



BAB III

METODE PENELITIAN



Hak cipta dilindungi Undang-undang
© Hak cipta dilindungi IBI KIAN GIE (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)

A. Objek Penelitian

Objek penelitian yang diteliti dalam penelitian ini ialah produk *Scarlett Whitening* dan subjek dalam penelitian ini adalah konsumen yang pernah menggunakan produk *Scarlett Whitening*.

B. Desain Penelitian

Menurut Sekaran dan Bougie (2017:108), desain penelitian merupakan suatu bentuk persiapan untuk mengumpulkan, mengukur, serta melakukan analisa terhadap pertanyaan yang ada. Beberapa yang dibahas terkait dengan keputusan yaitu tentang :

1. Tujuan Studi

Tujuan studi dibagi ke dalam tiga sifat, yakni deskriptif, eksploratif, dan kausal. Peneliti menggunakan studi deskriptif dan kausal dalam penelitian ini. Studi deskriptif bertujuan memberikan ilustrasi mengenai manusia, kejadian, maupun situasi tertentu. Studi kausal meneliti keterkaitan antara satu konstruk dengan yang lain dalam membuat perubahan.

Tingkat Intervensi

Tingkat intervensi berhubungan dengan pemilihan jenis studi, antara korelasional dan kausal. Studi korelasional dilakukan menggunakan intervensi minimum dan arus kejadian normal. Studi kausal digunakan dengan cara memanipulasi konstruk guna melihat pengaruhnya pada konstruk terikat yang diteliti. Dalam penelitian ini,

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.



peneliti menggunakan studi korelasional dengan intervensi minimum, yaitu mengumpulkan data dengan cara menyebarkan kuesioner kepada responden yang dituju.

C

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

5

Situasi Studi

Terdapat dua jenis situasi studi, yakni situasi yang diatur dan tidak diatur. Berdasarkan tingkat intervensi dan studi yang diterapkan, maka peneliti menggunakan situasi tidak diatur (*noncontrived setting*) dan disebut sebagai studi lapangan (*field study*).

4 Strategi Penelitian

Strategi penelitian yang digunakan dalam penelitian ini ialah dengan menggunakan statistik untuk mengumpulkan data dari orang yang mendeskripsikan, membandingkan, serta menjelaskan pengetahuan sikap, dan perilaku mereka. Survei tersebut dilakukan melalui penyebaran kuesioner secara *online* melalui *google form* yang disebarakan melalui media statis.

5 Unit Analisis

Unit analisis membahas tentang tingkat kesatuan data yang telah dikumpulkan dalam analisis data sebelumnya dengan menggunakan unit analisis individu karena didasarkan pada setiap individu yang berbeda.

Horizon Waktu

Terdapat dua jenis horizon waktu, yakni studi *cross sectional* dan *longitudinal*. Studi *longitudinal* adalah studi yang mempelajari tentang manusia atau fenomena dalam lebih dari satu batas waktu ketika menjawab pertanyaan penelitian. Dalam penelitian ini, peneliti menerapkan studi *cross sectional*, yakni sebuah studi yang

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.



dilaksanakan berdasarkan satu periode waktu untuk mengumpulkan data, yaitu selama periode hari, minggu, atau bulan untuk menjawab pertanyaan penelitian.



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

C Variabel Penelitian

Terdapat 2 jenis variabel dalam penelitian ini, variabel tersebut terdiri atas variabel bebas dan variabel terikat. Menurut Sekaran dan Bougie (2017:79) variabel bebas yaitu variabel yang mempengaruhi variabel terikat, baik secara positif atau statistik. Variabel bebas yang digunakan adalah *brand ambassador* dan citra merk. Sedangkan menurut Sekaran dan Bougie (2017:77), variabel terikat adalah variabel yang menjadi perhatian utama dalam penelitian. Variabel terikat dalam penelitian adalah keputusan pembelian. Terdapat beberapa variabel yang diteliti dalam penelitian ini yakni *Brand Ambassador* (X1) dan Citra Merek (X2) yang menjadi variabel bebas (independen) dan Keputusan Pembelian (Y) yang menjadi variabel terikat (dependen) yang akan dijabarkan seperti di bawah ini :

1. Variabel Bebas (independen)

a. Variabel *brand ambassador*

Menurut Firmansyah (2019) *brand ambassador* ialah seorang individu yang mempunyai kecintaan terhadap suatu merk dan bisa memberikan pengaruh ataupun mengajak konsumen untuk melakukan pembelian ataupun menggunakan produk. Pengukuran variabel dimanfaatkan dalam penelitian ini dengan memanfaatkan empat dimensi beserta pertanyaan yang dijabarkan pada tabel 3.1 di bawah ini :

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 mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.



Tabel 3.1
Dimensi *Brand Ambassador*

Variabel	Dimensi	Pernyataan	Skala
Brand Ambassador	Visibility	1. Saya mengetahui Song Joong Ki sebagai <i>brand ambassador Scarlett Whitening</i>	Likert
		2. Ketrampilan Song Joong Ki mempromosikan produk <i>Scarlett Whitening</i> sangat menarik	Likert
	Credibility	1. Song Joong Ki memiliki wawasan yang luas mengenai produk <i>Scarlett Whitening</i>	Likert
		2. Song Joong Ki memiliki keahlian dalam mengkomunikasikan produk <i>Scarlett Whitening</i>	Likert
	Attraction	1. Saya tertarik dengan <i>Scarlett Whitening</i> karena Song Joong Ki menjadi <i>brand ambassador</i> -nya	Likert
		2. Song Joong Ki memiliki daya tarik dalam membintangi iklan <i>Scarlett Whitening</i>	Likert
	Power	1. Pesona Song Joong Ki mampu mempengaruhi sikap saya akan <i>Scarlett Whitening</i>	Likert
		2. Pesona Song Joong Ki mampu mempengaruhi pemikiran saya akan <i>Scarlett Whitening</i>	Likert

Sumber : Rossiter & Percy (2015) dalam M.Fajarudin (2021)

Bedasarkan Tabel 3.1 di atas dapat dilihat mengenai butir pertanyaan yang dapat diberikan kepada responden terkait objek yang mengenai variabel *brand ambassador* dengan 4 dimensi yang terkait, yakni *visibility*, *credibility*, *attraction*, dan *power*.

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

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian

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.



b. Variabel citra merk

Pengukuran variabel dimanfaatkan dalam penelitian ini dengan memanfaatkan dalam dimensi beserta pertanyaan yang dijabarkan pada tabel 3.2 di bawah ini :

Tabel 3.2
Dimensi Citra Merk

Variabel	Dimensi	Pernyataan	Skala
Citra Merk	<i>Favourability</i>	1. Scarlett Whitening memiliki citra produk yang baik	Likert
		2. Saya selalu mengingat merk <i>Scarlett Whitening</i>	Likert
		3. Saya menyukai rangkaian produk <i>Scarlett Whitening</i>	Likert
		4. Banyak tanggapan positif dari konsumen tentang produk <i>Scarlett Whitening</i>	Likert
		5. Produk <i>Scarlett Whitening</i> memiliki manfaat yang saya butuhkan	Likert
		6. Saya sangat puas dengan produk <i>Scarlett Whitening</i>	Likert

Sumber : Keller dan Swaminathan (2020)

Bedasarkan Tabel 3.2 di atas dapat dilihat mengenai pertanyaan yang dapat diberikan kepada responden terkait objek mengenai variabel citra merk dengan satu dimensi yakni *favourability*.

2. Variabel terikat (dependen)

a. Variabel keputusan pembelian

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.



Pengukuran variabel dimanfaatkan dalam penelitian ini dengan memanfaatkan dalam dimensi beserta pertanyaan yang dijabarkan pada tabel 3.2 di bawah ini :

Tabel 3.3
Dimensi Keputusan Pembelian

Variabel	Dimensi	Pernyataan	Skala
Keputusan Pembelian	Jenis Produk	<i>Scarlett Whitening</i> memiliki beragam produk yang sesuai dengan kebutuhan saya	Likert
	Karakteristik Produk	<i>Produk Scarlett Whitening</i> memiliki design yang menarik	Likert
	Pemilihan Merk	Saya memilih <i>Scarlett Whitening</i> setelah membandingkan dengan merk lain	Likert
	Penjualan	<i>Produk Scarlett Whitening</i> mudah ditemukan dimana saja	Likert
	Waktu Pembelian	<i>Produk Scarlett Whitening</i> dapat dibeli secara online maupun offline	Likert
	Jumlah Pembelian	Saya akan membeli produk <i>Scarlett Whitening</i> lebih dari satu produk	Likert

Sumber : Firmansyah (2019)

Berdasarkan Tabel 3.3 di atas dapat dilihat mengenai butir pertanyaan yang dapat diberikan kepada responden terkait objek yang mengenai variabel keputusan pembelian dengan 6 indikator terkait, jenis produk, karakteristik produk, pemilihan merk, penjualan, waktu pembelian, dan jumlah pembelian.

D. Teknik Pengambilan Sampel

Dalam penelitian ini, peneliti menggunakan teknik pengambilan sample berupa teknik *non-probability sampling*, yaitu status pengambilan sample yang tidak memberikan peluang yang sama di setiap unsur populasi untuk dipilih menjadi sample.

Menurut Sekaran dan Bougie (2017:59) *non-probability sampling* adalah teknik

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.



pengambilan sample dimana tidak memberikan peluang yang diketahui atau yang ditentukan sebelumnya sebagai subjek. Pemilihan metode tersebut dilakukan karena tidak dapat diketahui secara pasti banyaknya jumlah konsumen yang menggunakan produk Scarlett Whitening. Teknik sampling yang digunakan adalah metode *judgement sampling* sebagaimana dijelaskan dalam Sekaran dan Bougie (2017:68) teknik pengambilan sample yang digunakan didasarkan pada dasar pertimbangan tertentu. Kriteria responden yang dipilih dalam penelitian ini yakni dengan kriteria sebagai berikut :

1. Mengenal Song Joong Ki sebagai *brand ambassador Scarlett Whitening*
2. Pernah melakukan pembelian dan menggunakan produk *Scarlett Whitening*

Menurut Hair et al. (2019:132) dalam rasio pengamatan terhadap variabel, umumnya memiliki setidaknya lima kali lebih banyak daripada jumlah sampel yang akan dianalisis dan akan lebih diterima dengan rasio 10:1. Jumlah sampel yang kurang dari 50 tidak dapat menganalisis faktor, sebaiknya jumlah sampel harus bernilai 100 atau lebih besar. Dalam penelitian, terdapat 20 item pertanyaan agar rekomendasi dari teori terpenuhi maka jumlah sampel adalah 5 kali jumlah pertanyaan atau sebanyak $5 \times 20 = 100$ responden.

E Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data yang digunakan adalah teknik komunikasi dengan cara menyebarkan kuesioner secara online kepada setiap responden menggunakan *google form* untuk memperoleh data yang dibutuhkan selama penelitian. Responden diminta untuk menjawab setiap pertanyaan dan beberapa butir pertanyaan yang terkandung di



dalam kuesioner berkaitan dengan *brand ambassador*, citra merek, dan keputusan pembelian. Kuesioner yang digunakan dalam penelitian ini bersifat tertutup dengan berbagai pilihan jawaban yang ditentukan peneliti sehingga responden memiliki keterbatasan ketika menjawab kuesioner.

Pengumpulan data kuesioner yang dilakukan oleh peneliti menggunakan skala likert. Setiap tanggapan responden akan diberikan skor berupa angka yang mencerminkan tingkat persetujuan. Skor nilai yang diberikan bagi setiap pernyataan dalam kuesioner ialah sebagai berikut :

Tabel 3.4
Skor Pembobotan Interval Kuesioner

keterangan	bobot
Sangat tidak setuju	1
Tidak setuju	2
Netral	3
Setuju	4
Sangat setuju	5

Sumber : Data diolah, 2023

F. Teknik Analisis Data

Proses pengolahan data dilakukan supaya lebih memudahkan untuk menentukan hasil dari pengumpulan data kuesioner. Dalam penelitian ini alat bantu *software* yang digunakan menganalisis data adalah *Statistical Produk & Services Solution (SPSS)*. Peneliti memilih menggunakan teknik analisis data dalam penelitian adalah sebagai berikut :

G. Uji Validitas

Menurut Ghazali (2018:51) uji validitas digunakan untuk mengukur sah atau valid tidaknya suatu kuesioner. Suatu kuesioner dapat dikatakan valid jika



pertanyaan pada kuesioner mampu menyatakan fakta yang ingin diteliti. Kuesioner dalam uji validitas harus diisi minimal 30 responden agar distribusi skor (nilai) mendekati kurva normal. Uji validitas pada penelitian ini dilakukan dengan kriteria sebagai berikut :

- (1) Jika r dihitung $> r$ tabel maka pernyataan tersebut dinyatakan valid.
- (2) Jika r dihitung $< r$ tabel maka pernyataan tersebut dinyatakan tidak valid.

2. Uji Reliabilitas

Menurut Ghazali (2018:45) uji reliabilitas adalah alat untuk mengukur suatu kuesioner yang merupakan indikator dari variabel atau konstruk. Suatu kuesioner dinyatakan reliabel atau handal jika jawaban seseorang terhadap pernyataan adalah konsisten atau stabil dengan menggunakan SPSS dengan uji 9tastic *cronbach's alpha*. Variabel penelitian ini dinyatakan reliabel dengan kriteria sebagai berikut :

- (1) Jika nilai *cronbach's alpha* $> 0,70$ maka disebut reliabel
- (2) Jika nilai *cronbach's alpha* $< 0,70$ maka disebut tidak reliabel

3. Analisis Deskriptif

a. Rata-rata Hitung (*Mean*)

Setelah data kuesioner dikumpulkan, akan dilakukan perhitungan untuk mengetahui tingkat rata-rata respon konsumen. Rumus *mean* yang digunakan untuk melakukan analisis adalah sebagai berikut :

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

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

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.



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

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 mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.

$$\bar{x} = \sum \frac{Fi \cdot Xi}{n}$$

Keterangan :

\bar{x} = Skor rata-rata tertimbang

Fi = Frekuensi pemilihan nilai

Xi = Skor (1, 2, 3, 4, 5)

n = Total jumlah frekuensi

b. Selang Kepercayaan

Selang kepercayaan digunakan untuk mengetahui perkiraan rentang nilai yang mencakup nilai parameter populasi sebenarnya. Analisis ini untuk menghitung selang kepercayaan dengan rumus :

$$CI = \bar{x} \pm Z \frac{s}{\sqrt{n}}$$

Keterangan :

CI = *Confidence interval*

\bar{x} = *Sample mean*

Z = *Confidence level value*

s = *Sample standard deviation*

n = *Sample size*



c. Rentang Skala

Pengukuran data kuesioner dilakukan menggunakan skala likert. Menurut Sekaran dan Bougie (2017:30) skala likert di desain untuk menalaah seberapa kuat subjek setuju atau tidak setuju dengan pernyataan pada skala lima titik dengan panduan seperti :

Tabel 3.5
Skor Penilaian Skala Likert

Penilaian	Skor
Sangat setuju (SS)	5
Setuju (S)	4
Cukup setuju (CS)	3
Tidak setuju (TS)	2
Sangat tidak setuju (STS)	1

Sumber : Data diolah, 2023

Dihitung dengan rumus rentang skala sebagai berikut :

$$range = \frac{m - p}{b}$$

Keterangan :

m = Rata-rata tertinggi

p = Rata-rata terendah

b = Banyaknya kelas / kategori

Untuk menentukan posisi jawaban yang diperoleh, maka dapat dilihat pada Gambar 3.1 di bawah ini :

Gambar 3.1
Rentang Skala



Pada Gambar 3.1 merupakan kategorisasi bagian dari rentang skala. Sehingga bentuk penilaian rentang skala yang digunakan untuk memudahkan pemahaman dalam menggambarkan keseluruhan pernyataan adalah pada Tabel 3.6 di bawah ini :

Tabel 3.6
Penilaian Rentang Skala

Rentang Nilai	Keterangan
1,00 - 1,80	Sangat tidak setuju
1,81 - 2,60	Tidak setuju
2,61 - 3,40	Cukup setuju
3,41 - 4,20	Setuju
4,21 - 5,00	Sangat setuju

Sumber : Data diolah, 2023

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

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.

4. Analisis Regresi Berganda

Analisis regresi ganda menggunakan lebih dari satu variabel bebas untuk menjelaskan varians dalam variabel terikat. Penelitian ini menggunakan analisis regresi ganda dengan model persamaan sebagai berikut :

$$Y = \beta_0 + \beta_1 X_1 + \beta_2 X_2 + e$$

Keterangan :

Y = Keputusan pembelian

β = Nilai konstanta



β_1 = Koefisien regresi variabel *brand ambassador*

β_2 = Koefisien regresi variabel citra merk

X_1 = *Brand ambassador*

X_2 = Citra merk

e = *Term of error*

a. Uji Asumsi Klasik

(1) Uji Normalitas

Menurut Ghozali (2018:161) uji normalitas bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi, variabel pengganggu atau residual memiliki distribusi normal. Uji normalitas dapat diuji dengan uji Kolmogorov Smirnov (K-S) dilakukan dengan pengambilan keputusan sebagai berikut :

- Jika probabilitas $< 0,05$ maka data residual berdistribusi tidak normal
- Jika probabilitas $> 0,05$ maka data residual berdistribusi normal

(2) Uji Heteroskedastisitas

Menurut Ghozali (2018:137), uji heteroskedastisitas bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi terjadi ketidaksamaan varian dari residual satu pengamatan ke pengamatan yang lain. Jika varian residual dari satu pengamatan ke pengamatan lain tetap, maka disebut homokedastisitas dan jika berbeda disebut heteroskedastisitas. Uji heteroskedastisitas dapat dilakukan dengan pengambilan keputusan sebagai berikut :

- Jika probabilitas $> 0,05$ maka tidak terjadi heteroskedastisitas

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.



(b) Jika probabilitas $< 0,05$ maka terjadi heteroskedastisitas

(3) Uji Multikolinearitas

Menurut Ghozali (2018:107) uji multikolinearitas bertujuan untuk menguji apakah model regresi ditemukan adanya korelasi yang kuat antar 35 variabel bebas (independent). Model regresi yang baik seharusnya tidak terjadi korelasi diantara variabel independen untuk menguji adanya multikolinearitas dapat dilihat dari nilai *tolerance* atau VIF (*Variance Inflation Factor*) dan toleransi pedoman suatu model regresi yang bebas multikolinearitas adalah sebagai berikut :

- (a) Jika nilai *tolerance* $> 0,10$ atau VIF < 10 maka tidak terdapat multikolinearitas
- (b) Jika nilai *tolerance* $< 0,10$ atau VIF > 10 maka terdapat multikolinearitas

b. Uji Statistik F

Menurut Ghozali (2018:98) uji F dilakukan untuk menunjukkan apakah semua variabel bebas atau independen memiliki pengaruh terhadap variabel terikat atau dependen. Hasil uji statistik F dapat dilihat dengan hipotesis sebagai berikut :

$$H_0 : \beta_1 = \beta_2 = 0$$

$$H_a : \beta_1 \neq \beta_2 \neq 0$$

Keputusan uji statistik F diambil berdasarkan kriteria sebagai berikut :



- (1) Taraf signifikansi ($\alpha = 0,05$)
- (2) Jika signifikasi (sig) $F < 0,05$, maka tolak H_0 artinya model regresi tersebut dapat digunakan
- (3) Jika signifikasi (sig) $F > 0,05$, maka tidak tolak H_0 artinya model regresi tersebut tidak dapat digunakan

c. Uji Stastitik t

Menurut Ghozali (2018:99) uji t pada dasarnya dilakukan untuk menunjukkan seberapa jauh pengaruh suatu variabel bebas atau independen secara individual dalam menerangkan variabel dependennya. Hasil uji stastitik t dapat dilihat dari tabel *coefficients* dengan hipotesis sebagai berikut :

$$H_0 = \beta_1 = 0$$

$$H_a = \beta_1 > 0$$

$$H_0 = \beta_2 = 0$$

$$H_a = \beta_2 > 0$$

Keputusan uji statistik t diambil bedasarkan kriteria sebagai berikut :

- (1) Jika hasil uji t memiliki nilai Sig. $< 0,05$ maka tolak H_0 , hal ini menunjukkan bahwa variabel bebas secara individual mempengaruhi variabel terikat.
- (2) Jika hasil uji t memiliki nilai Sig. $> 0,05$ maka tidak tolak H_0 , hal ini menunjukkan bahwa variabel bebas secara individual tidak mempengaruhi variabel terikat.