

BAB III

METODE PENELITIAN

3.1 Desain Penelitian

Desain penelitian yang dipakai yakni metode kuantitatif, yang memanfaatkan data numerik sebagai alat dalam menganalisis informasi terkait topik yang diteliti. Aliaga dan Gunderson (dalam Apuke, 2017, hlm. 41) menguraikan bahwa metode kuantitatif melibatkan penjelasan isu atau fenomena dengan menghimpun data numerik dan menganalisisnya melalui teknik matematika, terutama statistik.

Pemilihan metode kuantitatif didasarkan pada keyakinan bahwa realitas yang menjadi fokus penelitian serta variabel-variabel yang terlibat dapat diidentifikasi dan diukur menggunakan alat yang objektif dan standar. Selain itu, metode kuantitatif dipilih karena cocok dengan tujuan penelitian ini, yakni untuk mengetahui apakah terdapat pengaruh yang signifikan *word of mouth* (X) terhadap keputusan pembelian konsumen (Y). Metode kuantitatif yang peneliti pakai dalam penelitian ini adalah metode penyebaran kuesioner.

Dalam penelitian ini, pertama, peneliti membuat rumusan masalah. Kemudian, peneliti mencari landasan teori dari permasalahan yang telah muncul. Setelah itu, peneliti membuat rumusan hipotesis berikut pengumpulan datanya. Setelah data terkumpul, peneliti menguji validitas dan reliabilitas dari instrumen yang telah disebarkan. Setelah instrumen dikembangkan, kemudian data diolah dan diambil kesimpulan.

3.2 Partisipan

Dalam penelitian ini, partisipan memiliki kriteria sebagai berikut.

1. Konsumen Baso Sakum;
2. Berjenis kelamin laki-laki atau perempuan.

3.3 Populasi dan Sampel

Populasi dan sampel dari penelitian ini adalah sebagai berikut.

3.3.1 Populasi

Populasi ialah suatu kelompok yang informasinya dijadikan sebagai bahan penelitian (Banerjee dan Chaudhury, 2010, hlm. 60). Menurut Sugiyono (2021, hlm. 175), populasi ini merupakan keseluruhan subjek yang akan diteliti. Populasi biasanya memiliki ciri khas tertentu yang membuat kelompok populasi tersebut bersifat sama. Populasi dalam penelitian ini adalah konsumen Baso Sakum.

3.3.2 Sampel

Banerjee dan Chaudhury (2010, hlm. 60) menyatakan sampel adalah komponen dari populasi yang sudah ditentukan. Dalam penelitian ini, sampel diperoleh dengan *nonprobability sampling*, lebih tepatnya *purposive sampling*. Menurut Setiawan (2005, hlm. 3), *purposive sampling* merupakan penentuan sampel berdasarkan kriteria tertentu sehingga keseluruhan sampel akan memiliki suatu karakteristik di dalamnya. Lalu, sampel dihitung menggunakan skala Lemeshow, yakni cara menghitung sampel dengan jumlah populasi yang masih belum diketahui (Sugiyono, 2011, hlm. 80).

Rumus Lemeshow

$$n = \frac{z^2 p(1-p)}{d^2}$$

Sumber: (Lemeshow, dkk., 1990, hlm. 1-2)

Keterangan:

n = Jumlah sampel

z = Nilai standar (1,96)

p = Maksimal estimasi (50% = 0,5)

d = Standar deviasi/*sampling error* (10% = 0,10)

$$n = \frac{1,96^2 \cdot 0,5(1-0,5)}{0,10^2}$$

Berdasarkan hasil perhitungan di atas, sampel dalam penelitian ini adalah sebanyak $96,04 \approx 100$ responden konsumen Baso Sakum yang sesuai dengan kriteria yang telah disebutkan sebelumnya.

3.4 Instrumen Penelitian

Berikut merupakan instrumen yang dipakai dalam penelitian ini.

3.4.1 Kuesioner

Menurut Kothari (2004, hlm. 100), kuesioner terdiri dari serangkaian pertanyaan yang dicetak atau diketik dengan urutan tertentu pada formula yang akan diisi oleh responden. Dalam penelitian ini, kuesioner didistribusikan melalui platform Google Form yang didistribusikan secara *online*. Peneliti menggunakan Google Form karena memungkinkan proses penghimpunan data primer terkumpul secara efisien. Rowley (2014, hlm. 309) pun mengatakan bahwa keuntungan yang didapat dari teknik kuisisioner adalah kemudahan untuk mendapatkan respon dari orang dengan jumlah yang banyak.

3.4.2 Studi Kepustakaan

Studi kepustakaan ialah sumber/pendapat ahli mengenai suatu hal yang relevan dengan tujuan penelitian (George dalam Djiwandono, 2015, hlm. 201), sedangkan menurut Sugiyono (2017, hlm. 291), studi kepustakaan merupakan hal yang berkaitan dengan kajian teori. Dalam sebuah penelitian, studi kepustakaan ini penting karena penelitian tidak terlepas dari literatur ilmiah. Studi kepustakaan dalam penelitian ini sesuai dengan variabel, yakni terdiri dari *word of mouth* dan keputusan pembelian.

3.4.3 Skala Pengukuran

Dalam penelitian ini, peneliti menggunakan skala interval kuesioner. Skala interval memiliki jarak ukuran yang tetap di dalamnya, namun tidak memiliki angka nol (Junaidi, 2015, hlm. 3). Untuk penghitungan bobot pertanyaannya, peneliti menggunakan Skala Likert. Skala Likert dipakai untuk

mengetahui derajat persetujuan dan ketidaksetujuan responden (Taluke, dkk., 2019, hlm. 534). Bobot penghitungan Skala Likert terdapat pada tabel 3.1 berikut.

Tabel 3. 1 Tabel Bobot Perhitungan Skala Likert

Pilihan Jawaban	Bobot Nilai Pertanyaan Positif	Bobot Nilai Pertanyaan Negatif
Sangat Setuju	5	1
Setuju	4	2
Netral	3	3
Tidak Setuju	2	4
Sangat Tidak Setuju	1	5

3.5 Operasional Variabel

Dalam menentukan arah penelitian, peneliti memiliki dua variabel yakni variabel bebas (variabel X) dan variabel terkait (variabel Y). Variabel X sama dengan variabel yang memengaruhi variabel Y. Sementara itu, variabel Y merupsama dengan variabel yang dipengaruhi oleh variabel X.

Tabel 3. 2 Tabel Operasional Variabel

Variabel Penelitian	Indikator	Pernyataan	Skala
Variabel Bebas (X): <i>Word of Mouth</i>	<i>Word of mouth</i> dapat didefinisikan sebagai bentuk komunikasi antara calon konsumen dengan konsumen berdasarkan pengalaman dan kesan pribadi konsumen terhadap suatu produk atau layanan. Proses ini biasanya melibatkan teman dekat dan anggota keluarga atau yang biasanya dipandang sebagai orang yang dapat dipercaya (Gildin, 2022, hlm. 94).		
	<i>Talkers</i> (X ₁) Pembicara memulai pembicaraan, baik	1. Teman yang sudah membeli produk di Baso Sakum berbicara	Likert

	teman, keluarga, maupun konsumen yang sudah membeli produk.	kepada saya mengenai produk tersebut.	
		2. Keluarga yang sudah membeli produk di Baso Sakum berbicara kepada saya mengenai produk tersebut.	Likert
		3. Orang/konsumen lain yang sudah membeli produk di Baso Sakum berbicara kepada saya mengenai produk tersebut.	Likert
<i>Topics (X₂)</i> Pembicaraan atau pesan yang disampaikan mengenai produk tersebut, seperti keunggulan dan harga dari produk.		4. Konsumen lain membicarakan mengenai kualitas rasa yang positif dari produk Baso Sakum kepada saya.	Likert
		5. Konsumen lain membicarakan mengenai kualitas pelayanan yang positif dari Baso Sakum kepada saya.	Likert
		6. Konsumen lain membicarakan mengenai harga	Likert

		yang sesuai dari Baso Sakum kepada saya.	
	<i>Tools (X₃)</i> Pesan disampaikan menggunakan perantara alat.	7. Pembicaraan/ pesan mengenai Baso Sakum disampaikan secara langsung (<i>face to face</i>).	Likert
		8. Pembicaraan/ pesan mengenai Baso Sakum disampaikan menggunakan perantara media sosial, seperti Instagram, X, TikTok, Facebook, dan/atau sejenisnya.	Likert
		9. Pembicaraan/ pesan disampaikan menggunakan perantara pesan instan, seperti Whatsapp, Line, dan/atau sejenisnya.	Likert
	<i>Taking part (X₄)</i> Partisipasi dalam percakapan oleh lebih dari satu orang.	10. Saya ikut terlibat dalam percakapan dengan orang lain mengenai produk Baso Sakum.	Likert

	<i>Tracking</i> (X_5) Tindakan perusahaan dalam mengawasi dan memantau respons konsumen.	11. Baso Sakum memiliki <i>contact person</i> yang dapat digunakan untuk mengirim kritik atau saran mengenai produk mereka.	Likert
Variabel Terikat (Y): Keputusan Pembelian	Keputusan pembelian adalah bagian dari perilaku konsumen yang merupakan studi tentang bagaimana individu, kelompok, dan organisasi yang terlibat dalam memilih, membeli, menggunakan, dan bagaimana barang dan jasa, ide atau pengalaman bertujuan untuk memuaskan kebutuhan juga keinginan konsumen.		
	Pengenalan Masalah (Y_1)	1. Saya merasa bahwa produk Baso Sakum sesuai dengan kebutuhan saya.	Likert
	Pencarian Informasi (Y_2)	2. Saya mencari tahu terlebih dahulu informasi mengenai produk Baso Sakum sebelum membelinya.	Likert
	Evaluasi Alternatif (Y_3)	3. Saya menyeleksi beberapa produk serupa dan menemukan bahwa produk Baso Sakum yang sesuai dengan kebutuhan saya.	Likert
	Keputusan Pembelian (Y_4)	4. Saya mengambil keputusan	Likert

		pembelian produk Baso Sakum berdasarkan rekomendasi atau ulasan dari konsumen lain.	
		5. Saya cenderung memercayai pendapat konsumen lain dalam mengambil keputusan pembelian produk Baso Sakum.	Likert
	Perilaku Setelah Pembelian (Y ₅)	6. Saya merekomendasikan produk Baso Sakum kepada orang lain.	Likert
		7. Saya merasa puas dengan produk Baso Sakum.	Likert
		8. Saya memutuskan untuk membeli ulang produk dari Baso Sakum.	Likert

Sumber: Hasil Olahan Peneliti, 2023

3.6 Pengujian Instrumen Penelitian

Tahap selanjutnya yang dilakukan peneliti setelah menyelesaikan sebuah instrumen penelitian adalah melakukan uji kelayakan sebuah instrumen untuk menentukan kelayakan instrumen tersebut digunakan sebagai sumber data primer. Setelah menyelesaikan tahap operasional variabel di atas, langkah selanjutnya ialah mengujinya dengan uji validitas dan reliabilitas guna mengidentifikasi instrumen penelitian itu layak disebarkan kepada responden yang sebenarnya karena sudah tidak diragukan lagi nilai validitas dan reliabilitasnya. Ada pun aplikasi perangkat lunak untuk menguji validitas dan reliabilitas yang digunakan peneliti adalah IBM SPSS Statistics versi 20.

3.6.1 Uji Validitas

Menurut Sugiyono (dalam Zahra & Rina, 2018, hlm. 49), uji validitas merupakan tahap pengujian untuk menunjukkan tingkat validitas atau tingkat kesesuaian antara data yang faktual dan data yang berhasil dihimpun peneliti. Sederhananya, validitas merupakan sejauh mana ketepatan suatu alat ukur (Arikunto dalam Khairunnisa, 2023, hlm. 53).

Arikunto (2016, hlm. 145) menyatakan bahwa sebagai berikut.

1. $R\text{-hitung} > r\text{-tabel}$, maka pernyataan dinyatakan valid.
2. $R\text{-hitung} < r\text{-tabel}$, maka pernyataan dinyatakan *drop* (tidak valid).

Dalam tahap pengujian ini, uji validitas diambil berdasarkan data yang terkumpul melalui kuesioner dan diuji menggunakan aplikasi perangkat lunak IBM SPSS Statistics versi 20. Instrumen tes memiliki total 19 pernyataan dengan hasil sebagai berikut.

Tabel 3. 3 Hasil Uji Validitas Variabel X

Variabel	Item	<i>Pearson Correlation</i>	r_{tabel} (n=40)	Keterangan
<i>Word of Mouth</i> (Variabel X)	X1	0,384	0,312	Valid
	X2	0,531	0,312	Valid
	X3	0,350	0,312	Valid
	X4	0,460	0,312	Valid
	X5	0,417	0,312	Valid
	X6	0,511	0,312	Valid
	X7	0,573	0,312	Valid
	X8	0,482	0,312	Valid
	X9	0,701	0,312	Valid
	X10	0,579	0,312	Valid
	X11	0,534	0,312	Valid

Merujuk tabel 3.3, hasil uji coba instrumen penelitian variabel X sebanyak 11 butir pernyataan sudah terbukti bahwa seluruh butir pernyataan memiliki nilai r-hitung > r-tabel dengan kata lain nilainya lebih besar daripada 0,312. Dengan begitu, bisa dinyatakan seluruh item valid dan layak digunakan sebagai alat ukur penelitian.

Tabel 3. 4 Hasil Uji Validitas Variabel Y

Variabel	Item	<i>Pearson Correlation</i>	r_{tabel} (n=40)	Keterangan
Keputusan Pembelian Konsumen Baso Sakum (Variabel Y)	Y1	0,768	0,312	Valid
	Y2	0,632	0,312	Valid
	Y3	0,700	0,312	Valid
	Y4	0,748	0,312	Valid
	Y5	0,820	0,312	Valid
	Y6	0,511	0,312	Valid
	Y7	0,593	0,312	Valid
	Y8	0,446	0,312	Valid

Merujuk tabel 3.4, hasil uji coba instrumen penelitian variabel keputusan pembelian konsumen Baso Sakum (variabel Y) sebanyak 8 butir pernyataan telah terbukti seluruh butir pernyataan memiliki nilai r -hitung $>$ r -tabel yakni nilainya lebih besar daripada 0,312. Dengan begitu, bisa dinyatakan seluruh item valid dan layak digunakan sebagai alat ukur penelitian.

3.6.2 Uji Reliabilitas

Menurut Hikmat (2011, hlm. 90), reliabilitas merupakan sejauh mana instrumen penelitian dikatakan konsisten dan bisa direplikasi. Konsistensi yang dimaksud adalah apabila penelitian dilakukan secara berulang dengan responden yang berbeda maka akan mencapai hasil yang konsisten.

Pada tahapan penelitian kuantitatif, instrumen yang akan digunakan selain diuji validitasnya juga harus menempuh tahap uji reliabilitas guna menentukan apakah instrumen yang akan dipakai bersifat reliabel yang berarti dapat dipercaya atau tidak. Ada pun rumus yang dipakai guna menilai apakah suatu instrumen reliabel atau tidak itu memakai teknik Cronbach's Alpha (Riduwan, 2004, hlm. 125) yang menyatakan sebagai berikut.

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

Sumber: (Arikunto, 2002, hlm. 239)

Keterangan:

r_{11} = Reliabilitas instrumen

k = Banyaknya pernyataan

$\sum \sigma_i^2$ = Jumlah variansi butir pernyataan

σ_t^2 = Total variansi

Metode Cronbach's Alpha diukur menggunakan skala 0 – 1 di mana tiap skala diklasifikasi menjadi 6 untuk menentukan tingkat reliabilitas suatu instrumen. Ada pun klasifikasi instrumen tersebut dijabarkan sebagai berikut.

1. Skor Cronbach's Alpha < 0.5 berarti tidak dapat digunakan.
2. Skor Cronbach's Alpha $0.5 - 0.6$ berarti jelek (*Poor*).
3. Skor Cronbach's Alpha $0.6 - 0.7$ berarti cukup (*Fair*).
4. Skor Cronbach's Alpha $0.7 - 0.9$ berarti bagus (*Good*).
5. Skor Cronbach's Alpha > 0.9 berarti luar biasa bagus (*Excellent*).

Jika koefisien reliabilitas yang diperoleh $> 0,60$, pernyataan tersebut dianggap reliabel secara keseluruhan. Akan tetapi, apabila koefisien reliabilitas yang diperoleh $< 0,60$, pernyataan dianggap memiliki reliabilitas yang rendah atau tidak reliabel. Berikut merupakan hasil pengujian reliabilitas dari dua variabel dalam penelitian ini.

Tabel 3. 5 Hasil Uji Reliabilitas

Variabel	Cronbach's Alpha	Kategorisasi
Pengaruh <i>Word of Mouth</i> (Variabel X)	0,675	Reliabel
Keputusan Pembelian Konsumen (Variabel Y)	0,806	Reliabel

Merujuk tabel 3.5, hasil uji reliabilitas pada kedua variabel nilai Cronbach's Alpha-nya dinyatakan lebih besar daripada 0,60, yang artinya instrumen ini dianggap reliabel dan sah sebagai alat ukur penelitian yang sudah teruji.

3.7 Prosedur Penelitian

Prosedur penelitian ialah serangkaian tahapan sistematis yang dilaksanakan oleh peneliti dalam menjalankan suatu penelitian. Prosedur penelitian ini meliputi perencanaan, pengumpulan data, analisis, dan interpretasi hasil. Berikut adalah tahapan yang dilakukan dalam penelitian ini.

1. Peneliti mengidentifikasi masalah penelitian dan merumuskan masalah yang.
2. Peneliti melakukan studi pustaka dan menelusuri referensi dari sumber, seperti buku, jurnal, portal berita, dan lainnya.
3. Peneliti membuat kerangka pemikiran dan menyusun hipotesis berdasarkan rumusan masalah.
4. Peneliti menentukan metode dalam penelitian.
5. Peneliti menetapkan variabel penelitian dan menyusun pernyataan instrumen penelitian yang akan diteliti
6. Peneliti melakukan penelitian dan pengumpulan data pakai cara menyebarkan kuesioner kepada responden.
7. Peneliti menganalisis dan menafsirkan data yang terkumpul.
8. Peneliti membuat simpulan dan rekomendasi.

3.8 Analisis Data

Analisis data ialah proses untuk mengorganisir, menginterpretasi, dan mengambil kesimpulan dari data yang telah dikumpulkan. Nasir dan Sukmawati (2023, hlm. 2) mengatakan bahwa analisis data menjadi bagian yang berguna dari penelitian karena memberikan data yang memiliki makna dan arti sebagai informasi jawaban yang objektif. Senada juga dengan yang mengatakan bahwa analisis data merupakan mekanisme mengubah data yang terkumpul menjadi informasi yang memiliki makna. Dalam penelitian ini, analisis data yang dipakai ialah analisis deskriptif.

3.8.1 Analisis Deskriptif

Analisis deskriptif ialah pendekatan yang dipakai dalam mendapatkan ilustrasi dari data yang telah dikumpulkan. Metode ini dipakai guna mengorganisir data secara terstruktur dengan menguraikan hubungan antarvariabel dalam sampel atau populasi (Kaur, dkk., 2018, hlm. 60). Nasir dan Sukmawati (2023, hlm. 3) pun mengatakan bahwa tujuan dari analisis deskriptif adalah agar memberi ilustrasi dan deskripsi dari suatu objek.

Tujuan inti dari analisis deskriptif adalah untuk menyederhanakan dan mengorganisir data secara terstruktur agar lebih mudah dipahami dan

diinterpretasikan (Aziza, 2023, hlm. 165). Selain itu, dalam analisis data pun diperlukan beberapa tahapan, seperti memilih kriteria kategorisasi, melakukan perhitungan statistik deskriptif, dan mendeskripsikan variabel (Kusnendi, 2017, hlm. 6).

3.8.2 Distribusi Frekuensi

Distribusi frekuensi dipakai untuk mengganti data variabel yang terkumpul ke dalam skala ordinal (Kusnendi, 2017, hlm. 6). Berikut merupakan tabel kategori nilai distribusi frekuensi.

Tabel 3. 6 Kategori Nilai Distribusi Frekuensi

Kategori	Nilai
Tinggi	3
Sedang	2
Rendah	1

Sumber: (Kusnendi, 2017, hlm. 6)

3.9 Uji Asumsi Klasik

Uji asumsi klasik ialah uji yang dipakai guna mengevaluasi adakah masalah dengan asumsi-asumsi klasik dalam sebuah model regresi linear (Mardiatmoko, 2002, hlm. 334). Uji asumsi klasik ini meliputi uji normalitas, uji multikolinearitas, dan uji heteroskedastisitas sebagai berikut.

3.9.1 Uji Normalitas

Uji normalitas ialah prosedur yang dilaksanakan dalam memutuskan apakah data berdistribusi normal atau tidak (Nuryadi, dkk., 2017, hlm. 79). Peneliti menggunakan aplikasi IBM SPSS Statistics 20 dan metode *Kolmogorov Smirnov*. Menurut (Nuryadi, dkk., 2017, hlm. 83) tes *Kolmogorov Smirnov* ini bertujuan guna menilai apakah skor pada sampel bisa dinyatakan berasal dari populasi yang mengikuti distribusi tertentu yang dapat dipertimbangkan sebagai wajar atau tidak. Berikut merupakan kriteria dari *Kolmogorov Smirnov*.

1. Jika nilai probabilitas $< 0,10$ artinya distribusi tidak normal.
2. Jika nilai probabilitas $> 0,10$ artinya distribusi normal.

3.9.2 Uji Multikolinearitas

Uji multikolinearitas berguna memeriksa adakah korelasi antarvariabel bebas dalam sebuah model regresi. Dalam model regresi yang ideal, tak ada korelasi antarvariabel bebas. Ketika variabel bebas saling berkorelasi, hal ini mengakibatkan ketidakortogonalitas. Variabel ortogonal adalah variabel bebas, di mana tidak ada korelasi satu sama lain (Ghozali, 2018, hlm. 107). Berikut merupakan kriteria uji multikolinearitas menggunakan nilai VIF (*Variance Inflation Factor*).

1. Jika $VIF < 10,00$, artinya tidak terjadi multikolinearitas.
2. Jika $VIF > 10,00$, artinya terjadi multikolinearitas.

3.9.3 Uji Heteroskedastisitas

Uji heteroskedastisitas memiliki tujuan mengidentifikasi adakah perbedaan varians dari residu antara satu observasi dengan observasi lainnya pada sebuah model regresi. Bila varians dari residu tetap untuk setiap observasi, dinyatakan homoskedastisitas; apabila tidak, dinyatakan sebagai heteroskedastisitas. Sebuah model regresi tergolong baik apabila homoskedastisitas terpenuhi dan tidak ada heteroskedastisitas (Ghozali, 2018, hlm. 137).

Uji heteroskedastisitas dalam penelitian ini menggunakan uji *Glejser*. Berikut merupakan penjelasan mengenai uji heteroskedastisitas.

1. Jika nilai $Sig. > 0,10$, artinya tidak terjadi gejala heteroskedastisitas.
2. Jika nilai $Sig. < 0,10$, artinya terjadi gejala heteroskedastisitas.

3.10 Uji Hipotesis

Uji hipotesis ialah metode guna memeriksa validitas suatu hipotesis statistika pada populasi dengan memanfaatkan data dari sampel yang diambil dari populasi tersebut. (Nuryadi, dkk., 2017, hlm. 74). Uji hipotesis dalam penelitian ini meliputi uji korelasi, uji T, uji F, uji koefisien determinasi, dan uji regresi linier berganda.

3.10.1 Uji Korelasi

Uji korelasi bertujuan untuk menilai kekuatan hubungan linear antara dua variabel, tanpa memperhatikan peran fungsional masing-masing variabel sebagai dependen atau independen (Ghozali, 2018, hlm. 95-96).

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

Keterangan:

r = Koefisien korelasi

n = Jumlah responden

x = Skor pernyataan

y = Skor total

3.10.2 Uji T (Uji Parsial)

Uji T pada dasarnya mengindikasikan seberapa besar pengaruh individu dari satu variabel independen dalam menjelaskan variasi variabel dependen (Ghozali, 2018, hlm. 98). Kriteria dari uji T adalah sebagai berikut.

1. Jika nilai t-hitung > t-tabel, artinya H_0 ditolak H_a diterima sehingga variabel signifikan.
2. Jika nilai t-hitung < t-tabel, artinya H_0 diterima H_a ditolak sehingga variabel tidak signifikan.

3.10.3 Uji F (Uji Simultan)

Uji F dalam penelitian ini berfungsi untuk menguji hipotesis dari setiap variabel yang terlibat. Uji ini merupakan metode untuk mengukur dampak variabel independen terhadap variabel dependen secara keseluruhan, dengan tujuan untuk menentukan sejauh mana pengaruh yang terjadi. Uji F dapat dianggap sebagai kombinasi dari pengujian hipotesis secara keseluruhan, yaitu penggabungan antara variabel X dan variabel Y untuk memperoleh data mengenai besarnya pengaruh yang terjadi. Uji hipotesis semacam ini disebut uji signifikansi keseluruhan terhadap garis regresi yang diamati atau yang diestimasi, untuk menentukan apakah variabel Y memiliki hubungan linear dengan variabel X_1, X_2, X_3 , dst. (Ghozali, 2018, hlm. 97).

3.10.4 Uji Koefisien Determinasi dan *Adjusted R*²

Koefisien determinasi mengukur sejauh mana model mampu menjelaskan variasi dalam variabel dependen. Rentang nilai koefisien determinasi adalah antara nol dan satu. Nilai R^2 yang rendah menunjukkan bahwa kemampuan variabel independen dalam menjelaskan variasi variabel dependen terbatas. Sebaliknya, nilai yang mendekati satu menunjukkan bahwa variabel independen memberikan sebagian besar informasi yang diperlukan untuk memprediksi variasi variabel dependen (Ghozali, 2018, hlm. 97).

3.10.5 Uji Regresi Linear Berganda

Dalam uji regresi selain mengukur kekuatan hubungan antara variabel-variabel, juga mengidentifikasi arah hubungan antara variabel dependen dan independen. Variabel dependen diasumsikan sebagai *random*/stokastik, dengan distribusi probabilistik, sementara variabel independen diasumsikan memiliki nilai tetap dalam pengambilan sampel berulang (Ghozali, 2018, hlm. 96). Berikut merupakan rumus yang digunakan untuk mendapatkan bentuk persamaan analisis regresi berganda.

$$Y = B_0 + B_1X_1 + B_2X_2 + B_3X_3 + B_4X_4 + B_5X_5$$

Sumber: (Darmawan, 2016, hlm. 54)

Keterangan:

Y = Variabel dependen

B = Konstanta regresi

X = Variabel independen