

BAB III

METODE PENELITIAN

3.1 Desain Penelitian

Pada penelitian ini, peneliti mengambil metode kuantitatif. Prinsip penelitian kuantitatif mengasumsikan adanya "kenyataan tunggal" yang dapat digeneralisasikan. Hal ini karena peneliti mencari sampel yang representatif dari populasi. Peneliti melakukan generalisasi karena sampel mencerminkan populasi yang akan dinilai. Penelitian kuantitatif berdasarkan pemahaman Kriyantono (Rachmat, 2007, hlm. 55) bersifat objektif dan tidak memasukkan analisis dan interpretasi subyektif peneliti. Menurut (Vardiansyah, 2008, hlm. 64), penelitian kuantitatif adalah suatu bentuk studi yang menciptakan pengetahuan dan mendapatkan kebenaran berdasarkan fakta-fakta yang dapat diukur. Artinya, peneliti harus mengumpulkan, menangani, dan mengevaluasi data menggunakan matematika dan statistik.

Penelitian ini menggunakan analisis regresi moderasi, meliputi parameter yang menilai kekuatan atau kelemahan hubungan langsung antara variabel independen (X) dan variabel dependen (Y), serta pengaruh variabel moderasi (Z) terhadap hubungan yang sifatnya positif atau negatif. (Liana, 2009, hlm. 92). Pemilihan analisis ini karena tujuan penelitian untuk mengetahui tingkat kuat dan lemahnya suatu hubungan antara variabel independen (X) yaitu minat fashion terhadap variabel dependen (Y) yaitu kepercayaan diri remaja yang dimoderasi variabel moderating (Z) yaitu tingkat terpaan media akun twitter @ustadchen.

3.2 Partisipan Penelitian

3.2.1 Partisipan

Peneliti telah menetapkan berbagai kriteria individu yang dapat menjadi responden dalam prosedur pengumpulan data dalam penelitian ini, antara lain:

- a. Laki-laki dan perempuan usia 14-24 tahun
- b. Mengikuti akun twitter @ustadchen

- c. Pernah melihat/membaca konten fashion akun twitter @ustadchen di bulan Desember 2020 karena pada bulan ini konten fashion yang diunggah @ustadchen lebih banyak dari biasanya

3.2.2 Populasi dan Sampel

Populasi adalah area umum yang terdiri dari objek atau orang dengan jumlah dan kualitas tertentu yang telah dipilih peneliti untuk diselidiki dan diambil kesimpulannya. Dalam hal ini yang dimaksud dengan populasi tidak hanya manusia, tetapi juga benda-benda alam lain yang sedang dipelajari.

Populasi pada penelitian ini adalah pengikut akun twitter @ustadchen, yang pertanggal 19 November 2020 sebanyak 159.612 pengikut. Populasi menurut (Sugiyono, 2010, hlm. 115) adalah area yang dapat digeneralisasi untuk diteliti dan mengembangkan kesimpulan tentang objek/subyek dengan ciri dan atribut tertentu. Sedangkan pendekatan pengambilan sampel yang digunakan dalam penelitian ini adalah purposive sampling, yaitu peneliti mengambil sampel berdasarkan kriteria tertentu, atau dengan kata lain hanya individu yang memenuhi kriteria yang berhak mengikuti penelitian (Sugiyono, 2010, hlm. 122).

Jumlah sampel dalam penelitian ini, peneliti menentukannya dengan menggunakan perhitungan Isaac & Michael karena perhitungan tersebut mampu dijadikan pilihan dalam pengukuran sampel dengan ukuran yang besar, mengingat jumlah populasi dalam penelitian ini sebanyak 159.612 orang.

$$S = \frac{\lambda^2 \cdot N \cdot P \cdot Q}{d^2 (n - 1) + \lambda^2 \cdot P \cdot Q}$$

$$S = \frac{3,841 \times 159.612 \times 0,5 \times 0,5}{0,05^2(159.612 - 1) + 3,841 \times 0,5 \times 0,5}$$

$$S = 383,18$$

Keterangan

S = jumlah sampel yang diperlukan

λ^2 = tabel nilai Chi-Square disesuaikan dengan tingkat kepercayaan dalam penelitian (5% = 3,841)

N = jumlah populasi

d = presisi (ditetapkan 5%)

P = proporsi populasi = 0,5 atau sama dengan Q

Jadi dengan tingkat kepercayaan sampel 95% dan tingkat signifikansi 5% yang diperlukan dalam penelitian ini adalah 383,18 yang dibulatkan menjadi 383 pengikut akun twitter @ustadchen.

3.3. Instrumen Penelitian

Peneliti menggunakan angket atau kuesioner sebagai alat ukur dalam penelitian ini. Angket dalam *Dictionary of Psychology* (Chaplin, 1985) yang kemudian dikutip oleh Kartono Kartini (1986, hlm. 217) yaitu kumpulan pertanyaan yang subjek studi harus menjawab tentang topik tertentu atau sekelompok yang terkait.

3.3.1 Penelitian Lapangan

Peneliti menyebarkan angket kepada 383 pengikut akun twitter @ustadchen sesuai kriteria yang dipilih sebagai teknik pengumpulan data dalam penelitian ini.

Ada banyak tahapan yang terlibat dalam pembuatan kuesioner penelitian ini, termasuk:

1. Penyusunan prakiraan untuk dijadikan pernyataan
2. Membuat item pernyataan sesuai rujukan-rujukan yang telah ditentukan sebelumnya
3. Menggunakan pendekatan Likert, membuat skala dengan lima kategori ordinal

Tabel 3. 1 Kriteria Bobot Nilai Alternatif Skala Likert

Pilihan	Bobot Nilai
Sangat setuju/selalu	5
Setuju/sering	4
Netral/kadang-kadang	3
Tidak setuju/hampir tidak pernah	2

Sangat tidak setuju/tidak pernah	1
----------------------------------	---

3.3.2 Studi Kepustakaan

Setelah pengumpulan data, peneliti memeriksa dan mengkorelasikan informasi dengan studi teoritis, yang dapat dihubungkan dengan studi sebelumnya. Teori juga berfungsi sebagai landasan asumsi dan hipotesis (Ali, 2010). Teori yang digunakan peneliti dalam penelitian ini yaitu teori jarum hioidermik, terpaan media (frekuensi, durasi, dan atensi) serta mengenai aspek-aspek minat fashion dan perilaku kepercayaan diri.

3.4 Prosedur Penelitian

Berikut ini adalah langkah-langkah dalam penelitian ini:

1. Melakukan riset kecil di kehidupan sehari-hari khususnya media sosial karena fokus peneliti adalah media sosial. Dengan melakukan riset kecil dapat mencari, mengidentifikasi dan merumuskan masalah yang dapat diajukan menjadi bahan penelitian
2. Setelah menemukan topik yang dijadikan masalah, peneliti mencari sumber-sumber baik itu penelitian terdahulu atau literatur yang sesuai dengan masalah yang akan peneliti ambil.
3. Ketika kedua langkah di atas sudah dilakukan, kemudian peneliti mengajukan topik dan mengkonsultasikannya bersama kedua dosen pembimbing hingga mendapat persetujuan dari dosen pembimbing terkait.
4. Persetujuan telah didapatkan, akhirnya peneliti menyusun rancangan penelitian mulai dari latar belakang masalah hingga metode yang akan digunakan dalam penelitian.
5. Setelah itu, peneliti melakukan uji validasi kepada responden yang sesuai kriteria yang telah ditentukan.
6. Ketika hasil uji coba dinyatakan valid dan reliabel, peneliti baru terjun mencari data sesungguhnya ke lapangan.

7. Pengumpulan data menghabiskan waktu kurang lebih 2 minggu dengan 383 responden yang langsung diolah serta dianalisis datanya oleh peneliti.
8. Setelah semuanya terlewati, peneliti baru bisa menyimpulkan hasil penelitian serta memberikan implikasi dan rekomendasi yang sesuai dengan hasil penelitian.

3.5 Operasional Variabel

Operasional Variabel merupakan pengukuran penelitian. Pengukuran dalam penelitian ini harus memenuhi kriteria objektif, layak, reliabel dan valid (Ali, 2014, hlm. 144–145).

Dalam penelitian ini, variabel yang diukur yakni dua variabel beserta satu variabel antara atau variabel moderator. Independen variabel (X) dalam penelitian ini adalah minat fashion dengan indikatornya yaitu: ketertarikan, perhatian dan keinginan. Independen variabel (X) merupakan variabel yang mempengaruhi dependent variabel (Y) yang dalam penelitian ini yaitu kepercayaan diri remaja. Sedangkan variabel moderator (Z) pada penelitian ini yaitu terpaan media pengikut akun twitter @ustadchen yang berfungsi sebagai penguat atau pelemah dalam dua variabel korelasional.

Tabel 3. 2 Operasional Variabel

Variabel Penelitian	Dimensi	Indikator	Pernyataan
Variabel Independen: Minat Fashion (X)	Minat <i>fashion</i> adalah kecenderungan individu untuk memiliki rasa senang tanpa ada paksaan terhadap penampilan sehingga dapat mengekspresikan dirinya sendiri.		
	Ketertarikan	Ketertarikan pada konten <i>fashion</i> akun twitter @ustadchen	<ol style="list-style-type: none"> 1. Saya tertarik dengan konten fashion akun twitter @ustadchen 2. Saya selalu menantikan konten fashion dari akun twitter @ustadchen

			<p>3. Konten fashion @ustadchen selalu berbeda dengan akun lain</p> <p>4. Saya selalu menyimpan konten fashion @ustadchen</p>
	Perhatian	<p>Kefokusan terhadap konten akun twitter @ustadchen</p>	<p>5. Saya memahami isi konten fashion akun twitter @ustadchen</p> <p>6. Bahasa yang digunakan dalam konten fashion akun twitter @ustadchen mudah dipahami</p> <p>7. Saya selalu fokus saat melihat konten fashion akun twitter @ustadchen</p>
		<p>Perasaan khalayak pada konten fashion @ustadchen</p>	<p>8. Saya merasa senang ketika melihat konten fashion akun twitter @ustadchen</p> <p>9. Saya selalu tak sabar menunggu konten fashion @ustadchen</p> <p>10. Melihat konten fashion @ustadchen membuat saya merasa ingin mencoba fashion tersebut</p>
	Keinginan	<p>Keinginan meniru konten fashion @ustadchen</p>	<p>11. Saya selalu mencari produk fashion yang ada dalam konten @ustadchen</p> <p>12. Saya selalu ingin membeli produk fashion yang ditampilkan oleh @ustadchen</p>

Variabel Moderator: Terpaan Media (Z)	Eksposur Media, menurut Sari (1993), Eksposur media adalah kuantitas atau berapa kali seseorang menggunakan media dalam jangka waktu tertentu. Lamanya waktu penonton menonton atau mendengarkan suatu program atau media diukur dalam durasi media. Namun selain itu dalam teori terpaan media juga terdapat faktor yang sangat dibutuhkan yaitu perhatian (atensi).		
	Frekuensi	Frekuensi membuka konten akun twitter @ustadchen	13. Saya sering membuka akun twitter @ustadchen agar tidak ketinggalan <i>update</i> 14. Saya sering melihat konten fashion akun twitter @ustadchen 15. Saya sering memberikan like pada postingan tentang fashion di akun twitter @ustadchen
	Durasi	Durasi membuka akun twitter @ustadchen	16. Saya membuka akun twitter @ustadchen sampai ke postingan terbaru 17. Tiap mempunyai waktu luang saya selalu membuka akun twitter @ustadchen
	Atensi	Atensi membuka konten akun twitter @ustadchen	18. Saya selalu memperhatikan setiap postingan akun twitter @ustadchen 19. Saya selalu memperhatikan produk-produk fashion yang ada dalam konten @ustadchen 20. Saya mengenali beberapa produk fashion yang ada dalam konten @ustadchen
Variabel Dependen:	Percaya diri adalah perasaan dan keyakinan akan kemampuan seseorang untuk mencapai kesuksesan melalui usaha sendiri dan membangun		

Kepercayaan Diri (Y)	penilaian positif terhadap diri sendiri dan lingkungan, memungkinkan seseorang untuk tampil percaya diri dan tenang menghadapi situasi apapun (Angelis, 2003; McClelland (dalam Luxori, 2005). Menurut Lautser (dalam Ghufron, 2011), aspek kepercayaan diri yaitu keyakinan, sikap optimis dan tanggungjawab.		
	Keyakinan	Keyakinan terhadap gaya pakaian	<p>21. Saya yakin bahwa semua gaya akan terlihat cocok bagi saya</p> <p>22. Saya yakin bahwa fashion tergantung yang memakainya</p> <p>23. Penampilan yang menarik akan meningkatkan keyakinan diri seseorang</p>
	Optimis	Sikap optimis	<p>24. Saya tidak khawatir mengenai penampilan saya</p> <p>25. Saya selalu optimis berpenampilan menarik</p> <p>26. Saya selalu optimis ketika memakai fashion yang up to date</p> <p>27. Saya selalu merasa optimis ketika penampilan saya menarik</p>
	Tanggungjawab	Bertanggungjawab terhadap konsekuensi	<p>28. Saya selalu memakai pakaian sesuai kondisi</p> <p>29. Saya tidak memakai pakaian terbuka di lingkungan agama</p> <p>30. Saya tahu konsekuensi apabila memakai pakaian tertentu di lingkungan</p>

3.6 Pengujian Instrumen Penelitian

3.6.1 Uji Validitas

Validitas memperlihatkan seberapa akurat alat pengukur dan apa yang diukurnya. Kuesioner, misalnya, yang dipergunakan untuk mengumpulkan data, harus mengukur apa yang seharusnya diukur. Sekalipun kuesioner telah disusun dan divalidasi secara memadai untuk validitasnya, masih ada beberapa variabel yang dapat mempengaruhi validitas data (Umar, 2008, hlm. 166). Keadaan responden ketika melakukan wawancara atau mengisi kuesioner misalnya, akan mempengaruhi jika peneliti mengikuti petunjuk dengan benar dan juga keabsahan data.

Peneliti terlebih dahulu harus memakai rumus Koefisien Korelasi Product Moment Pearson agar mendapatkan skor korelasi atau harga untuk menilai validitas instrumen penelitian.

$$r = \frac{n \sum XY - \sum X \sum Y}{\sqrt{(n \sum X^2 - (\sum X)^2) \times (n \sum Y^2 - (\sum Y)^2)}}$$

Keterangan:

r = Koefisien korelasi

n = Jumlah responden

Y = Jumlah skor total seluruh item Yi

X = Jumlah skor tiap item Xi

Dalam menentukan valid tidaknya suatu instrument ditentukan dengan r_{hitung} item tersebut. Apabila nilai $r_{hitung} > r_{table}$, item, kueri, atau indikator kemudian dianggap sah (Imam, 2011, hlm. 53). Sebaliknya jika $r_{hitung} < r_{table}$ item, kueri, atau indikator kemudian dianggap tidak sah. Nilai signifikansi yang digunakan dalam penelitian ini adalah 5%.

Uji validitas pada 30 partisipan dengan menguji variabel X (minat fashion pada akun twitter @ustadchen), variabel Y (kepercayaan diri remaja), dan variabel Z (eksposur media akun twitter @ustadchen), karena tingkat signifikansi yang

digunakan adalah 5% maka nilai r tabelnya adalah 0,361. Jika rhitung > 0,361, instrumen dianggap sah. Instrumen tes memiliki 30 pernyataan dengan hasil sebagai berikut:

Tabel 3. 3 Hasil Uji Validitas Instrumen

Variabel	No Soal	Corrected Item Correlation	r tabel (n=30)	Keterangan
Minat Fashion Pada Akun Twitter @ustadchen (X)	1	0,900	0,361	Valid
	2	0,933	0,361	Valid
	3	0,797	0,361	Valid
	4	0,875	0,361	Valid
	5	0,841	0,361	Valid
	6	0,846	0,361	Valid
	7	0,888	0,361	Valid
	8	0,926	0,361	Valid
	9	0,871	0,361	Valid
	10	0,944	0,361	Valid
	11	0,852	0,361	Valid
	12	0,904	0,361	Valid
Terpaan Media Akun Twitter @ustadchen (Z)	13	0,951	0,361	Valid
	14	0,914	0,361	Valid
	15	0,905	0,361	Valid
	16	0,900	0,361	Valid
	17	0,927	0,361	Valid

	18	0,934	0,361	Valid
	19	0,914	0,361	Valid
	20	0,919	0,361	Valid
Kepercayaan Diri Remaja (Y)	21	0,675	0,361	Valid
	22	0,842	0,361	Valid
	23	0,800	0,361	Valid
	24	0,759	0,361	Valid
	25	0,835	0,361	Valid
	26	0,811	0,361	Valid
	27	0,861	0,361	Valid
	28	0,729	0,361	Valid
	29	0,837	0,361	Valid
	30	0,861	0,361	Valid

Berdasarkan hasil uji validitas, sebanyak 30 item pernyataan dalam instrumen penelitian telah dinyatakan valid, sehingga memungkinkan setiap pernyataan dari masing-masing variabel dapat digunakan sebagai alat ukur penelitian.

3.6.2 Uji Reliabilitas

Reliabilitas adalah angka yang memperlihatkan seberapa konsisten alat pengukur mengukur gejala yang sama. Jika alat ukur tersebut telah dianggap sah, maka dapat dilakukan uji reliabilitas (Umar, 2008, hlm. 58). Pengujian reliabilitas dapat dilakukan secara internal ataupun eksternal.

Pada penelitian ini, peneliti memakai Formula Alpha Cronbach untuk menguji reliabilitasnya.

Rumus Alpha Cronbach:

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

Keterangan :

r_{ac} = koefisien reliabilitas alpha cronbach

k = banyak butir/item pertanyaan

$\sum \sigma_b^2$ = jumlah/total varians per-butir/item pertanyaan

σ_t^2 = jumlah atau total varians

Koefisien reliabilitas dapat digunakan untuk menentukan ketergantungan suatu instrumen penelitian berdasarkan hasil uji reliabilitas. Jika koefisien kepercayaan instrumen yang dihasilkan lebih besar dari 0,60 maka item tersebut dinyatakan reliabel. Sebaliknya, jika koefisien reabilitas yang dihasilkan kurang dari 0,60 maka dinyatakan tidak reliabel. Berikut hasil uji reabilitas ketiga variabel penelitian :

Tabel 3. 4 Hasil Uji Reabilitas Instrumen Penelitian

Variabel	Alpha Cronbach Score	Hasil
Minat Fashion pada Konren @ustadchen (X)	0,972	Reliabel
Terpaan Media Akun Twitter @ustadchen (Z)	0,973	Reliabel
Kepercayaan Diri Remaja (Y)	0,932	Reliabel

Setelah melakukan pengujian reabilitas terhadap semua variabel penelitian, yaitu minat fashion sebagai variabel X dan kepercayaan diri remaja sebagai variabel Y serta terpaan media sebagai variabel moderator Z, didapatkan hasil bahwa koefisien reabilitas kedua variabel lebih dari 0,60 seperti keterangan dalam tabel, sehingga dinyatakan reliabel dan dapat digunakan sebagai alat ukur penelitian.

3.7 Teknik Analisis Data

3.7.1 Analisis Deskriptif

Data tersebut dideskripsikan dengan menggunakan pendekatan analisis deskriptif. Data yang akan dideskripsikan ditulis secara ringkas untuk memudahkan pemahaman. Data dapat diringkas dalam berbagai cara. Tabel distribusi frekuensi, tabel persen, dan bentuk lain dari diagram, grafik, dan bagan adalah contohnya (Ali, 2014, hlm. 453).

Data yang dikumpulkan dari peserta dan disusun berdasarkan kriteria evaluasi yang ditentukan menjadi sasaran analisis deskriptif. Prosedur berikut akan digunakan untuk membangun kriteria penilaian untuk setiap indikator pernyataan saat ini:

1. Hitung nilai total, yang merupakan jumlah angka dalam setiap kalimat, yang mewakili respons peserta.
2. Hitung persentase pencapaian peserta dengan membagi nilai kumulatif item dengan nilai frekuensinya, kemudian dikalikan dengan 100 persen. Nilai-nilai berikut harus diperhitungkan ketika memperkirakan persentase responden yang telah mencapai tujuan mereka:
 - a. Jumlah total terbesar (skor ideal)
 - b. Jumlah total terkecil
 - c. Nilai persentase tertinggi
 - d. Nilai persentase terendah
 - e. Nilai di tengah kisaran
3. Dengan menggunakan rumus, kategorikan data berdasarkan nilai rentang atau interpal persentase.

$$\text{Rentang Kategori} = \frac{\text{Presentase Maksimum} - \text{Presentase Minimum}}{\text{jumlah kategori}}$$

3.8 Uji Asumsi Klasik

3.8.1 Uji Normalitas

Uji normalitas merupakan uji yang dipakai oleh akademisi untuk mengetahui apakah data telah berdistribusi normal pada variabel atau pengelompokan data (Sugiyono, 2016, hlm. 150). Dalam uji normalitas, peneliti memanfaatkan uji Kolmogorov-Smirnov. Menurut Sugiyono (Sugiyono, 2016, hlm. 150), syarat uji normalitas untuk teknik Kolmogorov-Smirnov adalah sebagai berikut:

- Apabila skor probabilitas (Asymtotic Significant) $<0,05$ maka distribusi tidak normal
- Apabila skor probabilitas (Asymtotic Significant) $>0,05$ maka distribusi normal

Rumus Kolmogorov-Smirnov adalah sebagai berikut :

$$KD = 1,36 \frac{\sqrt{n_1+n_2}}{n_1 n_2}$$

Keterangan:

KD = jumlah Kolmogorov-Smirnov yang dicari

n_1 = jumlah sampel yang diperoleh

n_2 = jumlah sampel yang diharapkan

3.8.2 Uji Multikolinieritas

Uji multikolinieritas menentukan apakah variabel bebas (independen) dalam model regresi berkorelasi. Seharusnya tidak ada hubungan antara variabel bebas dalam model regresi yang baik. Pengujian multikolinieritas terlihat dari besaran VIF (*Variance Inflation Factor*) dan *tolerance* (Ghozali, 2012, hlm. 105). *Tolerance* adalah metrik untuk menentukan variabel bebas mana yang tidak dijelaskan oleh variabel bebas lainnya. Karena $VIF = 1/\text{toleransi}$, angka toleransi yang rendah sama dengan nilai VIF yang tinggi. Nilai toleransi $\geq 0,01$ atau sama dengan nilai $VIF \leq 10$ merupakan ambang batas yang umum digunakan untuk mengidentifikasi adanya multikolinieritas.

3.8.3 Uji Heteroskedastisitas

Uji heteroskedastisitas menurut pandangan Ghozali (2012, hlm. 139) merupakan pengujian yang memiliki tujuan untuk melihat apakah model regresi memiliki ketidaksamaan varians dari satu residual pengamatan ke pengamatan berikutnya.

3.9 Uji Hipotesis

3.9.1 Analisis Regresi Linear Berganda

Uji hipotesis yang dilakukan oleh peneliti memakai analisis regresi berganda. Analisis berganda menurut Ghozali (2012, hlm. 93), digunakan untuk mengetahui kekuatan hubungan antara dua variabel atau lebih (variabel bebas terhadap variabel terikat).

Model regresi linear berganda yang digunakan untuk menguji hipotesis adalah sebagai berikut:

$$Y = a + b_1X_1 + b_2X_2 + \dots + b_nX_n$$

Dimana :

Y = variabel terikat

a = konstanta

b₁, b₂ = koefisien regresi

X₁, X₂ = variabel bebas

3.9.2 Analisis Regresi Moderate

Moderated Regression Analysis (MRA) adalah nama untuk uji interaksi karena terdapat variabel yang menjadi moderating. Analisis MRA (Moderated Regression Analysis) ialah teknik pengolahan data khusus dalam regresi linear berganda dimana persamaan regresi memiliki komponen interaksi (Ghozali, 2013, hlm. 229) dengan persamaan:

$$Y = a + b_1X_1 + b_2X_2 + b_3Z + b_4(X*Z) + b_5(X*Z) + e$$

Dimana :

- Y = variabel terikat
- a = konstanta
- b = koefisien regresi
- X = variabel bebas
- Z = variabel moderasi
- X*Z = interaksi antara variabel bebas dan variabel moderasi

3.9.3 Pengujian Secara Parsial (Uji-t)

Uji beda t-test dilakukan untuk menilai seberapa baik faktor independen menggambarkan variabel dependen secara independen seperti yang dikemukakan oleh Ghozali (2012, hlm. 98).

Persyaratan uji-t adalah sebagai berikut:

1. Hipotesis ditolak jika skor probabilitas signifikansi lebih besar dari 0,05.
2. Hipotesis diterima jika nilai probabilitas signifikansi lebih kecil dari 0,05.

Selanjutnya, nilai T dapat digunakan untuk menilai uji t; jika skor T yang dihitung melebihi skor T pada tabel, hipotesis diterima. Hipotesis ditolak jika nilai T hitung lebih kecil dari nilai T pada tabel (Riduwan, 2005, hlm. 179). Rumus yang dapat digunakan untuk mengetahui t tabel yaitu :

$$t \text{ tabel} = (\alpha/2 ; n - k - 1 \text{ atau df residual})$$

Keterangan :

α = 5% atau 0,05

n = jumlah partisipan/responden

k = jumlah variabel x

3.9.4 Uji F

Pada dasarnya uji F menilai apakah variabel bebas atau variabel bebas yang dimasukkan dalam model memiliki pengaruh kumulatif terhadap variabel terikat, menurut Ghozali (2012, hlm. 98). Statistik F digunakan bersama dengan kriteria pengambilan keputusan berikut untuk mengevaluasi hipotesis ini:

- Jika F lebih besar dari 4, H₀ ditolak pada tingkat kepercayaan 5%, menyiratkan bahwa kita mengadopsi hipotesis alternatif, yang mengatakan bahwa semua faktor independen memiliki pengaruh yang substansial dan simultan terhadap variabel dependen

Bandungkan nilai F yang dihitung dengan nilai F menurut tabel. H₀ ditolak sedangkan H_a diterima jika nilai Fhitung lebih besar dari Ftabel.

Rumus berikut dapat digunakan untuk mengetahui nilai F_{tabel} :

$$F \text{ tabel} = f (K ; n-K)$$

Keterangan :

n = jumlah partisipan

k = jumlah variabel x