

BAB III

OBJEK DAN METODE PENELITIAN

3.1 Objek Penelitian

Objek penelitian merupakan permasalahan yang diteliti untuk mendapatkan jawaban atau solusi yang dibuktikan secara subjektif. Objek dalam penelitian ini adalah kualitas produk, harga, *content marketing*, *bandwagon effect* serta kepuasan konsumen.

3.2 Metode Penelitian

Dalam penelitian ini metode yang digunakan adalah metode kuantitatif dengan pendekatan deskriptif. Data dalam penelitian ini merupakan data primer yang diperoleh dari hasil penyebaran kuisioner kepada mahasiswa Universitas Siliwangi Angkatan 2021. Jenis penelitian yang di gunakan pada penelitian ini adalah penelitian tentang penjelasan pengaruh (*explain*). Penelitian ini merupakan jenis penelitian penjelasan yang bertujuan untuk menjelaskan hubungan kausal antara variabel – variabel melalui pengujian hipotesis.

3.2.1 Operasionalisasi Variabel

Menurut Sugiyono (2018) variabel penelitian adalah suatu atribut atau sifat atau nilai dari orang, obyek, organisasi atau kegiatan yang mempunyai variasi tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya. Sesuatu dengan judul “ Pengaruh Kualitas Produk, Harga, *Content marketing*, dan *Bandwagon effect* Terhadap Kepuasan Konsumen di Bidang *Fashion* secara *Online* (Studi Kasus Pada Mahasiswa Universitas Siliwangi Angkatan 2021) “, maka penulis menggunakan dua variabel, yaitu:

1. Variabel Bebas (*independent variable*)

Sugiyono (2018) variabel *independent* adalah variabel yang sering disebut sebagai variabel *stimulus, predictor, antecedent*. Dalam Bahasa Indonesia sering disebut sebagai variabel bebas. Variabel bebas merupakan variabel yang mempengaruhi atau menjadi sebab perubahannya atau timbulnya variabel dependen (terikat). Dalam penelitian ini variabel independennya adalah kualitas produk, harga, *content marketing*, dan *bandwagon effect*.

2. Variabel Terikat (*dependent variable*)

Variabel dependen atau terikat merupakan variabel yang dipengaruhi atau yang menjadi akibat, karena adanya variabel bebas (Sugiyono, 2018). Dalam penelitian ini variabel dependennya adalah kepuasan konsumen.

Tabel 3 1 Operasional Variabel

Variabel	Definisi	Indikator/ukuran	Skala
Kualitas Produk (X1)	kualitas produk adalah suatu kondisi dari sebuah barang berdasarkan pada penilaian atas kesesuaiannya dengan standar ukur yang telah ditetapkan	<ul style="list-style-type: none"> - Hasil Produk -Ciri-ciri/Keistimewaan tambahan -Kehandalan -Kesesuaian dengan spesifikasi (Menurut Tjiptono)	Ordinal
Harga (X2)	Harga produk fashion merupakan salah satu hal yang menjadi pertimbangan konsumen dalam	<ul style="list-style-type: none"> - Ketejangkauan harga - Kesesuaian harga dengan kualitas Produk 	Ordinal

Variabel	Definisi	Indikator/ukuran	Skala
	menentukan pilihan membeli atau tidaknya produk tersebut	- Harga sesuai dengan kemampuan atau daya saing (Menurut Kotler, 2008)	
<i>Content marketing</i> (X3)	<i>Content marketing</i> didefinisikan sebagai sebuah strategi marketing dalam membuat dan menyebarkan konten yang berharga, relevan, dan juga konsisten untuk menarik perhatian para audiens yang dituju. Konten sendiri dapat dibagi ke dalam beberapa kategori, yakni konten berupa teks, video, maupun audio	- Pemahaman pembaca - Berbagi motivasi - Membujuk - Membuat keputusan - Faktor lainnya (Karr Douglas 2016)	Ordinal
<i>Bandwagon effect</i> (X4)	<i>Bandwagon effect</i> yaitu efek ikut-ikutan terhadap tren menggunakan suatu produk <i>fashion</i> tertentu yang sedang digunakan oleh banyak orang.	- <i>Conformity</i> (kesesuaian) - <i>Interpersonal influence</i> (mengidentifikasi diri dalam pandangan orang lain) - <i>Status Seeking</i> (<i>pencarian status</i>)	Ordinal

Variabel	Definisi	Indikator/ukuran	Skala
		(Fara 2019, evelina & pebrianti 2021)	
Kepuasan Konsumen	kepuasan pelanggan adalah tingkat perasaan seseorang setelah membandingkan kinerja hasil yang nyata dibandingkan dengan harapannya	- Tingkat retansi pelanggan - Keluhan yang di selesaikan - Nilai pemesanan/Transaksi ulang (Tjiptono 2015 dalam ulihuna 2021)	Ordinal

3.2.2 Teknik Pengumpulan Data

Studi pustaka digunakan oleh peneliti dalam mempelajari dan mengidentifikasi berbagai hal dalam bentuk jurnal maupun karya tulis ilmiah lain yang berkaitan dengan penelitian.

Teknik yang digunakan dalam pengumpulan data-data penelitian ini adalah dengan melalui penyebaran kuisisioner terhadap beberapa mahasiswa-mahasiswi Universitas Siliwangi Tasikmalaya pada angkatan 2021.

3.2.2.1 Jenis Data

Data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data primer, yaitu data yang dibuat oleh peneliti dari sumber asli dari lapangan atau tanpa perantara. Data dikumpulkan sendiri oleh peneliti langsung dari sumber pertama atau tempat objek

penelitian dilakukan pada mahasiswa-mahasiswi Universitas Siliwangi Tasikmalaya pada angkatan 2021.

3.2.2.2 Populasi Sasaran

Populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri atas obyek/subyek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulan (Sugiyono, 2018). Populasi dalam penelitian ini adalah mahasiswa-mahasiswi Universitas Siliwangi pada angkatan 2021.

**Tabel 3 2 Data Jumlah Populasi Mahasiswa S1 Universitas Siliwangi
Angkatan 2021**

No	Jurusan	Jumlah Mahasiswa
1	Pendidikan Masyarakat	95
2	Pendidikan Bahasa Indonesia	116
3	Pendidikan Bahasa Inggris	121
4	Pendidikan Matematika	132
5	Pendidikan Biologi	113
6	Pendidikan Ekonomi	106
7	Pendidikan Geografi	90
8	Pendidikan Jasmani	214
9	Pendidikan Sejarah	135
10	Pendidikan Fisika	87
11	Ekonomi Pembangunan	203
12	Manajemen	275

No	Jurusan	Jumlah Mahasiswa
13	Akuntansi	220
14	Teknik Sipil	78
15	Teknik Elektro	57
16	Teknik Informatika	125
17	Ekonomi Syariah	117
18	Kesehatan Masyarakat	122
19	Gizi	76
20	Ilmu Politik	128
21	Agribisnis	5
22	Agroteknologi	7
	Jumlah	2622

Data: TIK UNSIL

3.2.2.3 Penentuan Sampel

Menurut Sugiyono (2019;127), 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.

Teknik Pengambilan sampel atau teknik sampling yang digunakan peneliti adalah teknik non probability sampling dengan menggunakan metode purposive sampling dengan menggunakan metode sampling. Menurut Sugiyono (Sugiyono, 2019, p. 131) non probability sampling merupakan teknik pengambilan sampel

yang tidak memberikan kesempatan yang sama bagi setiap anggota suatu populasi untuk dipilih menjadi anggota sampel, karena di pilih berdasarkan kriteria tertentu. Sedangkan purposive sampling peneliti gunakan karena nantinya dalam pengambilan sampel akan diambil dengan pertimbangan tertentu (Sugiyono, 2019, p. 133), yaitu mahasiswa S1 Universitas Siliwangi Tasikmalaya angkatan 2021.

Dalam penarikan sampel menggunakan rumus Slovin sebagai berikut :

$$n = \frac{N}{1 + N \cdot e^2}$$

Keterangan:

n = jumlah sampel

N = Jumlah populasi

e = error term (10%)

Berikut perhitungan sampel terhadap mahasiswa Universitas Siliwangi angkatan 2021.

$$n = \frac{N}{1 + N \cdot e^2}$$

$$n = \frac{2622}{1 + 2622(0,1)^2}$$

$$n = \frac{2622}{1 + (2622 \times 0,01)}$$

$$n = \frac{2622}{1 + 26,22}$$

$$n = \frac{2622}{27,22}$$

$$n = 96$$

Dari hasil perhitungan terhadap jumlah populasi mahasiswa S1 Universitas Siliwangi angkatan 2021 menggunakan rumus slovin diperoleh hasil sama dengan 96. Karena kesanggupan peneliti mengambil 100 orang responden dan agar hasil yang diperoleh lebih *representative* maka sampel akan diambil 100 orang secara random.

Untuk menghasilkan data jumlah sampel mahasiswa Universitas Siliwangi Tasikmalaya, menggunakan rumus sugiyono (sampel berstrata). Seperti dibawah ini:

$$n_i = \frac{N_i}{N} \times n$$

N = Jumlah populasi menurut stratum

N = Jumlah populasi seluruhnya

N_i = Jumlah sampel menurut stratum

N = Jumlah sampel seluruhnya

**Tabel 3 3 Data Jumlah Sampel Mahasiswa S1 Universitas Siliwangi
Angkatan 2021**

No	Jurusan	N	Perhitungan	Jumlah
1	Pendidikan Masyarakat	95	$\frac{95}{2622} \times 100$	4
2	Pendidikan Bahasa Indonesia	116	$\frac{116}{2622} \times 100$	4
3	Pendidikan Bahasa Inggris	121	$\frac{121}{2622} \times 100$	5
4	Pendidikan Matematika	132	$\frac{132}{2622} \times 100$	5

No	Jurusan	N	Perhitungan	Jumlah
5	Pendidikan Biologi	113	$\frac{113}{2622} \times 100$	4
6	Pendidikan Ekonomi	106	$\frac{106}{2622} \times 100$	4
7	Pendidikan Geografi	90	$\frac{90}{2622} \times 100$	4
8	Pendidikan Jasmani	214	$\frac{214}{2622} \times 100$	8
9	Pendidikan Sejarah	135	$\frac{135}{2622} \times 100$	5
10	Pendidikan Fisika	87	$\frac{87}{2622} \times 100$	3
11	Ekonomi Pembangunan	203	$\frac{203}{2622} \times 100$	7
12	Manajemen	275	$\frac{275}{2622} \times 100$	10
13	Akuntansi	220	$\frac{220}{2622} \times 100$	8
14	Teknik Sipil	78	$\frac{78}{2622} \times 100$	3
15	Teknik Elektro	57	$\frac{57}{2622} \times 100$	2
16	Teknik Informatika	125	$\frac{125}{2622} \times 100$	5
17	Ekonomi Syariah	117	$\frac{117}{2622} \times 100$	5
18	Kesehatan Masyarakat	122	$\frac{122}{2622} \times 100$	4

No	Jurusan	N	Perhitungan	Jumlah
19	Gizi	76	$\frac{76}{2622} \times 100$	3
20	Ilmu Politik	128	$\frac{128}{2622} \times 100$	5
21	Agribisnis	5	$\frac{5}{2622} \times 100$	1
22	Agroteknologi	7	$\frac{7}{2622} \times 100$	1
	Jumlah	2622		100

3.3 Model Penelitian

Analisis regresi berganda digunakan oleh peneliti, analisis regresi akan dilakukan bila jumlah variabel independennya minimal dua. Model analisis regresi linear berganda yang digunakan untuk menguji hipotesis adalah sebagai berikut:

$$Y = \beta_0 + \beta_1 X_1 + \beta_2 X_2 + \beta_3 X_3 + \beta_4 X_4 + e$$

Keterangan :

Y = Kepuasan konsumen

X₁ = Kualitas Produk

X₂ = Harga

X₃ = *Content marketing*

X₄ = *Bandwagon effect*

β₁, β₂, β₃, β₄ = koefisien regresi dari setiap variabel independent

β₀ = konstanta

e = error term

3.4 Uji Instrumen

Setelah data yang diperlukan telah diperoleh, data tersebut dikumpulkan untuk kemudian dianalisis dan diinterpretasikan. Sebelum melakukan analisis data perlu dilakukan uji validitas dan uji reabilitas terhadap kuisioner yang telah disebarkan.

3.4.1 Uji Validitas

Uji validitas digunakan untuk mengukur sah atau valid tidaknya suatu kuisioner. Suatu kuisioner dikatakan valid jika pertanyaan pada kuisioner mampu untuk mengungkapkan sesuatu yang akan diukur oleh kuisioner tersebut, (Ghozali, 2001).

Prosedur uji validitas yaitu, membandingkan r_{hitung} dengan r_{tabel} yaitu angka kritik tabel korelasi pada derajat keabsahan atau *degree of freedom* dimana ($df = N-2$) dengan tarif signifikan $\alpha = 5\%$

Kriteria pengujian :

Jika $r_{hitung} > r_{tabel}$, maka pertanyaan tersebut valid

Jika $r_{hitung} < r_{tabel}$, maka pernyataan tersebut tidak valid

3.4.2 Uji reabilitas

Ghozali (2001) mendefinisikan reabilitas sebenarnya adalah alat untuk mengukur suatu kuisioner yang merupakan indikator dari suatu variabel atau konstruk. Suatu kuisioner dapat dikatakan reliabel atau handal jika jawaban seseorang terhadap pernyataan adalah konsisten atau stabil dari waktu ke waktu.

Dasar keputusan keputusan dalam uji reabilitas adalah sebagai berikut :

- a) Jika nilai *Cronbach Alpha* $> r_{tabel}$, maka kuisioner dinyatakan reliabel.
- b) Jika nilai *Cronbach Alpha* $< r_{tabel}$, maka kuisioner dinyatakan tidak reliabel.

3.5 Method of Succesive Interval

Pada penelitian ini data yang digunakan adalah data ordinal. Agar dapat dianalisa secara statistik maka data tersebut harus diubah dulu menjadi data interval dengan menggunakan Method Of Succesive Interval adalah sebagai berikut :

- a) Perhatikan F (frekuensi) responden (banyaknya responden yang memberikan respon yang ada)
- b) Bagi setiap bilangan pada F (frekuensi) oleh n (jumlah sampel) sehingga disebut $P_i = F_i/n$.
- c) Jumlahan P (Proporsi) secara berurutan untuk setiap responden, sehingga keluar proporsi kumulatif ($P_{k_i} = O_p (1-1) + P_i$)
- d) Proporsi kumulatif (P_k) dianggap mengikuti distribusi normal baku, sehingga kita bisa menemukan nilai Z untuk setiap kategori
- e) Hitung $SV = \frac{\text{Density lower limit} - \text{Density at upper limit}}{\text{Area under limit} - \text{Area under lower limit}}$

Keterangan :

Density lower limit = kepadatan batas bawah

Density at upper limit = kepadatan batas atas

Area under limit = daerah dibawah batas atas

Area under lower limit = daerah dibawah batas bawah

f)SV (Skala Value)

Transformed = $Y = SV + |SV_{\min}|$

3.6 Teknik Analisis Data

Analisis data adalah proses penyederhanaan data ke dalam bentuk yang lebih mudah dibaca dan diinterpretasikan. Dalam proses ini seringkali digunakan

statistik. Fungsi pokok statistik adalah untuk menyederhanakan data penelitian, selain itu fungsinya untuk memungkinkan peneliti untuk menguji apakah ada hubungan yang diamati memang betul terjadi atau hanya secara kebetulan, (Tukiran & Effendi, 2012).

3.7 Rancangan Alat Analisis

3.7.1 Pengukuran Instrumen Penelitian (*Skala Likert*)

Skala pengukuran adalah kesepakatan yang digunakan sebagai acuan atau tolak ukur untuk menentukan Panjang pendeknya interval yang ada pada alat ukur sehingga alat ukur tersebut bila digunakan dalam pengukuran akan menghasilkan data (Ramli, 2011). Variabel kualitas produk, harga, content marketing, *bandwagon effect* dan kepuasan konsumen menggunakan skala ordinal (sangat tidak setuju, tidak setuju, kurang setuju, setuju, sangat setuju). Untuk pemberian skor pada setiap butir soal dipergunakan skala Likert. Dalam penelitian ini skala pengukuran yang digunakan adalah skala likert tipe lima point, berkisar dari skor 1 (sangat tidak setuju), sampai skor 5 (sangat setuju). Dalam skala ini, variabel yang diukur disusun menjadi item instrument dalam bentuk pertanyaan yang nantinya akan dijawab responden. Berikut uraian dan makna dari point atau skor yang ada dalam skala likert :

Tabel 3 4 Skor Skala Likert

No	Skala	Bobot Skor
1	Sangat Setuju (SS)	5
2	Setuju (S)	4
3	Kurang Setuju (KS)	3

4	Tidak Setuju (TS)	2
5	Sangat Tidak Setuju (STS)	1

3.7.2 Analisis Regresi Berganda

Alat analisis yang digunakan dalam penelitian ini adalah analisis regresi berganda, karena terdapat asumsi tidak terdapatnya pengaruh antara variabel independent. Dalam regresi berganda, variabel terkait Y tergantung dua atau lebih variabel. Teknik ini digunakan untuk memperhitungkan dan memperkirakan secara kuantitatif beberapa faktor secara bersama- sama terhadap perilaku konsumsi, pengujian hipotesis, serta dapat diketahui pengaruh masing-masing variabel bebas yang digunakan.

Untuk menguji hipotesis mengenai pengaruh variabel independent kualitas produk, harga, *content marketing*, dan *bandwagon effect* terhadap variabel dependen kepuasan konsumen dibidang *fashion* secara *online* digunakan analisis regresi berganda dengan persamaan kuadrat terkecil (OLS)

3.7.3 Uji Asumsi Klasik

Sebelum pengujian regresi dilakukan, terlebih dahulu dilakukan uji asumsi klasik. Uji asumsi klasik meliputi uji multikolinearitas, uji heteroskedastisitas, dan uji normalitas. Uji multikolinearitas ini dilakukan untuk menunjukkan adanya hubungan linear antara variabel-variabel bebas dalam model regresi maupun untuk menunjukkan ada tidaknya derajat kolinearitas yang tinggi di antara variabel-variabel bebas. Uji heteroskedastisitas digunakan untuk mengetahui apakah terjadi penyimpangan model karena varian gangguan berbeda antar satu observasi dengan

observasi lain. Cara untuk mengdiagnosis adanya heteroskedastisitas dalam suatu model regresi adalah dengan melihat grafik plot antara nilai prediksi variabel terikat (ZPRED) dengan residualnya (SRESID). Apakah titik-titik tidak menyebar dan membentuk suatu pola maka tidak terdapat unsur heteroskedastisitas. Model regresi yang baik adalah distribusi data secara normal atau mendekati normal. Jika data menyebar di sekitar garis diagonal, maka model regresi memenuhi asumsi normalitas.

3.7.4 Uji Normalitas

Uji normalitas maksudnya untuk mengetahui apakah residual yang diteliti berdistribusi normal atau tidak. Uji ini digunakan untuk mengetahui apakah sebuah model regresi, variabel independent, variabel dependen, atau keduanya mempunyai distribusi normal atau tidak. Model regresi yang baik adalah model regresi yang berdistribusi normal atau mendekati normal. Untuk mengetahui apakah model regresi berdistribusi normal atau tidak dapat dilakukan dua cara, yaitu dengan analisis grafik dan uji statistic. Adapun dasar pengambilan keputusan adalah sebagai berikut:

1. Jika nilai Probabilitas Jurque Bera (JB) $< 0,05$ maka residual nya berdistribusi tidak normal.
2. Jika nilai Probabilitas Jurque Bera (JB) $> 0,05$ maka residual nya berdistribusi normal.

3.7.5 Uji Multikolinieritas

Uji Multikolinieritas digunakan untuk mengetahui ada tidaknya kolerasi antara variabel independen, jika terjadi kolerasi maka terdapat problem multikolinieritas.

Jika pada model regresi mengandung gejala multikolonieritas berarti terjadi kolerasi (mendekati sempurna) antar variabel bebas (Suliyanto, 2005). Hal ini akan menimbulkan bias dalam spesifikasi.

Pengujian multikolonieritas dalam penelitian ini dapat dilihat berdasarkan nilai marik kolerasi, dengan kriteria penerimaan hipotesis :

- a) Jika $VIF > 10$ maka ada gejala multikolonieritas
- b) Jika $VIF < 10$ maka tidak ada gejala multikolonieritas

3.7.6 Uji Heteroskedastisitas

Uji heteroskedastisitas digunakan untuk menguji apakah dalam sebuah model regresi terjadi ketidaksamaan varians dari residual suatu pengamatan kepemangatan yang lain tetap, maka disebut homoskedastisitas. Dan jika varian berbeda disebut heteroskedastisitas. Model regresi yang baim adalah yang homoskedastisitas atau tidak terjadi heteroskedastisitas. Kebanyakan data crossection mengandung situasi heteroskedastisitas karena data ini menghimpun data yang mewakili berbagai ukuran (kecil, sedang, dan besar) (Ghozali, 2013).

Dalam penelitian ini cara untuk mendeteksi ada atau tidaknya heteroskedastisitas dengan melakukan uji glejser. Dengan kriteria penerimaan hipotesis:

- a) Jika nilai probabilitas signifikannya $> 0,05$ maka model regresi tidak mengandung adanya heteroskedastisitas.
- b) Jika nilai probabilitas signifikannya $< 0,05$ maka model regresi mengandung adanya heteroskedastisitas (Ghozali,2013).

3.8 Uji Hipotesis

3.8.1 Uji t

Uji statistik-t digunakan untuk menguji koefisien dugaan dari masing-masing variabel independen apakah secara terpisah berpengaruh nyata terhadap variabel dependennya. Untuk menguji keberartian koefisien regresi digunakan uji t yang kemudian dibandingkan dengan tabel. Adapun pengujian uji t variabel independent terhadap variabel dependen sebagai berikut:

$H_0 : \beta_1, \beta_2, \beta_3, \beta_4 \leq 0$ artinya, masing-masing variabel bebas yaitu kualitas produk, harga, *content marketing*, dan *bandwagon effect* tidak berpengaruh positif terhadap kepuasan konsumen mahasiswa di bidang *fashion* secara *online*.

$H_1 : \beta_1, \beta_2, \beta_3, \beta_4 > 0$ artinya, masing-masing variabel bebas yaitu kualitas produk, harga, *content marketing*, dan *bandwagon effect* berpengaruh positif signifikan terhadap kepuasan konsumen mahasiswa di bidang *fashion* secara *online*.

Adapun kriteria jika pengujian hipotesisnya adalah dengan membandingkan nilai t-hitung dengan t-tabel sebagai berikut :

1. Jika $t_{hitung} > t_{Tabel}$ dengan derajat keyakinan 95% (probabilitas $< 0,05$), maka H_0 ditolak, artinya secara parsial terdapat pengaruh yang signifikan antara variabel independen yaitu kualitas produk, harga, *content marketing*, dan *bandwagon effect* terhadap kepuasan konsumen mahasiswa di bidang *fashion* secara *online*.
2. Jika $t_{hitung} < t_{Tabel}$ dengan derajat keyakinan 95% (probabilitas $< 0,05$), maka H_0 tidak ditolak, artinya secara parsial tidak terdapat pengaruh yang signifikan antara variabel independent yaitu kualitas produk, harga, *content marketing*,

dan *bandwagon effect* terhadap perilaku konsumsi mahasiswa di bidang *fashion* secara *online*

3.8.2 Uji F

Uji F digunakan untuk menguji koefisien dugaan secara serentak atau bersama-sama apakah variabel-variabel independent secara bersama-sama dapat menjelaskan variasi dari variabel dependen. Dengan hipotesis sebagai berikut:

$H_0 : \beta_i = 0$ artinya variabel kualitas produk, harga, *content marketing*, dan *bandwagon effect* tidak berpengaruh terhadap kepuasan konsumen.

$H_0 : \beta_i > 0$ artinya variabel kualitas produk, harga, *content marketing*, dan *bandwagon effect* berpengaruh terhadap kepuasan konsumen.

Adapun ketentuan statistiknya adalah sebagai berikut:

- 1) H_0 di tolak jika $F_{\text{statistika}} > F_{\text{tabel}}$ artinya seluruh variabel independent berpengaruh secara signifikan terhadap variabel dependen
- 2) H_0 tidak di tolak jika $F_{\text{statistika}} < F_{\text{tabel}}$ artinya seluruh variabel independent tidak berpengaruh signifikan terhadap variabel dependen.

3.9 Koefisien Determinasi (R^2)

Pengujian ini berguna untuk mengetahui seberapa besar proporsi sumbangan seluruh variabel independent terhadap variasi naik turunnya variabel dependen. Nilai koefisien determinasi berkisar antara nol dan satu. Rumus koefisien determinasi :

$$R^2 = 1 - \frac{RSS}{TSS}$$

R^2 = Koefisien determinasi

RSS = Jumlah kuadrat residual

TSS = Jumlah kuadrat total

Kriteria R^2 adalah sebagai berikut :

- 1) Apabila $R^2 = 0$, maka varians dari variabel dependen tidak dapat dijelaskan oleh variabel independennya.
- 2) Apabila $R^2 = 1$, maka varians dari variabel dependen dapat dijelaskan 100% oleh variabel independen nya