



BAB III

METODE PENELITIAN



Hak cipta milik IBIKKG (Asosiasi Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)

Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie

3.1 Obyek Penelitian

Obyek dari penelitian ini yakni produk *fashion* Erigo dan untuk subjek penelitian ini yakni konsumen yang telah melakukan pembelian terhadap produk Erigo secara *online*.

3.2 Desain Penelitian

Menurut Sekaran dan Bougie (2017: 108), desain penelitian adalah rencana untuk pengumpulan, pengukuran, dan analisis data. Pola desain penelitian dalam setiap disiplin ilmu memiliki kekhasan masing-masing, namun prinsip-prinsip umumnya memiliki banyak kesamaan. Desain penelitian memberikan gambaran tentang prosedur untuk mendapatkan informasi atau data yang diperlukan untuk menjawab seluruh pertanyaan penelitian. Peneliti menerapkan metode penelitian kuantitatif dengan desain penelitian kausal.

Adapun Menurut Schindler (2017:146) mengatakan desain penelitian melibatkan persiapan sesuai jadwal, tujuan penelitian, dan pertanyaan, dengan arahan dalam pemilihan model dan data untuk menggambarkan korelasi antar variabel. Beberapa sudut pandang berbeda mengklasifikasikan metode penelitian, antara lain:

1. Tingkat perumusan masalah

Ada dua jenis penelitian: formal dan investigatif. Formalitas tetap dipertahankan dalam penelitian ini. Langkah pertama dalam melakukan studi formal yakni merumuskan hipotesis, mengumpulkan data yang relevan, dan merumuskan pertanyaan.

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.



2. Metode pengumpulan data

Variabel penelitian pada penelitian ini yakni *review* pelanggan online dan penilaian pelanggan online yang dihubungkan dengan keputusan pembelian pada *e-commerce* shopee di kota bekasi. Subyek penelitian diminta mengisi kuesioner yang berisikan pertanyaan berkaitan dengan variabel-variabel tersebut. Para peneliti menggunakan metode tatap muka dan otomatis untuk menyebarkan kuesioner, dan mereka mengumpulkan data dari tanggapan responden.

3. Pengendalian variabel oleh peneliti

Karena peneliti dalam penelitian ini tidak mampu mempengaruhi faktor-faktor yang ditelitinya, maka mereka hanya bisa melaporkan apa yang sudah terjadi; pendekatan penelitian ini dikenal dengan istilah *ex post facto*.

4. Tujuan penelitian

Dengan mekaia pendekatan kausal atau sebab-akibat, penelitian ini berupaya menjelaskan dampak dua variabel—peringkat dan ulasan pelanggan online—terhadap keputusan pembeli untuk membeli di platform *e-commerce* Shopee di Kota Bekasi.

5. Dimensi waktu

Karena sifat studi *cross-sectional* yang dilakukan sebanyak satu kali, yang bisa berlangsung sepanjang periode waktu, maka waktu berperan dalam penyelidikan ini.

6. Ruang lingkup topik bahasan

Penelitian ini yang termasuk analisis statistik yang melihat gambaran yang lebih besar daripada menggali secara spesifik. Dengan menarik kesimpulan dari ciri-ciri sampel, penelitian ini bertujuan untuk menangkap ciri-ciri populasi. Uji kuantitatif dilakukan terhadap hipotesis penelitian.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

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



7. Ruang lingkup penelitian

Subjek dan objek penelitian ditempatkan pada habitat aslinya dalam jenis penelitian yang disebut juga dengan kondisi lapangan.

8. Kesadaran persepsi subjek

Respon subjek penelitian sangat menentukan hasil penelitian, oleh karena itu peneliti perlu menjelaskan segala sesuatunya dengan jelas untuk mencegah adanya kesan yang kurang baik.

3.3 Populasi dan Sampel

3.3.1 Populasi

Menurut Sugiyono (2013: 80), 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. Jadi populasi bukan hanya orang, tetapi juga obyek dan benda-benda alam yang lain. Populasi juga bukan sekedar jumlah yang ada pada obyek/ subyek yang dipelajari, tetapi meliputi seluruh karakteristik sifat yang dimiliki oleh subyek atau obyek itu.

Pengguna produk Erigo yang pernah melakukan pembelian menjadi subjek penelitian ini.

3.3.2 Sampel

Menurut Sugiyono (2013: 81), sampel adalah bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi tersebut. Bila populasi besar, dan peneliti tidak mungkin mempelajari semua yang ada pada populasi, misalnya karena keterbatasan dana, tenaga dan waktu, maka peneliti dapat menggunakan sampel yang diambil dari populasi itu. Orang-orang yang perlu mengisi survei ini adalah:

1. Responden pernah melakukan transaksi pembelian produk erigo secara online.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

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

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.



2. Responden berusia 17 tahun keatas dengan pertimbangan bahwasanya individu berusia 17 tahun keatas dianggap sudah matang memahami setiap butir pertanyaan kuesioner.



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

Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie

3.4 Variabel Penelitian

Variabel yang dipakai pada penelitian ini yakni *online customer review*, *online customer rating*, serta keputusan pembelian. Pada tabel 3.1 yakni pengukuran yang dipakai pada variabel *online customer review*.

Tabel 3.1

Indikator Online Customer Review

Variabel	Indikator	Butir Pernyataan	Skala
<i>Online Customer Review</i> (X1) Lackermair dan Kanmaz dalam Martini et al. (2022)	Kesadaran (<i>Awareness</i>)	<i>Online Customer Review</i> membantu saya untuk melakukan penilaian dalam proses pemilihan merek	Interval
	Frekuensi (<i>Frequency</i>)	Saya menggunakan fitur ulasan produk dalam memilih merek	Interval
	Perbandingan (<i>Comparisson</i>)	<i>Online Customer Review</i> membantu saya membandingkan ulasan pelanggan satu dengan lainnya sebelum melakukan pembelian	Interval

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 menggunakan 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)	Pengaruh <i>(Effect)</i>	<i>Online Customer Review</i> penting bagi saya dalam memilih merek	Interval
--	-----------------------------	---	----------

Tabel 3.2

Indikator *Online Customer Rating*

Variabel	Indikator	Butir Pernyataan	Skala
<i>Online Customer Rating (X2)</i> <i>Elwada</i> dalam Martini et al. (2022)	Persepsi Tentang Kegunaan <i>(Perceived Usefulness)</i>	<i>Online Customer Rating</i> berguna bagi saya dalam memilih merek	Interval
	Persepsi Tentang Kenyamanan <i>(Perceived Enjoyment)</i>	Saya merasa senang dan nyaman dengan adanya fitur <i>online customer rating</i>	Interval
	Persepsi Tentang Kontrol <i>(Perceived Control)</i>	Saya merasakan <i>online customer rating</i> bisa mengontrol saya ketika saya melakukan proses belanja <i>online</i>	Interval

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 3.3

Indikator Keputusan Pembelian

Keputusan	Indikator	Butir Pernyataan	Skala
Pembelian (Y) Menurut Thompson dan Peteraf dalam Winasis et al. (2022)	Sesuai kebutuhan	Saya akan membeli produk erigo karena produk erigo sesuai dengan apa yang saya butuhkan dan mudah dicari	Interval
	Mempunyai manfaat	Produk erigo memberikan manfaat bagi saya	Interval
	Ketepatan dalam membeli produk	Harga produk erigo sesuai dengan kualitas dan keinginan saya	Interval
	Pembelian berulang	Saya akan melakukan pembelian ulang erigo dimasa yang akan datang	Interval

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

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

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.

3.5 Teknik Pengumpulan Data

Penelitian memakai jenis data primer, Peneliti akan menyebarkan kuesioner untuk mengumpulkan data primer. Adapun penelitian ini memakai pendekatan komunikasi dalam pengumpulan data berupa kuesioner online yang disebarakan Google Forms

kepada peserta. Pada penelitian ini skala pengukuran yang dipakai yakni skala Likert. Menurut Sugiyono (2013: 93) untuk mengukur bagaimana perasaan individu atau kelompok terhadap isu-isu sosial tertentu, peneliti menggunakan skala Likert. Sejumlah pernyataan mengenai fenomena yang ingin diukur oleh peneliti disajikan, dan responden diminta dalam menilai seberapa besarkah mereka setuju bahkan tidak dengan masing-masing pernyataan tersebut.

Tabel 3 4
Skor Untuk Kategori

Kategori	Score
Sangat Tidak Setuju	1
Tidak Setuju	2
Netral	3
Setuju	4
Sangat Setuju	5

3.6 Teknik Analisis Data

Penelitian ini menggunakan data kuantitatif dan kualitatif yang sudah dikuantifikasi melalui penggunaan IBM SPSS Statistics 20, sebuah program yang termasuk bagian dari media Statistical Product & Services Solution (SPSS).

3.6.1 Uji Validitas dan Reliabilitas

a. Uji Validitas

Menurut Ghazali (2016, p. 52) adapun uji validitas bisa dipakai dalam memeriksa apakah satu kuesioner sah dan autentik. Apabila jawaban atas pertanyaan-pertanyaan dalam survei memberikan penjelasan mengenai topik yang sedang diselidiki, kami mengatakan bahwasanya survei tersebut





asli. Rumus Korelasi Product Moment Pearson dipakai pada penelitian ini dengan cara berikut:

$$r = \frac{n(\Sigma XY) - (\Sigma X)(\Sigma Y)}{\sqrt{[n\Sigma X^2 - (\Sigma X)^2][n(\Sigma Y^2) - (\Sigma Y)^2]}}$$

Dimana:

r = Jumlah Koefisien Korelasi

X = Skor pertanyaan / item

Y = Skor total responden

n = Jumlah Responden

Apa koefisien korelasi (r) yang didapat \geq *Corrected Item-Total*

Correlation ataupun koefisien tabel r *Product Moment* $> 0,361$ akibatnya pernyataan itu valid.

b. Uji Reliabilitas

Menurut Ghazali (2016, p. 47) uji reliabilitas yakni metode dalam mengevaluasi indikator variabel atau konstruk melalui kuesioner. Jika hasil survei tetap konstan sepanjang waktu, maka kita bisa mengatakan bahwasanya kuesioner tersebut valid dan bisa dipercaya. Ketergantungan penelitian ini dievaluasi dengan menggunakan metode one shot, yakni dilakukannya pengukuran yang hanya sekali lalu membandingkan hasil dengan pertanyaan tambahan ataupun dengan menghitung korelasi antar jawaban kuesioner. Jika suatu variabel atau konstruk memiliki nilai Cronbach's Alpha $> 0,70$ maka bisa dianggap bisa diandalkan. Berlandaskan rumus Cronbach's Alpha, berikut perhitungan reliabilitasnya :

$$r_{ii} = \left[\frac{k}{k-1} \right] \left[1 - \frac{\sum \sigma_b^2}{\sigma_t^2} \right]$$

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.



- r_{ii} = Reliabilitas instrument
- K = Banyaknya butir pertanyaan
- $\sum \sigma b^2$ = Jumlah standar deviasi sampel
- σt^2 = Varian total

3.6.2 Analisis Deskriptif

Adapun menurut Ghazali (2016:19), analisis deskriptif memberi penjelasan mengenai data yang dilihat melalui parameter-parameter seperti varians, standar deviasi, rata-rata, minimum, maksimum, range, sum, kurtosis, dan skewness yang termasuk variasi dalam sebaran. Mencari tahu seperti apa masing-masing variabel sampel yakni tujuan analisis deskriptif. Macam-macam metrik analisis deskriptif antara lain sebagai berikut:

a. Perhitungan Rata – Rata (mean)

Menurut Ghazali (2018:19) metode analisis deskriptif memberikan gambaran atau deskripsi suatu data yang dilihat dari nilai rata – rata (mean), standar deviasi, varian, maksimum, minimum, sum, range, kurtosis dan skewness. Statistik deskriptif memberikan gambaran kepada deskripsi suatu data dengan melihat rata-rata (mean). Konsumen membeli produk fashion Erigo di shopee, dengan alasan utama yang ditentukan berlandaskan perhitungan rata-rata. Berikut rumus rata-ratanya:

$$\bar{x} = \frac{\sum f_i \cdot x_i}{n}$$

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.



© 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.

Dimana :

- \bar{x} = skor rata-rata
 f_i = Frekuensi pemilihan nilai
 x_i = skor 1, 2, 3, 4, 5
 n = Jumlah frekuensi/responden

b. Selang Kepercayaan

Selang kepercayaan yakni alat statistik guna memperkirakan kisaran nilai yang mungkin untuk suatu parameter populasinya.

$$\bar{x} \pm z^* \frac{\sigma}{\sqrt{n}}$$

Dimana :

- \bar{x} = rata-rata sample
 σ = Standard Deviasi populasi
 n = jumlah sample
 z^* = nilai distribusi – z yang di dapatkan dari tingkat kepercayaan tertentu

c. Rentang Skala

Setelah nilai rata – rata diperoleh, maka selanjutnya peneliti menggambarkan rentang skala untuk menentukan posisi responden dengan menggunakan nilai skor dari setiap variabel. Berikut rumus rentang nilai:

$$Rs = (m-n) / b$$



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

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

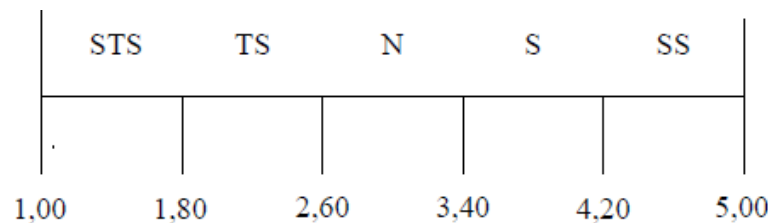
Dimana:

- Rs** = rentang skala
- m** = skala ukur terbesar
- n** = skala ukur terkecil
- b** = jumlah kelas atau kategori

Rentang skala yang dipakai yakni :

$$Rs = (5 - 4) / 5 = 0,80$$

Menurut Sugiyono (2013: 94) secara kontinum hasil hitung dapat digambarkan seperti skala Likert yang mempunyai gradasi keterangan dari sangat positif sampai sangat negatif, sehingga rentang nilai yang dipakai yakni:



Dimana:

- 1,00 – 1,80 = Sangat Tidak Setuju (STS)
- 1,81 – 2,60 = Tidak Setuju (TS)
- 2,61 – 3,40 = Netral (N)
- 3,41 – 4,20 = Setuju (S)
- 4,21 – 5,00 = Sangat Setuju (SS)

d. Uji Asumsi Klasik

1) Uji Normalitas

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.



Guna mengetahui apakah variabel residu ataupun perancu pada model regresi berdistribusi normal dipakai uji normalitas. Anda memiliki pilihan untuk menggunakan analisis statistik dan analisis grafis. Penelitian ini akan memakai statistik non-parametrik Kolmogorov-Smirnov (K-S) untuk memeriksa kenormalan. Hipotesis berikut diuji dalam uji K-S:

A) H_0 : data residual berdistribusi normal.

B) H_a : data residual tidak berdistribusi normal.

Dengan melihat sig ($\alpha = 5\%$), dasar keputusan yakni:

- a) “bila nilai signifikansi $> \alpha$ maka data berdistribusi normal;
- b) bila nilai signifikansi $< \alpha$ maka data tidak berdistribusi normal.”

2) Uji Multikolinieritas

Tujuan uji ini yakni mengetahui apakah variabel independen mempunyai korelasi yang tinggi satu sama lain. Jika variabel independen tidak berkorelasi tinggi maka model regresinya baik. Penggunaan faktor inflasi varians (VIF) dalam uji interferensi multikolinieritas dilakukan dalam penelitian ini.

Pilihan ini didasarkan pada hal-hal berikut:

- a.) “Bila nilai Tolerance $> 0,10$ atau VIF < 10 , maka tidak terdapatnya multikolinieritas
- b.) Bila nilai Tolerance $< 0,10$ atau VIF > 10 , maka terdapatnya multikolinieritas”

3) Uji Heteroskedastisitas

Tujuan dari pengujian ini yakni mengetahui seberapa berbeda dua observasi ditinjau dari varians residunya. Tak adanya heteroskedastisitas termasuk ciri model regresi berkualitas tinggi. Uji Glejser, yang

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



melibatkan regresi variabel independen dan residu absolut, dipakai untuk menilai heteroskedastisitas dalam penelitian ini.

- a. “Jika nilai sig untuk setiap variable bebas $> 0,05$ maka tak terjadinya heteroskedastisitas
- b. Jika nilai sig untuk setiap variable bebas $< 0,05$ maka terjadinya heteroskedastisitas.”

e. Analisis Regresi Linear Ganda

Jika terdapat lebih dari dua variabel independen, bisa dilakukan analisis regresi berganda. Berikut model dari regresi linier berganda yang hendak dipakai:

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

Dimana :

Y = Keputusan pembelian

β_0 = Nilai Konstanta

β_1 = Koefisien regresi variabel *online customer review*

β_2 = Koefisien regresi variabel *online customer rating*

X1 = *Online Customer Review*

X2 = *Online Customer Rating*

e = Variabel gangguan (*Error*)

f. Uji Hipotesis

1) Uji T

Tujuan pengujian ini yakni mengetahui signifikansi statistik korelasi diantara variabel dependen dengan independennya. Untuk menguji penelitian ini dipakai uji t dengan $\alpha = 5\%$.



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.

Hipotesis pada pengujian ini yakni:

Hipotesis 1: $H_0: \beta_1 = 0$

$H_a: \beta_1 > 0$

Hipotesis 2: $H_0: \beta_2 = 0$

$H_a: \beta_2 > 0$

Kriteria pengambilan keputusannya:

- (1) “Bila sig (1-tailed) < (0,05), maka H_a diterima, artinya variabel independen memengaruhi variabel dependen secara individual dan signifikan;
- (2) Bila sig (1-tailed) > (0,05), maka H_a ditolak, artinya variabel independen tidak memengaruhi variabel dependen secara individual dan signifikan.”

2) Uji F

Dengan melihat tabel ANOVA, kita bisa menentukan nilai F terhitung dan signifikansi F, yang kemudian kita gunakan untuk mengevaluasi kegunaan model regresi. Analisis dilakukan dengan memakai hipotesis statistik berikut:

(1) $H_0: \beta_1 = \beta_2 = 0$

(2) H_a : Paling sedikit ada satu $\beta_i \neq 0$ $i = 1, 2$

Kriteria pengambilan keputusannya yakni:

- a. “Jika nilai sig. F > 0.05 maka model tidak layak guna dipakai pada penelitian.
- b. Jika nilai sig. F < 0.05 maka model layak guna dipakai pada penelitian.”