



BAB III

METODE PENELITIAN

A. Subjek Penelitian

Pada penelitian ini, obyek yang digunakan oleh peneliti adalah warga Tanjung Priuk khususnya warakas RT 008 yang merupakan pengguna Ms Glow. Setelah menentukan obyek penelitian maka selanjutnya, harus diketahui berapa populasinya. Populasi merupakan keseluruhan dari subyek yang akan diukur. Saat peneliti menentukan warga Tanjung Priuk sebagai obyek penelitian, berjumlah 279 orang di daerah Warakas RT 008.

Peneliti akan melakukan ini dengan menyebar kuisisioner sebagai cara untuk mendapatkan data primer yang selanjutnya akan diteliti menggunakan statistik. Penelitian ini dilakukan untuk membuktikan adanya pengaruh *personal branding* Fuji Jian berdasarkan TEARS Model terhadap keputusan pembelian Ms Glow warga Tanjung Priuk khususnya daerah Warakas RT 008.

B. Desain Penelitian

Penelitian ini menggunakan penelitian kuantitatif dengan metode survey eksplanatori. Dengan menggunakan metode survei eksplanatori, maka kuisisioner merupakan instrumen utama dalam mengumpulkan data-data yang diperlukan untuk selanjutnya diteleli menggunakan statistik. Dalam penelitian ini kuisisioner digunakan peneliti dalam mengumpulkan data tentang *personal branding* dan keputusan pembelian. Nantinya, peneliti akan membuat pernyataan-pernyataan pada kuisisioner, lalu kemudian sampel sebagai responden dapat menjawab kuisisioner dengan skala likert.



Sugiyono (2018:15) menyatakan bahwa:

“Metode penelitian kuantitatif dapat diartikan sebagai metode penelitian yang berlandaskan pada filsafat positivisme digunakan untuk meneliti pada populasi atau sampel tertentu. Teknik pengumpulan data menggunakan instrumen penelitian, analisis data bersifat kuantitatif/statistik dengan tujuan untuk menguji hipotesis yang telah ditetapkan.”

Menurut Sinambela (2020) penelitian kuantitatif adalah jenis penelitian yang menggunakan angka-angka dalam memproses data untuk menghasilkan informasi yang terstruktur. Penelitian ini bertujuan untuk menguji pengaruh personal branding Fuji Jian berdasarkan TEARS Model terhadap keputusan pembelian warga Tanjung Priuk khususnya di daerah warakas RT 008. Penelitian ini juga diawali dengan mengkaji teori-teori dan pengetahuan yang sudah ada sehingga muncul sebab permasalahan.

Permasalahan tersebut diuji untuk mengetahui penerimaan atau penolaknya berdasarkan data lapangan. Adapaun data yang diperoleh adalah dalam bentuk angka. Dalam penelitian ini metode penelitian kuantitatif digunakan karena tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui apakah terdapat hubungan antara personal branding Fuji Jian terhadap keputusan pembelian Ms Glow Warga Tanjung Priuk khususnya di warakas RT 008.

Dalam penelitian ini skala pengukuran digunakan untuk dapat menunjukkan karakteristik suatu hal pendidikan, umur, dan sebagainya. Skala pengukuran yang digunakan dalam penelitian ini adalah skala interval. Alasannya adalah karena pada skala interval terdapat lima nilai skala dengan pengukuran prefensi sangat tidak setuju sampai sangat setuju. Skala ini cocok digunakan pada hampir semua uji statistik, kecuali yang mendasarkan pada rasio, seperti koefisien variasi.

C. Variabel Penelitian

Pada penelitian dengan menggunakan jenis kuantitatif, variabel merupakan hal penting. Karena variabel merupakan sebuah atribut yang bervariasi antara satu dengan yang lain. Jika tidak bervariasi maka tidak dapat dikatakan sebagai variabel. Kidder (dalam

Hak Cipta Ditanggung oleh Universitas Kwik Kian Gie (Institus Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)
1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mengantarkan sumbernya
a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.
b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.
2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.



Sugiyono, 2018:56) mengatakan suatu kualitas yang dipelajari dan ditarik kesimpulannya disebut sebagai variabel.

Dalam penelitian kuantitatif, terdapat macam-macam variabel. Yang paling umum adalah variabel independen dan variabel dependen. Begitu pula penelitian ini, peneliti hanya menggunakan dua jenis variabel tersebut. variabel independen juga bisa disebut variabel bebas, variabel ini adalah sesuatu yang mempengaruhi variabel dependen. Variabel dependen bisa juga dikatakan sebagai variabel terikat. Variabel ini merupakan sesuatu yang dipengaruhi oleh variabel independen.

Pada penelitian ini, peneliti telah menentukan masing-masing variabel yang akan diteliti. Variabel independen atau variabel bebas dalam penelitian ini adalah personal branding berdasarkan TEARS Model. Selain itu, peneliti menetapkan variabel dependen atau variabel terikat dalam penelitian ini adalah keputusan pembelian. dari kedua variabel tersebut yang telah ditentukan oleh peneliti ini, kemudian akan dilihat adanya pengaruh personal branding berdasarkan TEARS Model terhadap keputusan pembelian. berikut ini adalah tabel instrumen variabel independen dan dependen.

1. Dilarang menyalin atau menyalin sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencaumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.

2. Dilarang menggunakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.



Table 3. 1

Variable Pernyataan X

Variabel	Indikator	Item Pernyataan	Skala Ukur
Pengaruh Personal Branding Fuji Jian (X)	1. <i>Trustworthiness</i>	1. Fuji Jian memiliki integritas yang tinggi dalam membranding dirinya sendiri di media sosial 2. Personal branding dari seorang Fuji Jian dapat membuat Ms Glow dipercaya oleh konsumen. 3. Personal branding Fuji Jian sangat bagus dalam menarik audiens.	Interval
Pengaruh Personal Branding Fuji Jian (X)	2. <i>Expertise</i>	1. Fuji Jian mampu menyampaikan pesan merek dengan baik sehingga mendorong konsumen untuk melakukan keputusan pembelian 2. Fuji Jian sesuai dalam mem- <i>personal branding</i> dirinya sendiri karena pernah memiliki pengalaman membrandng merek lain. 3. Fuji Jian layak karena Fuji Jian juga banyak prestasi	Interval

© Himpunan Ilmiah (IBIKKGG) Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie

1. Dilarang menyalin, mengutip, atau menjiplak seluruh atau sebagian dari isi karya tulis ini tanpa menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKGG.
2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKGG.



<p>Pengaruh Personal Branding Fuji Jian</p> <p>(X) Hak cipta milik IBIKGI (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)</p> <p>Hak Cipta dilindungi Undang-Undang</p> <p>Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:</p> <p>a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.</p> <p>b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKGI.</p>	<p>3. <i>Attractiveness</i></p>	<p>1. Fuji Jian memiliki daya tarik fisik yang menarik</p> <p>2. Fuji Jian juga memiliki pengaruh yang baik</p> <p>3. Fuji Jian juga memiliki karakter yang positif</p>	<p>Interval</p>
<p>Pengaruh Personal Branding Fuji Jian</p> <p>(X) Hak cipta milik IBIKGI (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)</p> <p>Hak Cipta dilindungi Undang-Undang</p> <p>Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:</p> <p>a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.</p> <p>b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKGI.</p>	<p>4. <i>Respect</i></p>	<p>1. Fuji Jian dihargai masyarakat karena popularitasnya</p> <p>2. <i>Personal branding</i> Fuji Jian dapat membujuk masyarakat dengan baik.</p> <p>3. Fuji Jian dihargai karena Fuji Jian mempunyai sifat yang positif</p>	<p>Interval</p>
<p>Personal Branding Model berdasarkan TEARS</p> <p>(X) Hak cipta milik IBIKGI (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)</p> <p>Hak Cipta dilindungi Undang-Undang</p> <p>Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:</p> <p>a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.</p> <p>b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKGI.</p>	<p><i>Similiarty</i></p>	<p>1. Pengalaman pembelian produk Ms Glow mempengaruhi personal branding Fuji Jian</p> <p>2. Target khalayak Ms glow mencerminkan Personal Branding Fuji Jian</p> <p>3. Pengalaman khalayak Ms Glow mencerminkan personal branding Fuji Jian</p>	<p>Interval</p>



Table 3. 2

Variable Pernyataan Y

Variabel	Dimensi	Item Pernyataan	Skala
Keputusan Pembelian (Y) Kotler dan Amstrong (dalam Priansa 2017:481)	1.Pilihan Produk	1. Ms Glow mempunyai keunggulan produk yang dibutuhkan oleh konsumen 2. Ms Glow produk dapat memberikan manfaat dalam memenuhi kebutuhan konsumen 3. konsumen memilih produk yang sesuai dengan kualitas yang diinginkan.	Interval
Keputusan Pembelian (Y) Kotler dan Amstrong (dalam Priansa 2017:481)	2.Pilihan Merek	1. Konsumen memiliki kebiasaan pada merek Ms Glow 2. Konsumen akan membandingkan harga sebelum membeli produk 3. Konsumen akan membandingkan produk Ms Glow dengan produk yang lain sebelum membeli	Interval
Keputusan Pembelian (Y) Kotler dan Amstrong (dalam Priansa 2017:481)	3.Pilihan Saluran Pembelian	1. Konsumen merasakan kenyamanan dalam berbelanja 2. Distribusi produk cepat dan mudah 3. Konsumen merasakan kemudahan dalam berbelanja	Interval
Keputusan Pembelian (Y) Kotler dan Amstrong (dalam Priansa 2017:481)	4.Waktu Pembelian	1. Konsumen membeli produk sesuai kebutuhannya 2. Konsumen akan merasakan keuntungan dari produk yang dibelinya 3. Konsumen memiliki alasan dalam melakukan pembelian.	Interval
Keputusan Pembelian (Y) Kotler dan Amstrong (dalam Priansa 2017:481)	5.Jumlah Pembelian	1. Konsumen membeli produk dengan jumlah yang telah ditentukan 2. Konsumen membeli produk untuk persediaan 3. Konsumen membeli produk sesuai kebutuhan	Interval

© Harjito Priansa (Institusi Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)

1. Dilarang menyalin atau menjiplak sebagian atau seluruh isi buku ini tanpa izin penerbit.

2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.

D. Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data dilakukan untuk mengumpulkan data primer dan sekunder.

Dalam penelitian ini, teknik pengumpulan data yang digunakan adalah dengan menggunakan teknik kuisioner.

1. Data Primer

Data primer merupakan data asli yang dihasilkan oleh peneliti secara langsung.

Untuk mengumpulkan data primer, peneliti akan menggunakan teknik kuisioner dan wawancara. Menurut Sugiyono (2018:219), memberikan sejumlah pertanyaan kepada responden untuk kemudian dijawab adalah teknik pengumpulan data kuisioner.

Data primer pada penelitian ini merupakan jumlah sampel yang sebelumnya telah ditentukan terlebih dahulu oleh peneliti. Setelah peneliti menentukan obyek penelitian yaitu pengguna produk Ms Glow, peneliti menetapkan jumlah sampel yang akan menjadi responden kuisioner penelitian ini sebanyak orang. Jumlah ini didapatkan berdasarkan perhitungan menggunakan rumus yang telah ditentukan.

Dalam kuisioner, peneliti menggunakan skala likert dalam mengukur jawaban responden, nantinya, jawaban responden berdasarkan skala likert ini akan dihitung frekuensi dan persentasenya. Skala likert yang digunakan dalam kuisioner pada penelitian ini adalah sebagai berikut.



Table 3. 3

Skala Likert

Skala Peringkat	Nilai
Sangat Tidak Setuju	1
Tidak Setuju	2
Kurang Setuju	3
Setuju	4
Sangat Setuju	5

E Teknik Pengambilan Sample

Dalam menentukan sampel yang akan diteliti, peneliti lebih dulu menentukan populasi yang ada. Menurut Sugiyono (2018:130), keseluruhan subyek yang akan diteliti dan memiliki karakteristik dan kuantitas tertentu yang telah ditetapkan oleh peneliti merupakan definisi populasi. Sementara jumlah bagian dari populasi disebut sampel, jumlah sampel yang diambil harus representatif karena dari sampel tersebut peneliti akan dapat menarik kesimpulan dari sampel yang dipelajari.

Populasi dalam penelitian ini adalah warga Tanjung Priuk khususnya daerah warakas RT 008 yang menggunakan produk Ms Glow.

Peneliti memilih warga tanjung priuk karena sesuai dengan kriteria yaitu, menggunakan produk Ms Glow dan juga mengetahui terhadap Fuji Jian sendiri. Peneliti menggunakan teknik non-probabilitas (non-probability) dengan sampel purposif (purposive sampel) sebagai teknik pengambilan sampel. Dalam teknik purposive sampling, sampel ditentukan dengan kriteria tertentu yang telah ditetapkan oleh peneliti. Kriteria yang telah ditetapkan peneliti dalam menentukan sampel adalah sebagai berikut:

1. Warga Tanjung Priuk daerah Warakas RT 008 yang membeli produk Ms Glow

© Hak cipta milik IBI KKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)

1. Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang
 a. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.
 c. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.
 d. Dilarang mengumumkannya dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.



2. Warga Tanjung Priuk daerah Warakas RT 008 yang mengetahui *Personal Branding*

Fuji Jian

3. Warga Tanjung Priuk daerah Warakas RT 008 yang menggunakan produk Ms Glow

Peneliti akan menyebarkan kuisioner kepada orang responden. Penentuan sampel ini dihitung dengan menggunakan rumus slovin.

$$n = \frac{N}{1+N(e)^2}$$

Keterangan:

n = Jumlah Sampel

N = Jumlah Populasi

e = kelonggaran ketidakteelitian karena kesalahan pengambilan sampel yang dapat ditolelir (10%)

Jumlah populasi warga Tanjung Priuk khususnya daerah Warakas RT 008 yang menggunakan produk Ms Glow adalah sebesar 279 orang. Maka perhitungan untuk mengukur jumlah sampel yang akan digunakan adalah sebagai berikut:

$$n = \frac{279}{1 + 279(0,1)^2} = \frac{279}{2,8} = 99,64 = 100$$

F. Teknik Analisis Data

1. Uji Validitas

Menurut Sugiyono (2017:267), uji validitas adalah data yang memiliki derajat ketepatan antara yang sebenarnya terjadi dan apa yang disampaikan oleh peneliti. Dalam penelitian kuantitatif, data yang dianggap reliabel adalah apabila data yang dihasilkan dalam penelitian dengan dua atau lebih peneliti dalam obyek yang sama menghasilkan data yang sama.

Kriteria utama uji validitas dalam penelitian kuantitatif adalah valid, reliabel, dan obyektif. Uji validitas ini dilakukan untuk mengukur apakah data yang telah didapat



setelah penelitian merupakan data yang valid atau tidak, dengan menggunakan alat ukur yang digunakan (kuesioner). Uji validitas menggunakan rumus Pearson's Correlation dan pengujiannya dibantu dengan program SPSS. Berikut ini adalah rumus Pearson's Product

Moment.

$$r = \frac{N \sum xy - [\sum x][\sum y]}{\sqrt{(N \sum X^2 - (\sum X)^2)(N \sum Y^2 - (\sum Y)^2)}}$$

Keterangan:

r = koefisien *pearson's product moment*

n = jumlah individu dalam sampel

$\sum x$ = jumlah skor butir variabel X

$\sum y$ = jumlah skor butir variabel Y

Hasail dari r hitung dibandingkan r tabel dengan tingkat kepercayaan 0,05 atay 5% dari tabel r product moment, jika r hitung > r tabel maka butir pertanyaan yang diteliti dianggap valid, sebaiknya jika r hitung < r tabel maka butir pertanyaan dianggap tidak valid.

2. Uji Reliabilitas

Setelah melakukan uji validitas, maka selanjutnya peneliti akan melakukan uji reliabilitas. Uji reliabilitas merupakan alat untuk mengukur konsistensi kuesioner yang merupakan indikator dari variabel atau konstruk. Uji reliabilitas dilakukan agar dapat diketahui ketetapan suatu instrumen variabel. Data yang memiliki tingkat reliabel yang tinggi, maka akan memberikan hasil yang dapat dipercaya. Pengujian reliabilitas dilakukan dengan teknik cronbach alpha.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang
1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.
b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.
2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.

Ha cipta milik IBIKKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)



$$r_n = \left(\frac{k}{k-1} \right) \left(1 - \frac{\sum \delta b^2}{\delta 1^2} \right)$$

Keterangan:

- r_n = reliabilitas instrumen
- k = banyak butir pertanyaan
- $\sum b^2$ = jumlah varian butir
- $\sum 1^2$ = varian total

3. Uji Asumsi Klasik

a. Uji Normalitas

Uji normalitas merupakan salah satu bagian dari uji asumsi klasik yang tujuannya adalah untuk mengetahui apakah data berdistribusi dengan normal. Uji normalitas wajib dilakukan setelah melakukan uji validitas dan reliabilitas. Uji normalitas adalah data telah valid dan reliabel. Distribusi data yang normal berarti model regresi yang baik.

Ada banyak teknik dalam melakukan uji normalitas. Pada penelitian ini, peneliti akan menggunakan teknik statistik Kolmogorov-Sminorv pada program IBM SPPSS Statistics 26. Dasar pengambilan keputusan pada uji normalitas adalah sebagai berikut.

- a. Data berdistribusi dengan normal, jika mempunyai nilai *Asymp, Sig* > 0,05
- b. Data berdistribusi dengan tidak normal, jika mempunyai nilai *Asym, Sig* < 0,05

4. Uji Regresi Linier Sederhana

Menurut Sugiyono (2018:300), hubungan sebab akibat antara satu variabel bebas dengan satu variabel terikat merupakan dasar dari uji regresi sederhana. Analisis regresi dilakukan untuk mengetahui bagaimana variabel dependen dapat diprediksikan melalui variabel independen secara individu. Berikut ini merupakan rumus analisis regresi sederhana.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang
 Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mengacaukan isi dan menyebutkan sumber:
 a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.
 b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.
 2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.

Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie



$$y' = a + bX$$

Keterangan:

- 1. Y = variabel dependen (nilai yang diprediksi)
- a. X = variabel independen
- a. = konstanta (nilai Y' apabila $X=0$)
- b. = koefisien regresi (nilai peningkatan ataupun penurunan)

1. Uji Statistik T

Untuk dapat membuktikan hipotesis yang telah ditemukan oleh Peneliti, maka dilakukan uji t. Ariyanti (2018:102) mengatakan bahwa tujuan dilakukan pengujian t adalah untuk mengetahui sejauh mana pengaruh variabel bebas secara terhadap variabel terikat. Pada penelitian ini, ingin diketahui seberapa besar pengaruh variabel *personal branding* berdasarkan TEARS Model terhadap variabel keputusan pembelian.

Pada penelitian ini, uji t dilakukan dengan menggunakan program IBM SPSS Statistics 26. Fungsi uji t adalah menguji perbedaan rata-rata antara dua cuplikan (sampel). Dalam uji t, dasar pengambilan keputusan dapat dilakukan dengan dua cara yaitu, dengan melihat nilai nilai signifikan atau membandingkan nilai t hitung dengan t tabel, asumsinya adalah sebagai berikut.

Satu, jika nilai Asymp Sig. < 0,05 atau nilai t hitung > t tabel, maka berarti H_0 ditolak, H_a diterima. Bisa dikatakan bahwa variabel bebas berpengaruh terhadap variabel terikatnya. Dua, jika nilai Asym Sig. > 0,05 atau nilai t hitung < t tabel, maka H_0 diterima, H_a ditolak. Bisa dikatakan bahwa variabel bebas tidak berpengaruh terhadap variabel terikatnya.

2. Uji Statistik F

Hak cipta milik IBI IKKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruhnya atau melakukan penjiplakan dalam bentuk apapun tanpa izin IBI IKKG.
a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.
b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBI IKKG.

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBI IKKG.



Menurut Ariyanti (2018:102), Uji f digunakan dalam analisis regresi untuk mengetahui pengaruh variabel bebas terhadap variabel terikat secara simultan atau dapat

dikatakan secara bersamaan. Pada penelitian ini, peneliti menggunakan program IBM SPSS Statistics 26. Dalam uji f, dasar pengambilan keputusan dapat dilakukan dengan dua cara yaitu dengan melihat nilai nilai sigifikansi atau dengan membandingkan nilai f hitung dengan nilai f tabel, asumsinya adalah sebagai berikut.

Satu, jika $f_{hitung} > f_{tabel}$ atau nilai $Asym\ Sig. < 0,05$ maka dapat dikatakan variabel bebas berpengaruh terhadap variabel terikatnya. Dua, jika $f_{hitung} < f_{tabel}$ atau nilai $Asym\ Sig. > 0,05$ maka dapat dikatakan variabel bebas tidak berpengaruh terhadap variabel terikatnya.

Uji F juga bertujuan untuk mencari apakah variabel independen secara bersama – sama (stimultan) mempengaruhi variabel dependen. Uji F dilakukan untuk melihat pengaruh dari seluruh variabel bebas secara bersama-sama terhadap variabel terikat. Uji serentak (uji f) yaitu uji untuk melihat bagaimanakah pengaruh semua variabel bebasnya secara bersama

1. Dilarang menyalin atau menyalin sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa izin IBIKKG.
a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.

2. Dilarang menggunakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.