

BAB III

METODE PENELITIAN

A. Jenis Penelitian

1. Menurut Pendekatan

Berdasarkan pendekatannya, penelitian ini menggunakan dua jenis pendekatan penelitian yakni :

a. Pendekatan Kuantitatif

Menurut (Sugiyono 2017, 23) pendekatan kuantitatif digunakan untuk meneliti pada populasi atau sampel tertentu, pengumpulan data menggunakan instrumen penelitian, analisis data bersifat kuantitatif atau statistik, dengan tujuan untuk menggambarkan dan menguji hipotesis yang telah ditetapkan.

b. Pendekatan Kualitatif

Menurut (Sugiyono 2017, 26) pendekatan kualitatif yang digunakan untuk meneliti pada kondisi objek yang alamiah, dimana peneliti sebagai instrumen kunci, teknik pengumpulan data dilakukan secara gabungan. Analisis data bersifat induktif/kualitatif, dan hasil penelitian kualitatif lebih menekankan pemahaman makna, dan mengkonstruksi fenomena dari pada generalisasi.

2. Menurut Taraf Penelitian

Menurut taraf penelitiannya, penelitian ini termasuk dalam pendekatan deskriptif. Menurut (Sujarweni 2014, 11) penelitian deskriptif merupakan untuk mengetahui nilai masing-masing variabel, baik satu variabel atau lebih sifatnya independen tanpa membuat hubungan maupun perbandingan dengan variabel yang lain.

B. Objek Penelitian

1. Sejarah Singkat Teh Gelas

Indonesia adalah salah satu Negara sub tropis yang baik bagi perkebunan khususnya teh. Melihat kesempatan ini *OT* sebagai perusahaan ternaman mulai berencana membuat suatu produk olahan minuman yang berbahan baku teh. Produk inilah yang kemudian dikenal oleh masyarakat dengan nama TEH GELAS. Teh Gelas ini berbahan baku teh yang diperkaya polifenol dengan campuran bunga melati dan menggunakan 100% gula asli. Teh Gelas hadir di Indonesia sejak tahun 2007. Semakin bertumbuh dan berkembang, pada tahun 2011 Teh gelas berhasil memimpin pasar dalam kategori teh dalam kemasan siap minum (*RTD*) *Ready To Drink* dimana pada tahun ini dan sebelumnya produk Teh Gelas masih memakai sebuah kemasan yang berupa gelas karena banyaknya konsumen yang menikmati produk minuman Teh Gelas dan pada tahun tersebut teh gelas merupakan yang pertama meluncurkan produk minuman teh yang menggunakan kemasan gelas oleh karena itu

produk mereka dinamakan Teh Gelas. Tidak sedikit konsumen yang menikmati produk mereka karena harganya yang murah serta terjangkau dan bisa dibeli atau dikonsumsi untuk semua kalangan karena mudah didapat dan produk Teh Gelas terdapat ditoko manapun sehingga konsumen hanya tinggal membeli Teh Gelas dan diminum saat haus.

Pada tahun 2013 Teh Gelas meluncurkan produk dalam kemasan karton, kemasan karton bisa dipilih untuk konsumen yang menginginkan Teh Gelas yang lebih banyak. Kini banyaknya persaingan produk yang selalu meluncurkan produk teh terbaru. Pada tahun 2014, Teh Gelas meluncurkan varian kemasan botol. Ada 2 pilihan ukuran dari teh kemasan botol ini, yakni 350 ml dan 500 ml agar keinginan konsumen dapat terpenuhi tidak hanya dikemas dalam gelas maka Teh Gelas selalu berupaya untuk mengedepankan produk mereka agar tetap banyak dikonsumsi oleh konsumen. Tahun 2015 Teh Gelas meluncurkan produk Teh Gelas *PET* 250 ml dengan keunggulan *Cold Filling Technology*. Untuk diketahui konsumen di negara berkembang seperti China, India, Indonesia, dan beberapa negara Asia lain mulai mencari minuman fungsional baik untuk kesehatan maupun kecantikan. Kemasan baru *PET* bisa dipilih konsumen karena praktis dibawa kemana-mana. Tahun 2016 Teh Gelas meluncurkan produk Teh Gelas *BIG* kemasan yang dipakai untuk produk Teh Gelas menggunakan bentuk gelas tetapi berukuran yang lebih besar dari sebelumnya. Pada tahun 2017 Teh Gelas meluncurkan produk varian terbaru *BIG Fruit* produk Teh Gelas tetap

menggunakan gelas dengan varian rasa terbaru yaitu rasa apel dan rasa markisa. Produk Teh Gelas mendapatkan *Achievement* kategori *Top Brand Award* selama 9 tahun berturut-turut dari tahun 2009 sampai tahun 2017.

2. Visi & Misi Produk Teh Gelas

a. Visi

Menjadikan teh gelas sebagai produk yang berkualitas tinggi dan menjadi konsumsi favorit Indonesia.

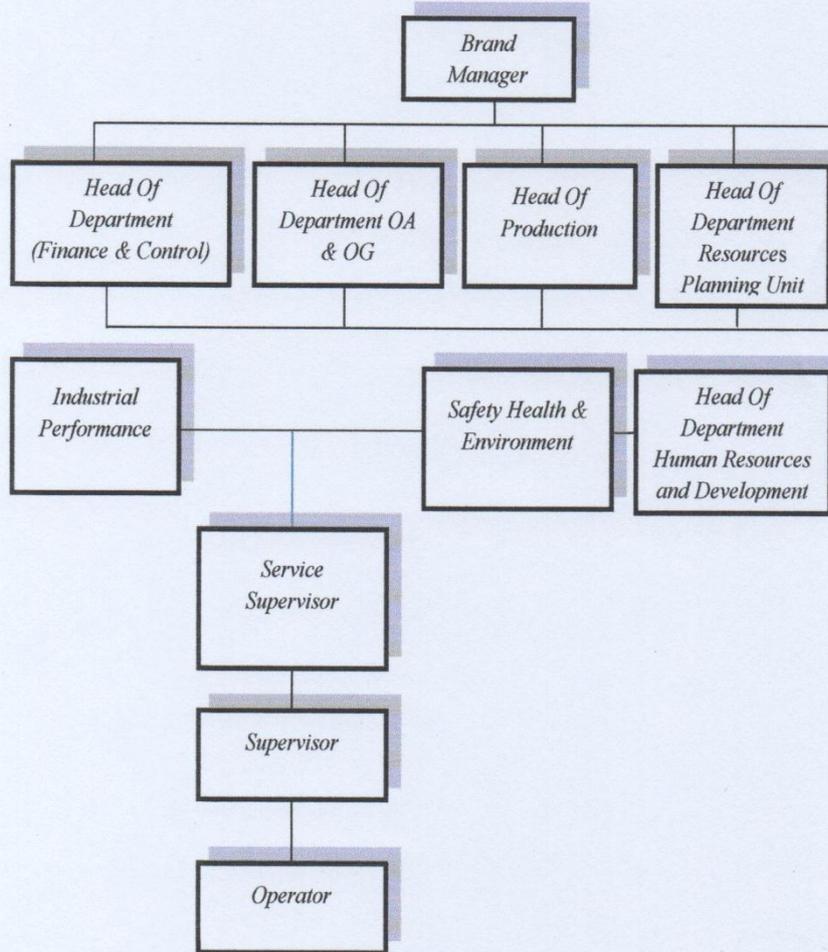
b. Misi

Mempromosikan produk Teh Gelas dan memenuhi harapan konsumen
Mendorong usaha teh menjadi usaha internasional Memfasilitasi dan mendorong peningkatan produktivitas tanaman, serta meningkatkan bisnis teh dan sektor penunjang alami, sehat dan menyegarkan, kualitas yang ditawarkan oleh Teh Gelas. Seduhan daun teh asli berkualitas yang berpadu dengan 100% gula asli, menjadikan Teh Gelas Original minuman teh yang tepat untuk menemani anda beraktivitas dan bersantai dalam setiap suasana.

1. Struktur Organisasi

Bagan III.1.

Struktur Organisasi



Sumber : Orang Tua Group CS2 Polasehat

3. Uraian Kerja

a. ***Brand Manager***

Manajer *Brand* memiliki tugas utama untuk menciptakan kesan yang dapat diingat oleh konsumen dan juga meningkatkan penjualan produk serta pangsa pasar.

b. ***Head of Department (Finance & Control)***

Berperanan langsung terhadap urusan keuangan dan persiapan analisa operasional perusahaan, termasuk laporan keuangan dan interim terjadwal.

c. ***Head of Department (AO & AG)***

AG General Affair berinteraksi dan berkoordinasi baik secara internal maupun secara eksternal dengan pihak departemen lain ataupun pihak di luar perusahaan.

AO Account officer adalah salah satu seorang pegawai atau aryaawan yang bekerja di sebuah perusahaan di dalam bagian pengkreditan, dan account officer ini memiliki peranan penting pada tugas bagian pemasaran produk kreditan maupun di perusahaan yang berkaitan dengan kredit.

d. ***Head of Production***

Posisi jabatan dalam sebuah yang bertanggung jawab penuh dalam proses dalam produksi di suatu perusahaan, atau dalam permasalahan manufaktur.

e. ***Head of Department Resources Planning unit***

Mengelola manajemen dan melakukan pengawasan yang terintegrasi antar unit di dalam perusahaan.

f. ***Head of Department Human Resources and Development***

Bertujuan untuk merekrut, seleksi serta pengembangan di dalam perusahaan dengan orang-orang yang tepat untuk ditempatkan pada posisi dan jabatan yang tepat pada saat perusahaan memerlukannya.

g. ***Safety Health and Environment***

Mengontrol keselamatan dan kesehatan kerja untuk meminimalkan kecelakaan kerja atau resiko dan diperlukanya tanggung jawab yang optimal.

h. ***Industrial Performance***

hubungan antara semua pihak yang tersangkut atau berkepentingan atas proses produksi barang atau pelayanan jasa di suatu perusahaan.

hubungan antara manajemen dan pekerja atau Management-Employees Relationship. Pihak yang paling berkepentingan atas

keberhasilan perusahaan dan berhubungan langsung sehari-hari adalah pengusaha atau manajemen dan pekerja. Hubungan tersebut perlu dipelihara dan dikembangkan dalam rangka menjamin kepentingan semua pihak yang terlibat.

i. *Service Supervisor*

Memandu dan mengarahkan tim layanan pelanggan untuk mencapai sasaran operasional. Memastikan bahwa tim layanan pelanggan memiliki keterampilan komunikasi, penyelesaian masalah, dan etiket telepon yang sangat baik untuk mencapai kepuasan pelanggan. Memastikan bahwa keluhan pelanggan terselesaikan.

j. *Supervisor*

Mengawasi dan mengarahkan secara terstruktur sebagai pencetus gagasan yaitu untuk manajer dan staf pelaksana atau staf bawah.

k. *Operator*

Memproses atau mengelola suatu produk/barang dari suatu bahan dasar/baku yang diolah hingga menjadi berbentuk dan sesuai dengan keperluan (bahan jadi).

4. Waktu dan Tempat Penelitian

a. Waktu Penelitian

Waktu yang digunakan dalam penelitian ini dilaksanakan selama bulan Maret 2019 dari saat permohonan ijin penelitian hingga pengambilan data mengenai profil anak perusahaan Teh Gelas dari Orang Tua *Group*.

b. Tempat Penelitian

Adapun penulis melakukan penelitian ini pada perusahaan Orang Tua *Group* yang beralamat di Jl. Lkr. Luar Barat No.Kav. 35-36, Rw. Buaya, Cengkareng, Kota Jakarta Barat, Daerah Khusus Ibukota Jakarta 11740.

C. Jenis dan Sumber Data

1. Jenis Data

Berdasarkan jenis data, penelitian ini menggunakan 2 jenis data yaitu :

a. Data Primer

Menurut (Sugiyono 2017, 10) Data primer adalah penelitian yang diperoleh secara langsung dari sumber aslinya yang berupa wawancara, jajak pendapat dari individu atau kelompok (orang) maupun hasil observasi dari suatu obyek, kejadian atau hasil pengujian (benda).

b. Data Sekunder

Menurut (Sugiyono 2017, 10) Data sekunder adalah penelitian yang diperoleh melalui media perantara atau secara tidak langsung yang berupa buku, catatan, bukti yang telah ada, atau arsip baik yang dipublikasikan maupun yang tidak dipublikasikan secara umum.

2. Sumber Data

Sumber data adalah subjek dari mana asal data penelitian itu diperoleh. Apabila peneliti misalnya menggunakan kuesioner atau wawancara dalam pengumpulan datanya, maka sumber data disebut responden, yaitu orang-orang yang merespon atau menjawab pertanyaan, baik tertulis maupun lisan. Berdasarkan sumbernya data dibagi dua yaitu :

a. Sumber Data Primer

Menurut (Sujarweni 2014, 73) Sumber data primer yaitu data yang diperoleh dari responden melalui kuesioner, kelompok fokus, dan panel, atau juga data hasil wawancara peneliti dengan narasumber.

b. Sumber Data Sekunder

Menurut (Sujarweni 2014, 74) Sumber data sekunder yaitu data yang diperoleh dari catatan, buku berupa laporan keuangan publikasi perusahaan, laporan pemerintah, artikel, buku-buku sebagai teori, majalah, dan lain sebagainya.

D. Populasi dan Sampel

1. Populasi

Menurut (Ferdinand 2014, 171) mengatakan bahwa :

“Populasi adalah gabungan dari seluruh elemen yang berbentuk peristiwa, hal atau orang yang memiliki karakteristik yang serupa yang menjadi pusat perhatian seorang peneliti karena itu dipandang sebagai sebuah semesta peneliti”.

Populasi dalam penelitian adalah konsumen pada konsumen produk minuman Teh Gelas di wilayah Tangerang.

2. Sampel

Menurut (Ferdinand 2014, 171) mengatakan bahwa :

“Sampel adalah subset dari populasi, terdiri dari beberapa anggota populasi”.

Ukuran sampel yang layak untuk digunakan dalam penelitian 30 sampai 100. Dalam penelitian menggunakan multiple regression, maka sampel minimal 10 kali jumlah variabel yang diteliti E_x : 3 variabel 2 variabel independen dan 1 variabel dependen (jumlah sampel $3 \times 10 = 30$)

Dalam penelitian ini ditetapkan sampel yang diambil adalah 103 orang yang pernah mengonsumsi minuman Teh Gelas. Sampel diambil secara acak (*random sampling*), yaitu suatu cara pengambilan sampel yang diambil secara acak untuk dipilih sebagai sampel.

Pengambilan dilakukan secara statistik yaitu menggunakan seluruh populasi yang berjumlah 103 responden.

E. Teknik Pengumpulan Data

1. Teknik Pengumpulan Data Primer :

Menurut (Sujarweni 2014) Teknik pengumpulan data merupakan cara yang dilakukan peneliti untuk mengungkap atau menjangkau informasi kuantitatif dari responden sesuai lingkup penelitian, meliputi :

a. Observasi

Menurut (Sujarweni 2014, 75) Observasi adalah pengamatan dan pencatatan secara sistematis terhadap gejala yang tampak pada objek penelitian.

b. Wawancara

Menurut (Sujarweni 2014, 74) Wawancara adalah salah satu instrumen yang digunakan untuk menggali secara lisan. Hal ini harus dilakukan secara mendalam agar kita mendapatkan data secara valid dan detail. Wawancara dilakukan kepada Kepala bagian anak perusahaan *CS2 Polasehat* dari *Orang Tua Group*, Jakarta Barat.

c. Kuesioner

Menurut (Sujarweni 2014, 75) Kuesioner merupakan teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan cara memberi seperangkat pertanyaan atau pernyataan tertulis kepada para responden untuk dijawab.

2. Teknik Pengumpulan Data Sekunder :

Berdasarkan pengumpulan data sekunder sesuai dengan pengertian data sekunder menurut (Sujarweni 2014) adalah teknik pengumpulan data yang didapat dari catatan, buku, majalah berupa laporan keuangan publikasi perusahaan, laporan pemerintah, artikel, buku-buku sebagai teori, majalah, dan lain sebagainya.

F. Operasionalisasi Variabel Penelitian

Operasional Variabel adalah suatu konsep yang diubah menjadi variabel yang dapat diukur. Jadi variabel yang digunakan dalam penelitian ini harus diubah menjadi definisi operasional variabel dengan tujuan untuk memberikan batasan dan penjelasan dalam rangka membatasi analisa lebih lanjut.

Tabel III.2

Operasionalisasi Variabel Penelitian

Variabel	Sub Variabel	Indikator	Skala
Kualitas Produk (X ₁)	1. Kinerja Produk 2. Keragaman produk 3. Keandalan 4. Kesesuaian 5. Ketahanan 6. Estetika 7. Kualitas yang Dipersepsikan	1. Kualitas Bahan Baku 2. Keragaman Produk 3. Ukuran Produk 4. Kesesuaian Produk 5. Aman Dikonsumsi 6. Ketahanan Produk 7. Cita Rasa 8. Kualitas Produk yang Sehat 9. Mudah Dicerna 10. Kualitas Kemasan	Ordinal
Sumber : Menurut Rambat Lupiyoadi dan A.Hamdani (Manajemen pemasaran jasa 2014)			

Desain Kemasan (X ₂)	<ol style="list-style-type: none"> 1. Desain 2. Bentuk Kemasan 3. Informasi Pada Kemasan Produk 	<ol style="list-style-type: none"> 1. Nama Merek 2. Bentuk 3. Material 4. Warna 5. Visual 6. Ukuran 7. Manfaat 8. Ciri Khas 9. Tanggal Kadaluarsa 10. Nama Perusahaan 	Ordinal
----------------------------------	--	---	---------

Sumber : Menurut Kotler & Keller (Manajemen pemasaran 2014)

Keputusan Pembelian (Y)	<ol style="list-style-type: none"> 1. Pengenalan Masalah 2. Pencarian Informasi 3. Evaluasi Alternatif 4. Minat Beli Konsumen 5. Perilaku Setelah Membeli 	<ol style="list-style-type: none"> 1. Sesuai Kebutuhan Konsumen 2. Perbandingan Produk 3. Pengalaman 4. Manfaat Produk 5. Harga Produk 6. Daya Tarik 7. Kepercayaan Atas Produk 8. Kepuasan Atas Produk 9. Persepsi 10. Ketersediaan Produk 	Ordinal
-------------------------	--	---	---------

Sumber : Menurut Abdulah & Tantri (Manajemen Pemasaran 2016)

G. Teknik dan Analisis Data

Penelitian ini bertujuan untuk menguji hipotesis yang diajukan untuk memperoleh pengaruh variabel independen terhadap variabel dependen yaitu Kualitas produk dan Desain Kemasan terhadap Keputusan Pembelian. Metode analisis yang digunakan adalah analisis regresi berganda, uji korelasi berganda dan uji hipotesis (uji parsial dan uji simultan). Pengolahan data menggunakan program *Statistical Product and Service Solutions* (SPSS 23).

1. Uji Data

a. Uji Validitas

Menurut (Sugiyono 2017, 198) mengenai pengertian valid adalah :

“Valid berarti instrumen tersebut dapat digunakan untuk mengukur apa yang seharusnya diukur”.

Berdasarkan pengertian valid di atas maka dapat disimpulkan bahwa validitas merupakan ketetapan atau kecermatan suatu instrumen atau bagian dalam mengukur apa yang akan diukur. Dari hasil perhitungan korelasi akan diperoleh suatu koefisien korelasi yang digunakan untuk mengukur tingkat validitas suatu item dan untuk menentukan apakah suatu item layak digunakan atau tidak. Sebuah item nilai korelasi dapat dikatakan valid melalui *pre-test* atau uji coba untuk mengetahui apakah item-item pernyataan yang diajukan dalam kuesioner dapat digunakan untuk mengukur keadaan

responden yang sebenarnya dan menyempurnakan kuesioner dalam pengambilan sampel.

Dalam perhitungan layak atau tidaknya dalam suatu item yang digunakan, biasanya dilakukan uji signifikansi koefisien korelasi pada taraf signifikansi 0,05 atau 5% yang merupakan ukuran standar yang dipakai dalam penelitian. Butir-butir suatu pernyataan dikatakan valid jika r penelitian $>$ r tabel pada taraf signifikan 0,05 dan apabila nilai r penelitian $<$ r tabel, maka dikatakan tidak valid dan tidak dapat digunakan untuk analisis selanjutnya.

Dalam teknik pengujian validitas adalah dengan menggunakan Uji Korelasi *Bivariate Pearson* (Korelasi Produk Jasa Moment Pearson) dan *Corrested Item Total Correlation*.

Menurut (Sujarweni 2014, 83) rumus Korelasi Produk Jasa Moment Pearson yakni sebagai berikut :

$$r_{ix} = \frac{n \sum xy - (\sum x) (\sum y)}{\sqrt{n \sum x^2 - (x)^2} \sqrt{n \sum y^2 - (\sum y)^2}}$$

Keterangan :

r_{ix} = Koefisien korelasi item total

i = Skor item

x = Skor total

n = Banyaknya sampel

b. Uji Reliabilitas

Menurut (Sujarweni 2014, 85) 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 kuesioner.

Uji Reliabilitas dapat dilakukan secara bersama-sama terhadap seluruh butir pertanyaan. Jika nilai Alpha > 0,60 maka reliabel. Dengan rumus sebagai berikut :

$$r_{11} = \left(\frac{k}{k-1} \right) \left(1 - \frac{\sum a_b^2}{a_t^2} \right)$$

Keterangan :

r_{11} = Reliabilitas instrumen

k = Banyaknya skor pertanyaan

a_t^2 = Varians total

$\sum a_b^2$ = Jumlah varian butir

2. Model Statistik

a. Analisis Regresi Linear Berganda

Menurut (Sujarweni 2014, 99) Regresi Linear Berganda terdiri dari satu variabel dependen dan dua atau lebih variabel independen. Pada penelitian ini menggunakan analisis regresi linear berganda yang

digunakan untuk mendeskripsikan suatu pengaruh terhadap variabel dependen dengan variabel independen sehingga uji analisis berganda ini mampu menjelaskan hubungan antara satu variabel dengan variabel lainnya terutama variabel dependen dengan variabel independen.

Persamaan Regresi Linear Berganda sebagai berikut :

$$Y = \alpha + \beta_1 X_1 + \beta_2 X_2 + \varepsilon$$

Keterangan :

Y = Variabel dependen yaitu Keputusan Pembelian

X₁ = Variabel Independen yaitu Harga

X₂ = Variabel Independen yaitu Pelayanan Konsumen

α = Konstanta (nilai Y apabila X₁, X₂ = 0)

β₁, β₂ = Koefisien Regresi (nilai peningkatan atau penurunan)

ε = Residual

b. Uji Korelasi Berganda

Menurut (Sujarweni 2014, 100) Uji Korelasi Berganda atau Hubungan adalah korelasi spearman dan Kendall Tau (data kualitatif) atau jika data kuantitatif tapi berdistribusi tidak normal, Chi square (data kualitatif).

Menurut (Sugiyono 2017, 284) rumus Uji Korelasi Berganda

yakni sebagai berikut :

$$R_{y.x_1.x_2} = \frac{\sqrt{(r_{yx_1})^2 + (r_{yx_2})^2 - 2(r_{yx_1})(r_{yx_2})}}{1 - (r_{x_1x_2})^2}$$

Keterangan :

Y = Keputusan Pembelian

X₁ = Harga

X₂ = Pelayanan Konsumen

Dengan Kesimpulan

R = 0 : Tidak ada hubungan antara kedua variabel

R = 1 : Hubungan kuat dan positif

R = -1 : Hubungan lemah atau negatif

Tabel III.3.

Pedoman Untuk Memberikan Interpretasi Koefisien Korelasi

Interval Koefisien	Tingkat Hubungan
0,00-0,199	Sangat Rendah
0,20-0,399	Rendah
0,40-0,599	Sedang

0,60-0,799	Kuat
0,80-1,00	Sangat Kuat

Sumber : (Sugiyono, Metode Penelitian Bisnis 2013)

c. Koefisien Penentu (Determinasi)

Koefisien Penentu (determinasi) digunakan untuk mengetahui seberapa besar persentase sumbangan pengaruh variabel independen secara serentak terhadap variabel dependen.

Menurut (Sugiyono 2017) berikut adalah rumus koefisien penentunya dengan dua variabel independen sebagai berikut :

$$R^2 = \frac{\sqrt{(ryx1)^2 + (ryx2)^2 - 2(ryx1).(ryx2).(rx1.x2)}}{1-(rx1x2)^2}$$

Dari rumus di atas ada kemungkinan dua hasil yang akan diperoleh yakni sebagai berikut :

- a) Jika $R^2 = 0$, maka tidak ada sedikit-pun persentase sumbangan pengaruh yang diterima variabel independen terhadap variabel dependen.
- b) Jika $R^2 = 1$, maka persentase sumbangan pengaruh yang diberikan variabel independen terhadap variabel dependen adalah sempurna.

3. Uji Hipotesis

Hipotesis adalah suatu perumusan jawaban sementara mengenai suatu masalah yang dibuat untuk menjelaskan dan juga dapat mengarahkan penyelidikan maupun penelitian selanjutnya. Dan juga untuk mengetahui pengaruh variabel-variabel bebas secara parsial terhadap variabel terikatnya. Oleh sebab itu, perlu diadakan uji hipotesis yang menyatakan bahwa $H_0 = 0$ atau tidak berarti melawan $H_1 \neq$ atau memiliki arti. Adapun perumusan hipotesis yakni sebagai berikut :

- 1) $H_0 : B = 0$; artinya variabel bebas (X) tidak berpengaruh secara signifikan terhadap variabel terikat (Y).

- 2) $H_0 : B \neq 0$ artinya variabel bebas (X) berpengaruh secara signifikan terhadap variabel terikat (Y).

Menurut (Sugiyono 2017, 278) dalam melakukan pengujian uji hipotesis dengan rumus sebagai berikut :

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

Keterangan :

t = Pengujian hipotesis

r = Koefisien korelasi

r^2 = Koefisien determinasi

n = Jumlah responden

Untuk menentukan nilai t_{tabel} , digunakan tingkat signifikansi sebesar 5% atau 0,05, dengan derajat kebebasan (*degree of freedom*) $df = (n - k - 1)$, dimana n adalah jumlah sampel dan k adalah jumlah variabel.

Syarat dari penerimaan dan penolakan hipotesis ialah apabila nilai signifikan $< 5\%$, maka H_0 diterima dan H_a ditolak, begitupun sebaliknya apabila nilai signifikan $> 5\%$, maka H_0 ditolak dan H_a diterima.

a. Uji t

Uji hipotesis t digunakan untuk mengetahui hubungan korelasi r yang diterima memiliki arti atau tidak. Selain itu juga untuk mempengaruhi variabel-variabel bebas secara parsial terhadap variabel terikatnya. Oleh sebab itu, perlu diadakan uji hipotesis yang menyatakan bahwa $H_0 = 0$ atau tidak berarti melawan $H_1 \neq 0$ atau memiliki arti. Adapun hipotesis dirumuskan sebagai berikut :

- 1) $H_0 : B = 0$ artinya variabel bebas (X) tidak berpengaruh secara signifikan terhadap variabel terikat (Y).
- 2) $H_0 : B \neq 0$ artinya variabel bebas (X) berpengaruh secara signifikan terhadap variabel terikat (Y).

b. Uji F

Analisis varian dapat digunakan jika varian ketiga kelompok bersifat sejenis atau homogen. Oleh sebab itu, sebelum melakukan analisis varian diperlukan pengujian hipotesis yang berguna untuk mengetahui manakah varian yang bersifat homogen.

Uji F dilakukan untuk mengetahui apakah semua variabel independen (variabel bebas) yang dimasukkan dalam sebuah model memiliki pengaruh secara bersamaan terhadap variabel dependen (variabel terikat).

Menurut (Sugiyono 2017, 235) dalam bukunya yang berjudul Statistika untuk penelitian, rumus untuk pengujian F yaitu :

$$F = \frac{\text{Variabel terbesar}}{\text{Varian terkait}}$$
$$f_{hitung} = \frac{R^2 / K}{(1 - R) / (n - k + 1)}$$

Keterangan :

R = Koefisien korelasi berganda

n = Jumlah anggota sampel

k = Jumlah variabel independen

Untuk pengujian dapat dilakukan dengan membandingkan besarnya nilai F penelitian dengan nilai F pada tabel dengan cara :

- 1) Menghitung F penelitian yang diperoleh berdasarkan kolom F pada tabel ANOVA yang diterima dari *output* aplikasi program SPSS.
- 2) Menghitung nilai F tabel dengan tarif signifikansi tertentu.
- 3) Menggunakan kriteria hipotesis yang termasuk :
 - a) Apabila $F_{\text{penelitian}} > \text{nilai } F_{\text{tabel}}$, maka H_0 ditolak dan H_a diterima.
 - b) Apabila $F_{\text{penelitian}} < \text{nilai } F_{\text{tabel}}$, maka H_0 diterima dan H_a ditolak.
- 4) Mengambil keputusan manakah yang akan diterima H_0 atau H_a .