

BAB III

METODE PENELITIAN

3.1 Jenis Penelitian

Jenis penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah penelitian asosiatif dengan pendekatan kuantitatif. Penelitian asosiatif merupakan suatu rumusan masalah yang bertujuan untuk mengetahui hubungan antara dua variabel atau lebih. Dalam penelitian ini, strategi penelitian asosiatif digunakan untuk mengidentifikasi sejauh mana pengaruh variabel X (variabel bebas) yang terdiri atas *live streaming* (X_1) dan Harga (X_2) terhadap variabel Y (variabel terikat), yaitu Keputusan Pembelian, baik secara parsial maupun simultan.

Penelitian asosiatif ini menggunakan metode penelitian *explanatory survey* karena bertujuan untuk menguji hipotesis yang menjelaskan fenomena dalam bentuk hubungan antar variabel. Metode penelitian *explanatory survey* adalah metode penelitian yang dilakukan pada populasi besar maupun kecil, tetapi data yang dipelajari adalah data dari sampel yang diambil dari populasi tersebut. Sehingga ditemukan kejadian-kejadian relatif, distribusi, dan hubungan-hubungan antar variabel sosiologis maupun psikologis. Penelitian ini bertujuan untuk menguji pengaruh *live streaming* dan Harga terhadap Keputusan Pembelian.

3.2 Objek, Unit Analisis, dan Lokasi Penelitian

Fokus objek penelitian ini adalah pengaruh *live streaming* sebagai variabel independen pertama (X_1) dengan indikator *interaction* (interaksi), *real-time* (waktu nyata), kualitas video dan audio, serta konsistensi penayangan. Kemudian Harga sebagai variabel independen kedua (X_2) dengan indikator diskon, keterjangkauan harga, daya saing harga, dan pengaruh harga terhadap kualitas. Variabel ini dianalisis untuk melihat pengaruhnya terhadap Keputusan Pembelian sebagai variabel dependen (Y), yang memiliki indikator pilihan produk, metode pembayaran, kualitas produk, perhatian, keputusan akhir, dan pengaruh sosial.

Unit analisis dalam penelitian ini adalah individu, yaitu penelitian yang berfokus pada orang per orang yang memberikan respon melalui pengisian kuesioner. Unit analisis ini mengacu pada konsumen produk John Rudolph yang berpartisipasi dalam survei ini. Data yang dikumpulkan berasal dari jawaban setiap individu terkait pengalaman mereka menggunakan layanan *live streaming* dan evaluasi harga terhadap keputusan pembelian.

Lokasi penelitian untuk memperoleh data dari responden dilakukan di toko John Rudolph, yang menjadi tempat pengumpulan data penelitian ini. Penelitian ini

dilakukan dengan mengamati dan memperoleh informasi langsung dari konsumen di lokasi tersebut.

3.3. Jenis Data dan Sumber Data Penelitian

3.3.1 Jenis Data Penelitian

Jenis data pada penelitian ini adalah data kuantitatif. Data kuantitatif merupakan data yang berbentuk bilangan atau angka dan dapat diukur besar kecilnya. Data kuantitatif dapat diolah atau dianalisis sesuai bentuknya dengan menggunakan Teknik perhitungan statistik atau matematika. Data kuantitatif dalam penelitian ini didapatkan dari penyebaran kuesioner.

3.3.2 Sumber Data Penelitian

Untuk sumber data penelitian ini diperoleh dari data primer dan data sekunder, yaitu sebagai berikut:

1. Data Primer

Data primer adalah data yang diperoleh secara langsung dari responden melalui survei lapangan menggunakan metode pengumpulan data orisinal (Sugiyono, 2020). Dalam penelitian ini, data primer diperoleh melalui kuesioner yang mencakup pertanyaan-pertanyaan berdasarkan indikator-indikator yang diteliti. Kuesioner ini disebarakan secara online melalui *google form* dan secara tatap muka kepada konsumen produk John Rudolph.

2. Data Sekunder

Data sekunder adalah data yang telah dikumpulkan oleh lembaga atau pihak lain dan dipublikasikan untuk keperluan pengguna data (Sugiyono, 2020). Data sekunder dalam penelitian ini diperoleh melalui studi kepustakaan yang mencakup buku, literatur, jurnal, serta data yang relevan dari John Rudolph. Data ini digunakan untuk mendukung teori dan analisis dalam penelitian ini.

3.4 Operasional Variabel

Menurut Sugiyono (2020) variabel penelitian adalah atribut, sifat, atau nilai dari individu, objek, atau aktivitas yang memiliki variasi tertentu yang telah ditentukan oleh peneliti dengan tujuan untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya setelah memperoleh informasi dari hal tersebut. Variabel penelitian terbagi menjadi dua, yaitu:

1. Variabel Independen

Variabel independen adalah variabel yang memengaruhi atau menjadi penyebab perubahan atau terbentuknya variabel dependen. Variabel independen sering disebut sebagai variabel stimulus, *predictor*, atau *antecedent*. Dalam penelitian ini, variabel independen adalah *live streaming* dan harga.

2. Variabel Dependen

Variabel dependen adalah variabel yang dipengaruhi atau menjadi akibat dari adanya variabel independen. Variabel dependen sering disebut sebagai variabel *output*, kriteria, atau konsekuensi. Dalam penelitian ini, variabel dependen adalah keputusan pembelian.

Operasionalisasi variabel merupakan langkah penting dalam penelitian yang bertujuan untuk menjelaskan secara rinci konsep, indikator, dan skala pengukuran dari setiap variabel yang digunakan. Tujuannya adalah untuk mempermudah pemahaman baik bagi peneliti maupun pembaca, serta untuk menghindari perbedaan persepsi dalam menafsirkan variabel yang diteliti. Dengan operasionalisasi yang jelas, setiap variabel dapat diukur secara objektif dan sistematis, sehingga hasil penelitian menjadi lebih valid dan dapat dipertanggungjawabkan secara ilmiah. Detailnya disajikan dalam tabel operasionalisasi variabel dibawah ini:

Tabel 3.1 Operasional Variabel

Variabel	Indikator	Pernyataan	Skala
<i>Live streaming</i> (X1)	Interaksi	Saya merasa interaksi yang dilakukan selama <i>live streaming</i> sangat membantu dalam memahami produk.	Ordinal
		Saya merasa lebih mudah bertanya langsung kepada penjual selama <i>live streaming</i> .	
	Waktu Nyata (<i>Real Time</i>)	Saya dapat langsung mendapatkan informasi produk selama sesi <i>live streaming</i> tanpa penundaan.	Ordinal
		<i>Live streaming</i> memberikan informasi langsung yang memudahkan keputusan pembelian saya.	
	Kualitas Video & Audio	Kualitas video dan audio selama <i>live streaming</i> mempermudah saya memahami produk.	Ordinal
		Kualitas video dan audio selama <i>live streaming</i> membuat pengalaman belanja saya menjadi lebih nyaman dan menyenangkan.	
	Jumlah Penonton	Saya cenderung lebih tertarik mengikuti <i>live streaming</i> dengan jumlah penonton yang banyak dibandingkan dengan jumlah penonton yang sedikit.	Ordinal
		Jumlah penonton yang tinggi pada <i>live streaming</i> menunjukkan reputasi baik produk atau layanan.	
		Saya merasa lebih yakin untuk membeli produk saat melihat <i>live streaming</i> dengan jumlah penonton yang tinggi.	

Tabel 3.1 Operasional Variabel

Variabel	Indikator	Pernyataan	Skala
<i>Live streaming</i> (X1)	Konsistensi Penayangan	Saya lebih cenderung membeli produk dari penjual yang sering melakukan <i>live streaming</i> dibandingkan yang jarang.	Ordinal
		Konsistensi <i>live streaming</i> mempengaruhi keyakinan saya dalam mengambil keputusan pembelian.	
Harga (X2)	Diskon	Saya lebih tertarik membeli produk ketika ada penawaran diskon selama <i>live streaming</i> .	Ordinal
		Diskon yang ditawarkan membuat harga produk menjadi lebih menarik bagi saya.	
		Diskon selama <i>live streaming</i> mendorong saya untuk membeli produk lebih cepat sebelum penawaran berakhir	
	Keterjangkauan Harga	Harga produk sesuai dengan pendapatan yang saya miliki.	Ordinal
		Saya merasa harga produk ini terjangkau dibandingkan dengan kualitas yang ditawarkan.	
	Daya Saing Harga	Harga produk ini lebih kompetitif dibandingkan produk serupa dari pesaing.	Ordinal
		Saya merasa harga produk ini cukup bersaing.	
	Pengaruh Harga terhadap Kualitas	Saya percaya harga yang lebih tinggi berhubungan dengan kualitas produk yang lebih baik.	Ordinal
Harga yang lebih rendah tidak mengurangi keyakinan saya terhadap kualitas produk.			
Keputusan Pembelian (Y)	Pilihan Produk	Saya cenderung memilih produk ini dibandingkan produk lain yang tersedia.	Ordinal
		Produk ini memiliki keunggulan yang membuat saya lebih memilihnya dibandingkan dengan produk lain.	
	Metode Pembayaran	Saya puas dengan metode pembayaran yang tersedia untuk produk ini.	Ordinal
		Metode pembayaran yang disediakan sangat memudahkan proses transaksi saya.	

Tabel 3.1 Operasional Variabel

Variabel	Indikator	Pernyataan	Skala
Keputusan Pembelian (Y)	Metode Pembayaran	Pilihan metode pembayaran yang beragam memberikan saya fleksibilitas dalam bertransaksi.	Ordinal
		Metode pembayaran yang disediakan sangat memudahkan proses transaksi saya.	Ordinal
		Pilihan metode pembayaran yang beragam memberikan saya fleksibilitas dalam bertransaksi.	Ordinal
	Kualitas Produk	Saya merasa produk ini memiliki kualitas yang baik	Ordinal
		Produk ini memenuhi ekspektasi saya dalam hal kualitas dan daya tahan.	
	Perhatian	Saya sangat memperhatikan promosi yang ditawarkan untuk produk ini	Ordinal
		Promosi yang menarik membuat saya lebih tertarik untuk membeli produk ini.	
	Keputusan Akhir	Setelah mempertimbangkan semua aspek, saya memutuskan untuk membeli produk ini.	Ordinal
		Saya merasa yakin dengan keputusan saya untuk memilih produk ini setelah mempertimbangkan semua aspek yang ada.	
	Pengaruh Sosial	Saran dari teman atau keluarga sangat mempengaruhi keputusan saya untuk membeli produk ini.	Ordinal
		Karena melihat orang lain dan mengikuti tren, saya memutuskan untuk membeli produk ini.	

Sumber: Diolah peneliti (2025)

3.5 Metode Penarikan Sampel

Populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri atas objek/subjek yang mempunyai kuantitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari kemudian ditarik kesimpulannya (Sugiyono, 2020). Berdasarkan definisi tersebut, peneliti menyimpulkan bahwa populasi dalam penelitian ini adalah konsumen produk "John Rudolph." Apabila jumlah populasi besar dan peneliti tidak

memungkinkan untuk mempelajari semua anggota populasi tersebut, maka dapat diambil sampel sebagai bagian dari populasi.

Menurut Sugiyono (2020), sampel adalah bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi. Untuk menghasilkan kesimpulan yang valid, sampel yang diambil harus benar-benar mewakili populasi (*representative*). Jika sampel tidak mewakili populasi, maka dapat menyebabkan kesimpulan yang salah.

Metode pengambilan sampel dalam penelitian ini menggunakan metode *non-probability sampling*, yaitu teknik pengambilan sampel yang tidak memberikan peluang atau kesempatan yang sama bagi setiap anggota populasi untuk dipilih sebagai sampel. Pemilihan metode ini didasarkan pada kondisi jumlah dan karakteristik populasi yang tidak diketahui secara pasti, sehingga peneliti tidak dapat menyusun kerangka sampel secara menyeluruh (Sugiyono, 2020).

Dalam penelitian ini, teknik pengambilan sampel yang digunakan adalah *Quota Sampling*. *Quota Sampling* merupakan teknik pengambilan sampel dari populasi yang memiliki karakteristik tertentu hingga mencapai jumlah (kuota) yang diinginkan (Sugiyono, 2020). Adapun ruang lingkup dan batasan dari sampel dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Konsumen yang telah membeli produk baju "John Rudolph."
2. Responden yang memenuhi kriteria kuota yang telah ditentukan berdasarkan karakteristik tertentu yaitu :
 - a. Umur
 - b. Pekerjaan
 - c. Pendapatan
 - d. Jumlah Pembelian
 - e. Frekuensi Belanja di TikTok Shop per Bulan
 - f. Alasan Utama Berbelanja di John Rudolph
 - g. Platform *E-commerce* Paling Sering Digunakan

Dalam penelitian ini, jumlah populasi tidak diketahui secara pasti dan bersifat dinamis, sehingga peneliti tidak memungkinkan untuk menentukan ukuran sampel berdasarkan total populasi. Dengan demikian, penentuan ukuran sampel menggunakan rumus Lemeshow, yang umum digunakan pada penelitian dengan populasi yang tidak diketahui secara pasti (Lemeshow et al., 1990). Rumus Lemeshow yang digunakan adalah sebagai berikut:

$$n = Z^2 \times p \times (1 - p) / d^2$$

Keterangan

- n : Jumlah sampel minimal
 Z : Nilai *z-score* pada tingkat kepercayaan (umumnya 1,96 untuk 95%)
 p : Proporsi kejadian yang diteliti (jika tidak diketahui, digunakan 0,5)

d : Derajat kesalahan (*margin of error*), biasanya 0,05 atau 5%

Dengan menggunakan tingkat kepercayaan sebesar 95% ($Z = 1,96$), proporsi kejadian (p) sebesar 0,5, dan tingkat kesalahan (d) sebesar 10%, maka jumlah sampel minimum dihitung menggunakan rumus Lemeshow sebagai berikut:

$$n = Z^2 \times p \times (1 - p) / d^2$$

$$n = (1,96)^2 \times 0,5 \times (1 - 0,5) / (0,1)^2$$

$$n = 96,04$$

Berdasarkan hasil perhitungan tersebut, maka jumlah sampel dalam penelitian ini dibulatkan menjadi 100 responden, dengan margin of error sekitar 9,8% pada tingkat kepercayaan 95%.

3.6 Metode Pengumpulan Data

Metode pengumpulan data merupakan cara-cara yang dilakukan peneliti untuk mengumpulkan atau memperoleh data agar data yang diperoleh valid, reliabel, dan obyektif (Sugiyono, 2020). Metode pengumpulan data harus dilakukan dengan baik dan benar sehingga dapat diperoleh data yang akurat sesuai dengan kebutuhan penelitian. Metode pengumpulan yang dilakukan untuk mengumpulkan data primer dan sekunder dalam penelitian ini, yaitu:

1. Data Primer

a. Kuesioner

Metode pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini adalah kuesioner, yaitu dengan memberikan daftar pertanyaan kepada responden yang dipilih. Kuesioner akan disebarakan kepada sampel yang terdiri dari konsumen "John Rudolph". Pengukuran yang digunakan dalam kuesioner ini adalah Skala Likert. Menurut Sugiyono (2020), Skala Likert digunakan untuk mengukur sikap, pendapat, dan persepsi seseorang atau sekelompok orang mengenai fenomena sosial. Penilaian pada Skala Likert disajikan dalam Tabel 3.2 di bawah ini:

Tabel 3.2 Skala Likert

Kategori	Bobot
Sangat Setuju	4
Setuju	3
Tidak Setuju	2
Sangat Tidak Setuju	1

Sumber: Diolah peneliti (2025)

Skala Likert dengan 4 poin dipilih untuk menghindari adanya pilihan netral yang sering digunakan responden ketika ragu atau enggan mengambil posisi. Dengan menghilangkan opsi tengah, responden didorong untuk menentukan sikap yang lebih

jasas, apakah cenderung setuju atau tidak setuju terhadap pernyataan yang diberikan. Pendekatan ini membantu peneliti memperoleh data yang lebih tegas dan meminimalkan bias akibat jawaban “aman” yang tidak mencerminkan pendapat sebenarnya.

2. Data Sekunder

Data Sekunder adalah pengumpulan data yang diambil dari tinjauan Pustaka ke perpustakaan dan pengumpulan buku-buku, bahan-bahan tertulis serta referensi yang relevan dengan penelitian yang sedang dilakukan.

3.7 Metode Pengolahan Data/Analisis Data

Data yang sudah dikumpulkan harus diolah dan dianalisis terlebih dahulu sehingga dapat dijadikan sebagai dasar pengambilan Keputusan. Adapun metode analisis yang digunakan adalah sebagai berikut:

1. Pengujian Instrumen Data

a) Uji Validitas

Uji Validitas merupakan persamaan data yang dilaporkan oleh peneliti dengan data yang diperoleh langsung yang terjadi pada subjek penelitian Sugiyono (2020) Uji Validitas digunakan untuk mengukur sah tidaknya suatu kuesioner. Kuesioner dikatakan valid jika pernyataan pada kuesioner mampu mengungkapkan yang akan diukur oleh kuesioner tersebut. Uji Validitas pada penelitian ini menggunakan aplikasi SPSS dengan nilai *Pearson's Correlation* dengan syarat sebagai berikut:

1. Jika r hitung $>$ r tabel maka pernyataan dapat dikatakan valid. Jika r hitung $<$ r tabel maka pernyataan dapat dikatakan tidak valid.
2. Jika Sig. $<$ 0,05 maka pernyataan akan dinyatakan Valid. Jika $>$ 0,05 maka pernyataan akan dinyatakan tidak valid.

b) Uji Reliabilitas

Menurut Sugiyono (2020) Uji Reliabilitas adalah derajat konsisten dan stabilitas data atau temuan. Data yang tidak reliabel, tidak dapat di proses lebih lanjut karena akan menghasilkan kesimpulan yang bias, suatu alat ukur yang dinilai reliable jika pengukuran tersebut menunjukkan hasil-hasil yang konsisten dari waktu ke waktu. Pada penelitian ini Uji Reliabilitas akan menggunakan nilai *Cronbach's Alpha*.

- a. Jika nilai *Cronbach Alpha* $\alpha >$ 0,60 maka reliabel
- b. Jika nilai *Cronbach Alpha* $\alpha <$ 0,60 maka tidak reliabel.

2. Analisis Deskriptif

Analisis deskriptif adalah teknik untuk mengumpulkan, mengolah, menyajikan, dan menganalisis data kuantitatif dalam bentuk tabel dan grafik, sehingga memberikan gambaran teratur tentang suatu peristiwa. Teknik yang digunakan untuk menganalisis

data dengan cara menjelaskan atau memaparkan data yang telah diperoleh sebagaimana adanya tanpa bertujuan untuk menarik kesimpulan, Sugiyono (2023). Analisis deskriptif dalam penelitian ini berfokus pada karakteristik responden, seperti jenis kelamin, usia, pekerjaan, serta penilaian responden terhadap setiap indikator yang ada dalam penelitian. Tahap awal pada analisis deskriptif adalah menentukan bobot terkecil - terbesar, dengan menggunakan skor 1-4, sebagaimana pembobotan skala likert yang digunakan pada kuesioner.

$$\text{Tanggapan total responden} = \frac{\text{Skor total hasil jawaban responden}}{\text{skor tertinggi responden}} \times 100\%$$

Sumber : Sugiyono (2021)

Selanjutnya, dibuat rentang skala analisis deskriptif agar diketahui kategori penilaian setiap indikator melalui kuesioner yang disebarkan. Berikut merupakan langkah untuk menentukan rentang penilaian:

- a. $R = \text{Skor Tertinggi} - \text{Skor Terendah}$
 $\text{Skor Teritinggi 4} = 100\%$
 $\text{Skor Terendah 1} = 25\%$
 $R = 100\% - 25\% = 75\%$
- b. Jumlah Kelas = 4 (Sesuai Dengan Skala Likert)
- c. Interval = $\frac{R}{K} = \frac{75\%}{4} = 18,75\%$ di bulatkan menjadi 19%

Dengan demikian, dibuatkan rentang penilaian untuk interpretasi jawaban responden sebagai berikut:

Tabel 3. 3 Rentang Skala Penilaian

Presentase Range	Pilihan
25-43	Sangat Rendah
44-62	Rendah
63-81	Tinggi
82-100	Sangat Tinggi

Sumber: Data Primer (2025)

3. Pengujian Asumsi Klasik

a) Uji Normalitas

Uji normalitas dilakukan dengan tujuan untuk menilai sebaran data pada sebuah kelompok data atau variabel, apakah data tersebut berdistribusi normal atau tidak. Uji normalitas menggunakan uji *kolmogorov smirnov* yang nantinya dapat diketahui data yang digunakan berdistribusi normal atau tidak.

- a. Jika nilai signifikan $> 0,05$ maka data tersebut berdistribusi normal.
 - b. Jika nilai signifikan $< 0,05$ maka data tersebut berdistribusi tidak normal.
- b) Uji Heterokedastisitas
- Menurut Ghozali (2021) Uji Heteroskedastisitas digunakan untuk menguji apakah ada ketidaksamaan variasi dari residual satu pengamatan ke pengamatan yang lain dalam model regresi yang dipakai. Contoh model regresi yang baik adalah model yang tidak terjadinya Heteroskedastisitas. Pada Uji Heteroskedastisitas dapat diketahui bahwa:
- a. Jika $\text{sig} > 0,05$, maka tidak terjadinya Heteroskedastisitas.
 - b. Jika $\text{sig} < 0,05$, maka terjadinya Heteroskedastisitas.
- c) Uji Multikolinearitas
- Menurut Ghozali (2020), Uji Multikolinearitas digunakan untuk menguji apakah terdapat korelasi antar variabel independen dalam model regresi. Model regresi yang baik seharusnya tidak mengalami multikolinearitas. Kriteria pengujian adalah:
- a. Jika nilai VIF < 10 dan Tolerance $> 0,1$, maka tidak terjadi multikolinearitas.
 - b. Jika nilai VIF ≥ 10 dan Tolerance $\leq 0,1$, maka terjadi multikolinearitas.

4. Pengujian Hipotesis

a) Analisis Regresi Linier Berganda

Pada penelitian ini menggunakan Analisis Regresi Linier berganda untuk dapat mengetahui hubungan dua variabel independen yaitu *live streaming* harga dengan variabel dependen yaitu Keputusan Pembelian. Pada penelitian ini Uji Regresi Linier berganda dilakukan dengan menggunakan aplikasi SPSS. Berikut rumus dari regresi linier berganda

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

Keterangan:

Y : Keputusan Pembelian

α : Konstanta

β : Koefisien Regresi

X_1 : *Live streaming*

X_2 : Harga

e : *Error Term*

b) Uji Koefisien Determinasi

Koefisien Determinasi digunakan untuk mengukur sejauh mana model regresi dapat menjelaskan variabel independent harga terhadap variabel dependen keputusan pembelian. Menurut Ghozali (2021) Koefisien Determinasi (R^2) bertujuan untuk menguji seberapa besar kemampuan pengaruh variabel *independent* terhadap dependen untuk dapat menentukan

apakah terdapat variabel variabel moderator maka perlu adanya perbandingan nilai koefisien determinasi (R^2). Jika menghasilkan nilai koefisien yang lebih tinggi maka akan dianggap memiliki nilai yang lebih baik. Berikut ini rumus untuk mencari nilai koefisien determinasi (R^2):

$$KD = r^2 \times 100\%$$

Keterangan:

KD : Nilai Koefisien Determinasi

r^2 : Nilai Koefisien Korelasi

Adapun kriteria dalam menganalisis koefisien determinasi yaitu:

- a. Jika koefisien determinasi mendeteksi nol (0), maka pengaruh variabel independent terhadap variabel dependen lemah.
- b. Jika koefisien determinasi satu (1), maka pengaruh variabel *independent* terhadap variabel dependen kuat.

c) Uji T (Parsial)

Penelitian ini menggunakan Uji T untuk meguji bagaimana pengaruh variabel bebas (*independent*) serta untuk membuktikan apakah hipotesis tersebut dapat ditolak atau diterima. Untuk menentukan nilai t-tabel perlu menggunakan rumus sebagai berikut:

$$t_{hitung} = \frac{bi}{Sbi}$$

Keterangan

bi : Koefisien regresi variabel i

Sbi : Standar error variabel i

Adapun dasar pengambilan keputusan dengan menggunakan uji t yaitu:

1. Jika nilai t hitung $> 0,05$ maka H_0 ditolak dan H_a diterima. Hal ini menunjukkan bahwa variabel independent tidak berpengaruh signifikan terhadap variabel dependen.
2. Jika nilai t hitung $< 0,05$ maka H_0 diterima dan H_a ditolak. Hal ini menunjukkan bahwa variabel *independent* berpengaruh secara signifikan terhadap variabel dependen.

d) Uji F (Simultan)

Uji F digunakan untuk menguji pengaruh secara simultan (bersama-sama) dari semua variabel bebas terhadap variabel terikat. Rumus untuk menghitung nilai F adalah:

$$F_{hitung} = \frac{R_{Squared}/k}{1-R_{Squared} / (n-k-1)}$$