		
X1.5	.704		
X1.6	.792		
X1.7	.559		
X1.8	.630		
X1.9	.580		
X1.10	.615		
X1.11	.774		
X1.12	.525		
X2.1		.549	
X2.2		.823	
X2.3		.541	
X2.4		.651	
X2.5		.690	
X2.6		.594	
X2.7		.836	
Y1			.692
Y2			.703
Y3			.675
Y4			.554
Y5			.518
Y6			.474
Y7			.632
Y8	.413		.539

Extraction Method: Principal Component Analysis.

Rotation Method: Varimax with Kaiser Normalization.

a. Rotation converged in 5 iterations.

Sumber: Lampiran 7

Peneliti menguji validitas instrumen dari 27 item pernyataan yang valid dengan menggunakan data yang terkumpul dari 50 responden yang diperoleh dari penyebaran kuesioner. Dari tabel 3.3 tersebut dapat dilihat bahwa seluruh jumlah item terbentuk mengelompok dan dinyatakan valid karena memenuhi kriteria besaran nilai faktor *loading* di atas 0,40 dan dapat disimpulkan bahwa validitas konstruk sudah terpenuhi. Hasil rotasi menunjukkan bahwa item X_{1.1}, X_{1.2}, X_{1.3}, X_{1.4}, X_{1.5}, X_{1.6}, X_{1.7}, X_{1.8}, X_{1.9}, X_{1.10}, X_{1.11}, X_{1.12} mengelompok pada faktor 1, artinya item-item tersebut mewakili faktor yang terbentuk dan dapat

diinterpretasikan dengan jelas. Sedangkan item $X_{2,1}$, $X_{2,2}$, $X_{2,3}$, $X_{2,4}$, $X_{2,5}$, $X_{2,6}$, $X_{2,7}$ mengelompok pada faktor 2, artinya item-item tersebut mewakili faktor yang terbentuk dan dapat diinterpretasikan dengan jelas. Dan item $X_{3,1}$, $X_{3,2}$, $X_{3,3}$, $X_{3,4}$, $X_{3,5}$, $X_{3,6}$, $X_{3,7}$, $X_{3,8}$ mengelompok pada faktor 3, artinya item-item tersebut mewakili faktor yang terbentuk dan dapat diinterpretasikan dengan jelas. Jadi jelas dapat disimpulkan bahwa variabel kemasan (X_1), variabel faktor-faktor lingkungan toko (X_2), dan variabel perilaku pembelian impulsif (Y) memiliki unidimensionalitas atau dengan kata lain item-item variabel X_1 , X_2 , dan Y valid.

Pada item $X_{1,1}$ dan Y_8 besaran nilai faktor *loading* di atas rata-rata pada dua faktor. Hal tersebut menunjukkan bahwa item $X_{1,1}$ mampu mewakili faktor 1 (kemasan) dan faktor 2 (perilaku pembelian impulsif). Namun, item $X_{1,1}$ memiliki nilai faktor *loading* yang lebih besar pada faktor 1 dibandingkan dengan faktor 3. Menurut Ghazali (2005), dalam analisis faktor akan mengelompokkan masing-masing indikator ke dalam beberapa faktor, maka dengan sendirinya akan mengelompok menjadi satu dengan faktor *loading* yang tinggi. Dengan demikian $X_{1,1}$ berkorelasi lebih kuat dengan faktor 1 (kemasan). Sama halnya dengan item Y_8 yang memiliki besaran nilai faktor *loading* di atas rata-rata pada dua variabel. Hal tersebut menunjukkan bahwa item Y_8 mampu mewakili faktor 1 (kemasan) dan faktor 2 (perilaku pembelian impulsif). Namun, item Y_8 memiliki nilai faktor *loading* yang lebih besar pada faktor 3 dibandingkan dengan faktor 1. Dengan demikian Y_8 berkorelasi lebih kuat dengan faktor 3 (perilaku pembelian impulsif).

2. Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas yaitu alat untuk mengukur suatu kuesioner yang merupakan indikator dari variabel atau konstruk. Suatu kuesioner dikatakan reliabel atau handal jika jawaban seseorang terhadap pertanyaan adalah konsisten atau stabil dari waktu ke waktu (Ghozali, 2005).

Pengukuran keandalan butir pertanyaan dengan sekali menyebarkan kuisisioner pada responden, kemudian hasil skornya diukur korelasinya antar skor jawaban pada butir pertanyaan yang sama dengan bantuan program komputer SPSS, dengan fasilitas *Cronbach Alpha*. Menurut Ghozali (2005), instrumen penelitian dikatakan reliabel jika memiliki nilai *Alpha Cronbach* > 0,60. Jika nilainya lebih kecil dari 0,60 maka kuesioner penelitian ini tidak reliabel.

Hasil uji reliabilitas pada penelitian ini dapat dilihat melalui Tabel 3.4

Tabel 3.4 Hasil Uji Reliabilitas

No	Variabel	<i>Cronbach Alpha</i>	Keterangan
1	X1	0,863	Reliabel
2	X2	0,814	Reliabel
3	Y	0,763	Reliabel

Sumber: Lampiran 8

3.8.2 Statistik Deskriptif

Statistik deskriptif adalah statistik yang digunakan untuk menganalisis data dengan cara mendeskripsikan atau menggambarkan data yang telah terkumpul sebagaimana adanya tanpa bermaksud membuat kesimpulan yang berlaku untuk umum atau generalisasi (Sugiyono, 2008). Analisis statistik deskriptif digunakan untuk memberikan gambaran mengenai suatu data. Penelitian ini menggambarkan

penilaian dan analisis jawaban responden melalui kuesioner terhadap ibu-ibu yang pernah melakukan perilaku pembelian impulsif dan wawancara terhadap anak-anak yang pernah terlibat dalam pembelian impulsif.

3.9 Teknik Analisis Data

3.9.1 Uji Asumsi Klasik

Uji mendapatkan model regresi yang baik harus terbebas dari penyimpangan data yang terdiri dari normalitas, heterokedastisitas, multikolineritas. Pengujian ini dilakukan untuk mengetahui apakah estimasi telah memenuhi kriteria ekonometrik dalam arti tidak terjadi penyimpangan yang cukup serius dari asumsi-asumsi yang diperlukan.

A. Uji Normalitas

Menurut Ghozali (2005) uji normalitas bertujuan untuk menguji apakah model regresi variabel residual memiliki distribusi normal atau tidak. Salah satu cara termudah untuk melihat normalitas adalah dengan melihat histogram yang membandingkan antara data observasi dengan distribusi yang mendekati distribusi normal.

Pengujian asumsi ini dilakukan dengan melihat Normal P-P Plot of Regression Standardized Residual yang berguna untuk menguji apakah residual model regresi memiliki distribusi normal atau tidak. Model yang baik adalah memiliki distribusi normal atau mendekati normal.

Dasar pengambilan keputusannya adalah:

- a. Jika data menyebar di sekitar garis diagonal dan mengikuti arah garis diagonal, maka regresi memenuhi asumsi normalitas.
- b. Jika data menyebar jauh dan/tidak mengikuti arah garis diagonal, maka model regresi tidak memenuhi asumsi normalitas.

B. Uji Heterokedastisitas

Uji ini bertujuan untuk menguji apakah dalam suatu model regresi terjadi ketidaksamaan *variance* dari residual satu pengamatan ke pengamatan yang lain. Jika *variance* dari residual satu pengamatan ke pengamatan yang lain tetap, maka disebut homokedastisitas dan jika berbeda maka disebut heterokedastisitas. Model regresi yang baik adalah model yang tidak terjadi heterokedastisitas atau terjadi homokedastisitas (Ghozali, 2005).

Deteksi ada tidaknya heterokedastisitas dapat dilakukan dengan melihat ada tidaknya pola tertentu pada grafik *scatter plot* antara SRESID dan ZPRED dimana sumbu Y adalah Y yang telah diprediksi, dan sumbu X adalah residual ($Y \text{ prediksi} - Y \text{ sesungguhnya}$) yang telah di *Studentized*.

Dasar pengambilan keputusannya adalah (Ghozali, 2005):

- a. Jika ada pola tertentu seperti titik-titik (*point-point*) yang ada membentuk suatu pola tertentu yang teratur (bergelombang) maka telah terjadi heterokedastisitas.
- b. Jika tidak ada pola yang jelas serta titik-titik menyebar diatas dan dibawah angka 0 pada sumbu Y maka tidak terjadi heterokedastisitas.

C. Uji Multikolinieritas

Uji ini bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi ditemukan adanya korelasi antar variabel bebas (variabel *independent*). Dalam multi regresi yang baik seharusnya tidak terjadi korelasi diantara variabel bebas. Jika pada model persamaan regresi mengandung gejala multikolinieritas, berarti terjadi korelasi (mendekati sempurna) antar variabel bebas. Metode regresi yang baik seharusnya tidak terjadi masalah multikolinieritas, pedoman untuk mengetahui ada atau tidaknya masalah multikolinieritas adalah:

- a. Mempunyai nilai *Variance Inflation Factor* (VIF) < 10
- b. Mempunyai nilai *tolerance* $> 0,10$

3.9.2 Analisis Regresi Linier Berganda

Dalam penelitian ini teknik analisis yang digunakan adalah analisis berganda. Analisis regresi linier berganda digunakan untuk menguji hipotesis tentang antara hubungan dua variabel bebas atau lebih secara bersama-sama dengan suatu variabel tergantung. Penggunaan analisis regresi berganda karena pada penelitian ini memiliki 2 variabel bebas. Berikut ini adalah persamaan regresi berganda yang digunakan:

$$Y = a + b_1X_1 + b_2X_2$$

Keterangan:

Y = Pembelian Impulsif

a = Nilai Konstanta

b = Koefisien Regresi

X_1 = Variabel Kemasan

X_2 = Variabel Faktor-faktor Lingkungan Toko

Hasil regresi yang diperoleh kemudian dilakukan pengujian untuk mengetahui apakah koefisien regresi yang diperoleh mempunyai pengaruh yang signifikan atau tidak, baik secara simultan atau parsial dan mengetahui pula seberapa besar pengaruhnya.

3.9.3 Uji Hipotesis

1. Uji R^2 (Koefisien Determinasi)

Koefisien determinan (R^2) pada intinya digunakan untuk mengukur seberapa jauh kemampuan model dalam menerangkan variasi variabel dependent. Apabila koefisien determinasi semakin mendekati satu, maka dapat dikatakan bahwa variabel independen berpengaruh sangat kuat terhadap variabel dependen. Sedangkan, jika R^2 kecil maka pengaruh variabel independen terhadap variabel dependen sangat rendah (Ghozali, 2005). Koefisien determinasi menunjukkan besarnya kontribusi variabel independent terhadap variabel dependent. R^2 dapat dirumuskan sebagai berikut:

$$R^2 = \frac{b_1 \sum X_1 y + b_2 \sum X_2 y}{\sum y^2}$$

Dimana:

b_1 = Koefisien Regresi Variabel Kemasan

b_2 = Koefisien Regresi Variabel Faktor-faktor Lingkungan

X_1 = Variabel Kemasan

X_2 = Variabel Faktor-faktor Lingkungan

Y = Pembelian Impulsif

Tabel 3.5 Pedoman Interpretasi Terhadap Koefisien Korelasi

Interval Koefisien	Tingkat Hubungan
0,00 – 0,199	Sangat Rendah
0,20 – 0,399	Rendah
0,40 – 0,599	Sedang
0,60 – 0,779	Kuat
0,80 – 1,000	Sangat Kuat

Sumber: (Sugiyono, 2008)

2. Uji Parsial (Uji t)

Uji t digunakan untuk menguji signifikansi konstanta dari setiap variabel independen. Uji t statistik untuk menguji antara variabel independen (kemasan, faktor-faktor lingkungan) terhadap variabel dependen (pembelian impulsif) secara parsial dengan mengasumsikan bahwa variabel lain dianggap konstan. Dengan rumus sebagai berikut (Sugiyono, 2008):

$$t = \frac{r\sqrt{n-2}}{\sqrt{1-r^2}}$$

Keterangan:

r = Korelasi Parsial yang di Temukan

n = Jumlah Sampel

t = t Hitung yang Selanjutnya di Konsultasikan Dengan t Tabel

Rumus dalam menentukan df adalah:

$$df = n - k - 1$$

Keterangan:

n = Banyak Observasi

k = Jumlah Variabel (Independen + Dependen)

Hipotesis yang diajukan yaitu:

H_1 = Terdapat pengaruh yang signifikan antara Kemasan terhadap Perilaku Impulsif.

H_2 = Terdapat pengaruh yang signifikan antara Faktor-faktor Lingkungan terhadap Perilaku Impulsif.

Dasar pengambilan keputusannya adalah:

a. Jika $t_{hit} < t_{tab}$ H_0 diterima dan H_a ditolak.

Jika $t_{hit} > t_{tab}$ H_0 ditolak dan H_a diterima.

b. Jika probabilitas $> 0,05$ maka H_0 diterima dan H_a ditolak.

Jika probabilitas $< 0,05$ maka H_0 ditolak dan H_a diterima.

3. Uji Simultan (Uji F)

Analisis ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh secara simultan atau bersama-sama antar variabel independen terhadap variabel dependen. Pengaruh tersebut memiliki tingkat signifikansi pada *alpha* 5%. Adapun metode untuk menentukan apabila nilai signifikan $< 0,05$ dan $F_{hitung} > F_{tabel}$.

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

Keterangan:

F = Pendekatan distribusi Probabilitas Fisher

R^2 = Koefisien Korelasi Ganda

k = Jumlah Variabel

n = Banyaknya Sampel

Rumus dalam menentukan df1 dan df2 adalah:

$$df1 = k - 1$$

$$df2 = n - k$$

Keterangan:

k = Jumlah Variabel (Independen + Dependen)

n = Jumlah Observasi/Sampel Pembentuk Regresi

Penolakannya hipotesis atas dasar signifikansi pada taraf nyata 5% (taraf kepercayaan) dengan kriteria:

- a. Jika $F_{hitung} > F_{tabel}$, maka H_0 ditolak dan H_a diterima, yang berarti ada pengaruh secara simultan antara variabel bebas terhadap variabel terikat.
- b. Jika $F_{hitung} < F_{tabel}$, maka H_0 diterima dan H_a ditolak, yang berarti tidak ada pengaruh secara simultan antara variabel bebas terhadap variabel terikat.