

BAB III

METODE PENELITIAN

A. Obyek Penelitian

Menurut Sugiyono (2019:55), objek penelitian adalah berbagai sesuatu yang berbentuk apa saja yang telah diputuskan oleh peneliti untuk dipelajari sehingga mendapatkan informasi tentang hal tersebut, kemudian ditarik kesimpulannya. Dapat diketahui, bahwa objek penelitian ini adalah kinerja auditor yang dipengaruhi oleh kecerdasan intelektual, kecerdasan emosional, kecerdasan spiritual, dan kecerdasan adversitas.

Obyek dalam penelitian ini adalah anggota grup penggemar Kpop di Whatsapp. Secara keseluruhan penelitian ini meneliti adanya pengaruh terpaan iklan sasa dalam meningkatkan kesadaran merek sasa di kalangan anggota grup penggemar Kpop. Saat ini banyak yang belum mengetahui dengan pasti kegunaan dari micin itu sendiri, banyak yang menganggap bahwa micin adalah bahan yang negatif terutama pada kalangan muda.

Kemunculan K-pop sebagai bagian yang tak dapat dipisahkan dari demam *Korean Wave* yang telah menerpa kawasan Asia dan dunia memunculkan sebuah khalayak media yang biasanya diidentikkan orang-orang yang fanatik. Obsesi akan idolanya sering kali dianggap terlalu berlebihan. Pada penelitian ini melihat bagaimana para penggemar sebagai khalayak yang mengonsumsi teks melalui media terhadap suatu iklan.

Berdasarkan hasil survey IDN Times (2019), 40,7 % penggemar K-Pop di Indonesia berasal dari kalangan berumur 20-25 tahun, 38,1 % berusia 15-20 tahun, 11,9 % berusia lebih dari 25 tahun dan persentase paling sedikit berasal dari usia 10-

15 tahun yakni sebanyak 9,3 %. Selain itu, demografi penggemar K-Pop di Indonesia juga didominasi oleh perempuan yakni sebanyak 92,1 %.

Hal ini sejalan dengan keinginan Sasa untuk memperluas pangsa pasar ke generasi Y dan Z, jumlah populasi dari penduduk Generasi Y (27-40 tahun) dan Generasi Z (10-26 tahun) di Indonesia mencapai 129.950,7 juta orang. Pada fenomena ini Sasa sebagai pioneer dari produk micin membuat sebuah inovasi melalui iklan “*We Are Micin Generation*” dengan tujuan ingin memberikan pesan bahwa micin itu tidak berbahaya dan dapat dikonsumsi dengan bijak.

Berdasarkan pemahaman tersebut peneliti ingin melihat terpaan iklan dari Sasa dan memilih anggota grup penggemar Kpop untuk dijadikan objek penelitian saat ini, dimana anggota penggemar dari Kpop tersebar luas di seluruh Indonesia dan juga memiliki rentang umur yang cocok dengan apa yang diinginkan oleh Sasa dalam hal perluasan pasar.

B. Desain Penelitian

Pendekatan pada penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif. Menurut Sugiyono (2019:17) definisi dari penelitian kuantitatif adalah sebagai metode penelitian yang berlandaskan pada filsafat positivisme, digunakan untuk meneliti pada populasi atau sampel tertentu, pengumpulan data menggunakan instrumen penelitian, analisis data bersifat kuantitatif atau statistik, dengan tujuan untuk menguji hipotesis yang telah ditetapkan.

Pada penelitian ini peneliti akan menggunakan jenis penelitian Survei yang menggunakan tes dan kuesioner sebagai instrumen pengumpulan datanya dimana bertujuan untuk mendapatkan informasi tentang sejumlah responden yang mewakili

populasi tertentu dan menganalisis data secara statistik untuk menguji hipotesis yang diajukan.

Menurut Sugiyono (2019:6) “Metode *survey* yang digunakan untuk mendapatkan data dari tempat tertentu yang alamiah (bukan buatan), tetapi peneliti melakukan perlakuan dalam pengumpulan data, misalnya dengan mengedarkan kuesioner, tes, wawancara terstruktur dan sebagainya”. Metode survei sendiri adalah penelitian yang memperoleh sampel dari suatu populasi dan menggunakan kuesioner sebagai alat pengumpulan data yang utama.

Selain itu, penelitian ini juga menggunakan penelitian deskriptif, menurut Sugiyono (2019:206) penelitian deskriptif merupakan penelitian yang dilakukan untuk mengetahui keberadaan nilai variabel mandiri, baik satu variabel atau lebih (*independen*) tanpa membuat perbandingan atau menghubungkan dengan variabel lain.

Dari penjelasan tersebut dapat penulis simpulkan tujuan penelitian kuantitatif ialah mengembangkan serta menggunakan model matematis, teori-teori dan hipotesis yang dikaitkan dan mempunyai kejelasan unsur. Berdasar pada judul dan permasalahan yang diteliti, penelitian memiliki 2 variabel dalam Penelitian yaitu variabel X dan Y untuk menunjukkan hubungan diantara variabel dan menguji teori yang digunakan dalam penelitian.

C. Variabel Penelitian

Variabel yang digunakan peneliti dalam penelitian ini adalah variabel bebas (*independent variable*) dan variabel terikat (*dependent variable*). Variabel bebas merupakan variabel yang memengaruhi, sedangkan variabel terikat merupakan variabel yang dipengaruhi. Dalam penelitian berjudul “Pengaruh Terpaan Iklan Sasa

“We Are MSG” Terhadap Kesadaran Merek”, pengaruh terpaan merupakan variabel bebas (X), sedangkan kesadaran merek merupakan variabel terikat (Y). Berikut dijelaskan variabel-variabel penelitian dalam bentuk tabel operasional

Tabel 3. 1
Operasional Variabel

Variabel	Dimensi	Indikator	Skala
(X)Pengaruh Terpaan Iklan (Tranggono, Putri, Juwito, 2022)	Frekuensi	Frekuensi merupakan jumlah seringnya <i>audience</i> terkena terpaan media khususnya iklan dalam waktu yang tertentu	Likert
	Durasi	Durasi melihat adalah seberapa lama waktu rata-rata yang dipergunakan oleh audiens ketika menonton iklan dalam waktu sekali penayangan	Likert
	Intensitas	Intensitas menonton adalah berapa besarnya besar perhatian yang diberikan oleh khalayak ketika menonton suatu tayangan	Likert
(Y)Kesadaran Merek (Pemrosesan Informasi dalam Perubahan, Aurellia, 2020)	Perhatian	Perhatian yang disajikan dengan baik akan membuat seseorang ingin secara sukarela mencurahkan perhatiannya	Likert
	Pemahaman	Pemahaman individu kepada isi pesan lebih mudah diterima saat setelah individu tersebut memerhatikannya	Likert

	Penerimaan	Penerimaan isi pesan oleh seseorang atau individu atas dasar persetujuan dalam dirinya	Likert
--	------------	--	--------

D. Teknik Pengumpulan Data

Beberapa hal yang perlu diperhatikan terlebih dahulu dalam menentukan model pengumpulan data yaitu menguraikan data yang digunakan. Data akan digunakan sebagai tolak ukur suatu nilai, kemudian, akan diproses sebagai informasi dengan syarat data tersebut harus relevan dengan penelitian. Jenis data yang digunakan oleh peneliti dalam penelitian ini adalah data primer.

Menurut Sugiyono (2019:194) data primer merupakan sumber data dimana secara langsung memberikan data kepada pengumpul data. Teknik pengumpulan data primer yang digunakan oleh peneliti pada penelitian ini diperoleh secara langsung melalui pengisian kuesioner yang disebar menggunakan *google forms* oleh beberapa anggota grup penggemar Kpop.

Untuk memperoleh data dan informasi responden, peneliti mengumpulkan data dengan menggunakan *google form* yang dibagikan secara langsung melalui *platform* media sosial, sehingga tidak perlu bertemu secara langsung akan tetapi data sudah bisa terkumpul melalui *goggle form* yang telah dibuat. Menurut Sugiyono (2019:146) skala likert digunakan untuk mengukur sikap, pendapat, dan persepsi seseorang atau sekelompok orang tentang fenomena sosial.

Tabel 2. 2
Pemberian skor untuk jawaban kuesioner

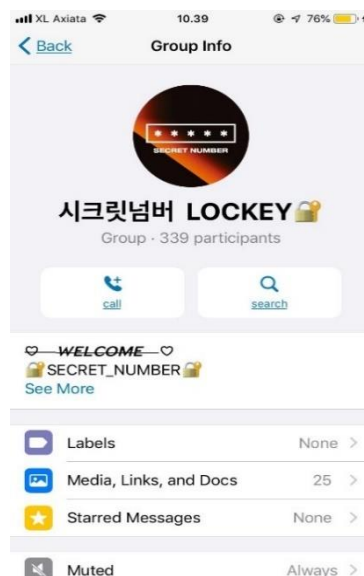
No	Jawaban	Kode	Nilai Skor
1	Sangat Setuju	SS	5

2	Setuju	S	4
3	Netral	N	3
4	Tidak Setuju	TS	2
5	Sangat Tidak Setuju	STS	1

Sumber: Sugiyono (2019:147)

E. Teknik Pengambilan Sampel

Populasi menurut Sugiyono (2019:126) mengungkapkan bahwa “populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri atas objek/subyek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh penelitian untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya”. Populasi dalam penelitian ini adalah komunitas grup penggemar dari Kpop di Whatsapps, tercatat hingga saat ini berjumlah anggota aktif grup ini berjumlah 339. Anggota grup ini tersebar luas di Indonesia khususnya pulau jawa, dari segi umur rata-rata berusia 10-40 tahun.



Gambar 3.1
Grup Whatsapps Lockey

Sumber: Grup Whatsapps

Teknik pengambilan sampel yang akan digunakan oleh peneliti yaitu dengan rumus Slovin untuk mengukur sampel dari populasi, sebagai berikut:

Rumus Slovin

$$n = \frac{N}{1 + Ne^2}$$

Keterangan: n = Sampel

N = Jumlah populasi

E = Perkiraan tingkat kesalahan

Ketentuan rumus Slovin, Pertama, nilai $e = 0,1$ (10%) untuk populasi dalam jumlah besar. Kedua, nilai $e = 0,2$ (10%) untuk populasi dalam jumlah kecil. Oleh karena itu, rentang sampel yang dapat digunakan dari teknik Slovin yaitu antara 10-20% populasi penelitian. Dalam penelitian terpaan iklan sasa “*We are MSG*”, jumlah populasi yang ada dari anggota yang berada pada grup whatsapp Lockey Kpop berjumlah 339 orang. Peneliti menetapkan persentase kesalahan dalam penelitian ini yaitu 5%. Berikut perhitungan untuk mendapatkan sampel penelitian:

$$n = \frac{339}{1 + 339(0,5)^2}$$
$$n = \frac{339}{2} = 169,5$$

Hasil dari perhitungan sampel dengan menggunakan rumus Slovin yaitu 169,5 dibulatkan menjadi 170 responden sebagai sampel yang mewakili 339 orang populasi pada anggota grup whatsapp penggemar Kpop, kriteria sampel peneliti yang dilakukan oleh peneliti pada penelitian ini yaitu dengan menyebarkan kuesioner melalui *google form*.

Menurut Sugiyono (2019:127) sampel merupakan bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi tersebut. Berdasar pada pendapat di atas bisa disimpulkan bahwa sampel merupakan bagian dari populsi yang diteliti dan

menjadi sumber data yang diperlukan dalam suatu penelitian yang dapat mewakili keseluruhan jumlah populasi.

Untuk memilih anggota grup mana yang akan dikenakan sebagai sampel penelitian, teknik yang peneliti gunakan adalah teknik *simple random sampling* dikatakan *simple* (sederhana) karena akan diambil sampel secara acak dari populasi tanpa mementingkan setara yang ada. Sampel dalam penelitian ini akan diambil satu grup penggemar Kpop yang berada di whatsapp. Teknik *sampling* adalah teknik pengambilan sampel untuk menentukan sampel yang digunakan dalam penelitian.

Dalam penelitian ini penelitian memperoleh sampel secara acak dengan menggunakan *simple random sampling*. Sugiyono (2019:129) menyatakan bahwa “dikatakan *simple* (sederhana) karena pengambilan sampel dari populasi dilakukan secara acak tanpa memperhatikan strata yang ada dalam populasi itu.” Maka dari itu peneliti memberikan hak yang sama kepada setiap subjek atau individu untuk memperoleh kesempatan dipilih menjadi sampel individu-individu tersebut punya peluang yang sama, bila mereka memiliki karakteristik yang sama atau diasumsi.

F. Teknik Analisis Data.

Menurut Sugiyono (2019:147), pengertian analisis data adalah analisis data adalah suatu kegiatan dimana data dari seluruh responden atau sumber data lain telah terkumpul. Kegiatan dalam analisis data adalah: mengelompokkan data berdasarkan variabel dan jenis responden, mentabulasi data berdasarkan variabel dari seluruh responden, menyajikan data tiap variabel yang diteliti, melakukan perhitungan untuk menjawab rumusan masalah, dan melakukan perhitungan untuk menguji hipotesis yang telah diajukan.

Pengolahan data yang digunakan pada penelitian ini adalah dengan komputer menggunakan aplikasi SPSS (*Statistical Program For Social Science*) versi 25.0 memiliki tujuan untuk mendapatkan hasil perhitungan yang akurat dan mempermudah dalam melakukan pengolahan data, sehingga efisien dan efektif. Suatu kuesioner atau hipotesis sangat bergantung pada kualitas data yang dipakai dalam pengujian tersebut.

Data penelitian tidak akan berguna apabila instrument yang digunakan untuk mengumpulkan data penelitian tidak memiliki *reliability* (tingkat kehandalan) dan *validity* (tingkat kesahan) yang tinggi. Pengujian dan pengukuran tersebut dapat menunjukkan konsistensi dan akurasi data yang telah dikumpulkan oleh peneliti dalam penelitian ini.

Pertama, Uji Validitas menurut (Sugiyono, 2019), uji validitas dipakai untuk mengukur sah atau valid tidaknya suatu kuesioner. Suatu kuesioner dapat dinyatakan valid apabila pertanyaan pada kuesioner dapat untuk mengungkapkan suatu yang diukur oleh kuesioner tersebut. Uji validitas bertujuan mengetahui sejauh mana ketepatan antara data yang sebenarnya terjadi pada objek dengan data yang dilaporkan oleh peneliti.

Keputusan apakah item valid atau tidak valid menurut (Sugiyono, 2019) dapat diketahui dengan cara mengkorelasikan antara skor butir dengan skor total, bila korelasi r di atas 0,05 maka dapat disimpulkan bahwa butir 18 instrumen tersebut valid. Perhitungan rumus tersebut menggunakan bantuan SPSS (*Statistical Service Solutions*).

Kedua, Uji Reliabilitas. menurut Sugiyono (2019:121) “Instrument yang reliabilitas merupakan instrument yang jika digunakan beberapa kali untuk mengukur obyek yang sama, akan menghasilkan data yang sama.” Uji reliabilitas dalam

penelitian ini menggunakan rumus *cronbach alpha* dengan menggunakan SPSS versi 25. Suatu reliabilitas dapat dinyatakan reliabilitas jika nilai alpha lebih besar dari 0,6 sedangkan nilai alpha lebih kecil dari 0,6 maka tidak reliabel.

Ketiga, merupakan analisis deskriptif (Ghozali, 2018) memberikan gambaran terhadap suatu data yang dilihat dari nilai *mean* (rata-rata), *maksimum*, *minimum*, *standart* deviasi. Pada analisis ini berupa teknik deskriptif yang memberikan informasi jelas terhadap data yang dimiliki sehingga dapat dipahami secara lebih mudah.

Ketiga, uji hipotesis klasik yang terdiri dari tiga bagian, yang pertama uji normalitas data. Uji normalitas bertujuan untuk menguji apakah variabel perancu atau variabel residual model regresi mengikuti distribusi normal. Model regresi yang baik memiliki distribusi data yang normal (Ghozali, 2018). Salah satu cara untuk menguji kenormalan distribusi data adalah dengan menggunakan uji statistik *non parametic Kolmogorov-Smirnov* (K-S).

Jika nilai probabilitas pada tabel lebih besar dari 0,05, berarti data memenuhi distribusi normal, jika nilai probabilitas kurang dari 0,05 berarti data tidak terdistribusi secara normal (Ghozali, 2018). data berdistribusi normal berdasarkan uji Histogram adalah jika hasil pengujian didapat sebuah grafik histogram berbentuk lonceng sempurna sedangkan data normal menurut uji *Probability Plot* adalah jika hasil pengujian data ata didapat titik-titik menyebar sepanjang garis diagonal.

Pengujian normalitas yang dilakukan dalam penelitian ini adalah uji statistik (*Kolmogorov-Smirnov*). Uji normalitas statistik ini dilakukan dengan membandingkan distribusi data kita dengan distribusi data normal idea, dengan mean

yang sama. Dengan kriteria, jika test menunjukkan hasil signifikan ($p < 0,05$) maka data yang didapat normal.

Uji Multikolinieritas, salah satu gejala untuk mengetahui adanya korelasi antar variabel independen adalah dengan melakukan uji multikolinearitas. Jika berdasarkan hasil uji multikolinearitas didapat nilai *Tolerance* $> 0,01$ dan nilai *Variance Inflation Factor* (VIF) < 10 maka model regresi terbebas dari gejala multikolinearitas (Purba Sjafei et al, 2021).

Uji Heteroskedastisitas, Menurut Ghazali (2018) uji heteroskedastisitas Dirancang untuk menguji apakah terdapat ketidaksamaan residual dari satu observasi ke observasi lainnya dalam model regresi. Jika *variance* dari residual satu pengamatan ke pengamatan lain tetap, maka dikatakan Homoskedastisitas dan jika berbeda disebut Heteroskedastisitas. Model regresi yang baik adalah yang Homoskedastisitas atau tidak terjadi Heteroskedastisitas.

Sebagian besar data *crosssection* mengandung heteroskedastisitas karena data tersebut dikumpulkan mewakili ukuran yang berbeda (kecil, sedang, besar) (Ghozali, 2018). Salah satu cara untuk mendeteksi adanya heteroskedastisitas adalah dengan memeriksa plot antara nilai prediksi dari variabel dependen (yaitu ZPRED) dan residualnya, SRESID.

Dalam mendeteksi masalah heteroskedastisitas dapat dilakukan dengan metode formal dan informal. Adanya heteroskedastisitas dapat dideteksi dengan mencari pola tertentu pada scatter plot antara SRESID dan ZPRED, dimana sumbu Y adalah prediksi Y, dan sumbu X adalah sisa yang dipelajari (perkiraan $Y - Y$ nyata). yang telah di-*studentized*.

Analisis didasarkan pada (Ghozali, 2018) pertama, jika ada pola, seperti titik-titik yang membentuk pola teratur (bergelombang, mula-mula melebar kemudian

menyempit), hal ini menandakan terjadi heteroskedastisitas. Kedua, jika tidak ada pola yang jelas, titik-titik di atas dan di bawah angka 0 berdistribusi pada sumbu Y, sehingga tidak terjadi heteroskedastisitas.

Keempat, Uji Linearitas. Uji linearitas bertujuan untuk mengetahui apakah dua variabel atau lebih yang diuji mempunyai hubungan yang linear atau tidak secara signifikan. Pengambilan keputusan uji linearitas didasarkan, pertama jika nilai probabilitas $> 0,05$ maka hubungan antara variabel (X) dengan (Y) adalah linear. Kedua, Jika nilai probabilitas $< 0,05$ maka hubungan antara variabel (X) dengan (Y) adalah tidak linear (Cruisietta Kaylana Setiawan dan Sri Yanthy Yosepha, 2020).

Kelima, Uji Korelasi. Analisis korelasi berusaha untuk mengukur kekuatan asosiasi linier (hubungan) antara dua variabel. Korelasi itu sendiri tidak mengungkapkan hubungan fungsional, atau dengan kata lain analisis korelasi tidak membedakan antara variabel dependen dan independen (Ghozali, 2018). Untuk mengetahui koefisien korelasi dan membenarkan hipotesis hubungan antara variabel skala/data/interval dengan interval lainnya, digunakan rumus *Pearson's Product-Moment Correlation* dengan rumus di bawah ini.

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

Keterangan:

Y_{xy} = Koefisien korelasi

N = Jumlah sampel

X = Angka mentah untuk variabel X

Y = Angka mentah untuk variabel Y

Korelasi Pearson *Product Moment*, merupakan pengukuran parametrik, akan menghasilkan Koefisien korelasi yang berfungsi untuk mengukur kekuatan hubungan linier antara dua variabel. Apabila hubungan dua variabel tidak linier, maka

Koefisien korelasi *Pearson* tersebut tidak mencerminkan kekuatan hubungan dua variabel yang sedang diteliti; meski kedua variabel mempunyai hubungan kuat.

Keenam, Uji Regresi Linear Sederhana. Pengujian hipotesis penelitian ini dilakukan dengan menggunakan teknik regresi sederhana. Regresi sederhana didasarkan pada hubungan fungsional atau kausal dari variabel independen terhadap variabel dependen. Penelitian ini menggunakan analisis data statistik berupa regresi linier kausal sederhana, atau dapat diketahui hubungan pengaruh model regresi sederhana dengan menggunakan aplikasi statistik *SPSS 25 for Windows*.

Analisis regresi sederhana digunakan untuk memprediksi perubahan variabel dependen (kesadaran merek) yang disebabkan oleh variabel independen (eksposur iklan). Melalui analisis regresi sederhana, kita dapat melihat bahwa dengan membandingkan nilai *t* hitung dengan nilai *t* tabel, kita dapat mengetahui apakah variabel independen memiliki pengaruh terhadap variabel dependen. Persamaan regresi sederhana adalah sebagai berikut:

$$Y = a + bX$$

Keterangan:

Y = Variabel terikat (Terpaan Iklan Sasa)

X = Variabel bebas (Kesadaran Merek)

a = Nilai konstanta, yaitu nilai Y jika X = 0

b = Nilai arah yang menunjukkan nilai peningkatan (+) atau nilai penurunan (-) variabel Y

Untuk menilai apakah ini berdampak, kita harus menentukan apakah nilai skor lebih besar dari tabel *t* (skor *t* > tabel *t*). Selain itu, Anda juga dapat melihat nilai *output* dari analisis SPSS. Jika nilai signifikansi lebih kecil dari 0,05 (sig > 0,05),

maka terdapat pengaruh antara variabel dependen dan independen. Lebih dalam Regresi sederhana dilakukan untuk mengetahui seberapa besar terpaan iklan (X) mempengaruhi kesadaran merek (Y) (Widodo, 2021).

Kelima, Uji Koefisien Determinasi. Koefisien determinasi (R^2) intinya, mengukur sejauh mana kemampuan model untuk menjelaskan perubahan variabel dependen. Nilai koefisien determinasi antara nol dan satu. Nilai R^2 yang kecil berarti kemampuan variabel independen untuk menjelaskan perubahan variabel dependen sangat terbatas. Nilai yang mendekati 1 berarti variabel independen menyediakan hampir semua informasi yang dibutuhkan untuk memprediksi perubahan variabel dependen (Ghozali, 2018).

Menurut Ghozali (2018), kelemahan mendasar dari penggunaan koefisien determinasi adalah adanya bias terhadap jumlah variabel bebas yang dimasukkan dalam model. Setiap kali variabel independen ditambahkan, maka R^2 akan meningkat pengaruh atau tidaknya variabel secara signifikan hal itu tetap membuat R^2 meningkat.

Oleh karena itu, banyak peneliti merekomendasikan penggunaan nilai *adjusted* R^2 saat mengevaluasi model regresi terbaik. Berbeda dengan R^2 , nilai *adjusted* R^2 dapat naik atau turun jika variabel independen ditambahkan ke dalam model. Dalam hal ini, R^2 yang disesuaikan mungkin negatif meskipun nilai yang diharapkan harus positif. Jika nilai R^2 negatif diperoleh dalam uji empiris, nilai yang disesuaikan dianggap sebagai 0 (Ghozali, 2018).

Keenam, Uji F. Menurut Ghozali (2018) pada saat yang sama, tes digunakan untuk menilai apakah variabel independen secara bersama-sama mempengaruhi variabel dependen dan untuk mengukur ketepatan fungsi regresi sampel untuk memperkirakan nilai sebenarnya melalui *goodness of fit*. Hipotesis akan diuji pada

tingkat signifikansi 0,05. Jika nilai signifikansi $< 0,05$, terima hipotesis bahwa ada pengaruh yang signifikan antara variabel independen dan dependen.

Goodness of fit dapat diukur dengan membandingkan nilai F hitung dengan tabel F. Nilai F tabel dapat dilihat dari nilai df1 dan df2. Nilai df1 merupakan jumlah variabel independen yang digunakan dalam penelitian. Df2 diperoleh dengan membagi jumlah observasi dengan jumlah variabel bebas yang digunakan dalam sampel, dikurangi satu ($n-k-1$). Jika nilai F hitung lebih besar dari nilai F pada tabel, berarti fungsi regresi sampel benar mengestimasi nilai sebenarnya atau model regresi dapat digunakan untuk memprediksi variabel independen..

Menurut Ghozali (2018), untuk menguji hipotesis ini digunakan statistik F dengan kriteria keputusan sebagai berikut. Pertama, *quick look*: H_0 ditolak pada tingkat kepercayaan 5% bila nilai F lebih besar dari 4. Dengan demikian, H_a menerima pernyataan bahwa semua variabel independen secara simultan dan signifikan mempengaruhi variabel dependen. Kedua, bandingkan F hitung dan F tabel. Bila skor F lebih besar dari nilai tabel F, tolak H_0 dan terima H_a .

Ketujuh, Uji T. Uji statistik t. Uji t-statistik pada dasarnya menunjukkan sejauh mana pengaruh variabel penjelas/independen saja yang menjelaskan variasi dalam variabel dependen. Signifikansi uji t-statistik adalah 5%. Menurut Ghozali (2018), t-statistik digunakan untuk menguji hipotesis ini dengan kriteria keputusan sebagai berikut.

Pertama, *quick look* tolak H_0 jika nilai t lebih besar dari 2 (nilai absolut) bila jumlah derajat bebas (df) 20 atau lebih dan tingkat kepercayaan 5%. Oleh karena itu, H_a diterima sebagai pernyataan bahwa variabel bebas secara parsial mempengaruhi variabel terikat. Kedua, membandingkan nilai statistik aritmatika t dengan tabel t. Bila nilai t hitung lebih besar dari nilai t tabel, tolak H_0 dan terima H_a .