

BAB III

METODE PENELITIAN

3.1 Desain Penelitian

Penelitian ini menggunakan pendekatan Deskriptif Kuantitatif berdasarkan informasi statistika. Pendekatan penelitian yang menjawab permasalahan penelitian memerlukan pengukuran yang cermat terhadap variabel-variabel dari objek yang diteliti untuk menghasilkan Kesimpulan yang dapat digeneralisasikan terlepas dari konteks waktu, tempat, dan situasi.

Dalam penelitian ini yang digunakan adalah data kuantitatif. Menurut Ningsih (2025), data kuantitatif adalah data yang berbentuk angka atau informasi numerik yang dapat dihitung dan dianalisis secara statistik. Data ini biasanya dikumpulkan melalui instrumen terstandar seperti angket, tes, atau pengukuran eksperimental, dan digunakan untuk mengukur variabel-variabel tertentu dalam suatu penelitian secara objektif. Mereka menjelaskan bahwa karakteristik utama data kuantitatif adalah kemampuannya dalam mendeskripsikan, membandingkan, dan menguji hubungan antarvariabel melalui analisis matematis. Oleh karena itu, data kuantitatif sangat cocok digunakan dalam penelitian yang bertujuan menguji hipotesis dan memperoleh kesimpulan yang bersifat generalisasi.

3.2 Waktu dan Tempat Penelitian

Dalam penelitian proposal ini peneliti melakukan tempat penelitian di Kelurahan Air Pacah (Padang, Sumatera Barat). Waktu penelitian ini dilaksanakan pada bulan Januari 2025 sampai selesai.

3.3 Variabel Penelitian

3.3.1 Variabel Terikat/Dependen

Menurut Tritjahjo (2019: 33) variabel terikat merupakan suatu kondisi atau nilai yang muncul sebagai akibat adanya variabel bebas. Tritjahjo (2019: 33) melanjutkan bahwa variabel terikat berupa informasi (data) tentang perubahan pada diri subjek sebagai reaksi terhadap keberadaan setelah diterapkan suatu metode variabel bebas tersebut. Variabel terikat dalam penelitian ini yaitu membaca permulaan. Variabel dependen dalam penelitian ini adalah Keputusan Pembelian (Y).

3.3.2 Variabel Bebas/Independen

Menurut Handayani (2025), variabel bebas adalah variabel yang memengaruhi atau menyebabkan perubahan pada variabel lain khususnya variabel terikat, namun tidak dipengaruhi oleh variabel manapun dalam model penelitian. Variabel ini biasanya menjadi fokus dalam eksperimen atau penelitian kuantitatif karena berperan sebagai faktor utama yang diuji untuk melihat sejauh mana pengaruhnya terhadap hasil atau keluaran penelitian. Dalam penelitiannya mengenai bimbingan riyadhah, Handayani mencontohkan bahwa perlakuan atau intervensi yang diberikan (dalam hal ini bimbingan riyadhah) bertindak sebagai variabel bebas karena diduga berpengaruh terhadap kemampuan adaptasi santri sebagai variabel terikat. Dengan demikian, variabel bebas menjadi titik awal dalam membangun hubungan sebab-akibat dalam penelitian ilmiah. Dalam penelitian ini yang menjadi variabel bebas adalah Strategi *Live Streaming* (x1), *Flash Sale* (x2), *Brand Awareness* (x3).

3.4 Populasi Dan Sampel

3.4.1 Populasi

Menurut Nurhayati (2024), populasi adalah keseluruhan subjek atau objek yang memiliki karakteristik tertentu dan relevan dengan tujuan penelitian. Populasi mencakup seluruh kelompok yang menjadi sasaran generalisasi hasil penelitian, baik itu individu, kelompok, organisasi, peristiwa, atau fenomena lainnya. Oleh karena itu, pemilihan populasi harus mempertimbangkan keterkaitan langsung dengan variabel yang dikaji agar hasil penelitian dapat mewakili kondisi yang sebenarnya. Berdasarkan definisi diatas, maka populasi dalam penelitian ini adalah Masyarakat yang melakukan pembelian diplatform tiktok di kelurahan air pacah, kota Padang.

Tabel 3.1 Jumlah Penduduk Dikelurahan Air Pacah Tahun 2024

Jenis Kelamin	Jumlah Penduduk	Persentase (%)
Laki-laki	6.160	51,05%
Perempuan	5.908	48,95%
Total	12.068	100%

Sumber: Bps Kota Padang

3.4.2 Sampel

Menurut (Sugiyono 2020) mengemukakan bahwa sampel adalah bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi, sehingga jumlah sampel yang diambil harus dapat mewakili populasi pada penelitian. Sampel dilakukan karena peneliti memiliki keterbatasan dalam melakukan penelitian baik dari segi waktu, tenaga, dana dan jumlah populasi yang sangat banyak. Maka peneliti harus mengambil sampel yang benar-benar representatif (dapat mewakili). Dalam

penelitian ini, penelitian menggunakan penarikan sampel yaitu teknik probability sampling yaitu stratified random sampling. Menurut (Lenaini, 2021), teknik purposive sampling yaitu teknik pengambilan sampel dalam populasi melalui pertimbangan atau kriteria. Teknik sampling adalah sebuah teknik pengambilan sampel, yang mana digunakan untuk menentukan sebuah sampel yang akan digunakan dalam sebuah penelitian.

Tabel 3. 1 Kriteria Sampel

No	Kriteria Sampel
1	Masyarakat yang pernah berbelanja di tiktok shop
2	Masyarakat yang aktif menggunakan aplikasi Tiktok
3	Masyarakat yang pernah mengikuti live streaming atau flash sale
4	Masyarakat kota padang yang berusia Diatas 17 tahun

Berdasarkan tabel 3.2 diatas terdapat kriteria sampel yang akan peneliti gunakan. Pada penelitian ini masyarakat yang telah melakukan pembelian di platform Tiktokshop di kota padang tidak diketahui jumlahnya (Sugiyono, 2020). Bila populasi besar, dan penelitian tidak mungkin mempelajari semua yang ada pada populasi, misalnya keterbatasan dana, tenaga dan waktu maka penelitian dapat menggunakan sampel yang diambil dari populasi tersebut karena populasi dalam penelitian ini tidak diketahui jumlahnya, maka digunakan rumus slovin untuk mengetahui jumlah sampel. Rumus slovin menurut heryana sebagai berikut:

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

Dimana:

n = Ukuran sampel

N = Ukuran populasi

e = *Margin of error* (misalnya 10% = 0.10, atau 5% = 0.05)

Dengan demikian perhitungan rumus slovin sebagai berikut:

$$n = \frac{12.068}{1 + 12.068 \cdot 0.1^2} = \frac{12.068}{1 + 120.68} = \frac{12.068}{121.68} = 97$$

3.5 Teknik Pengambilan Sampel

Dalam penelitian ini, populasi yang akan digunakan peneliti adalah konsumen yang telah atau pernah melakukan pembelian di platform TiktokShop di kelurahan air pacah yang jumlahnya tidak diketahui, dari populasi ini akan diambil sampel yang akan digunakan untuk penelitian ini. Penelitian ini akan menggunakan teknik penerikan yaitu *teknik stratified random sampling*.

3.6 Jenis dan Sumber Data

3.6.1 Jenis Data

Dalam penelitian ini, jenis data yang digunakan adalah data kuantitatif. Menurut Sugiyono (2021), Kuantitatif ialah tehnik pengkajian yang memungkinkan peneliti untuk mengumpulkan data yang dapat dihitung dan diukur secara numerik, serta menganalisis data menggunakan statistik dan metode kuantitatif lainnya.

3.6.2 Sumber Data

Sumber data dalam penelitian ini adalah:

a. Data Primer

Menurut Sugiyono (2020) data primer adalah sumber data yang langsung memberikan data kepada pengumpul data. Data primer adalah data berupa teks hasil wawancara dan diperoleh melalui wawancara dengan informan

yang dijadikan sampel dalam penelitian. Data dapat direkam atau dicatat oleh peneliti.

b. Data Sekunder

Selain sumber data primer juga diperlukan data sekunder yang berfungsi sebagai pelengkap dan pendukung data primer. Menurut Sugiyono (2020) data sekunder adalah sumber yang tidak langsung memberikan data kepada pengumpul data, misalnya lewat orang lain atau lewat dokumen. Dokumen ini yang dimaksud yaitu segala bentuk catatan tentang berbagai macam peristiwa atau keadaan masa lalu yang memiliki nilai atau arti penting yang dapat berfungsi sebagai data penunjang dalam penelitian. Sumber data sekunder dapat berupa data dari arsip, makalah, majalah ilmiah, internet serta buku yang berkaitan dengan masalah penelitian. Data sekunder dapat berupa data-data yang sudah tersedia dan dapat diperoleh oleh peneliti dengan cara membaca, melihat atau mendengarkan.

3.7 Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data menjadi hal yang sangat penting diperhatikan dalam sebuah penelitian. Teknik pengumpulan data adalah metode yang digunakan oleh peneliti untuk memperoleh informasi atau data yang relevan dengan tujuan penelitian. Teknik pengumpulan data yang digunakan untuk membahas masalah yang ada dalam penelitian yaitu:

1. Kuesioner (angket)

Kuesioner adalah teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan cara memberi seperangkat pertanyaan atau pernyataan tertulis kepada para responden untuk dijawab (Sujarweni, 2020: 94). Merupakan alat alat

pengukuran data berupa serangkaian pertanyaan tertulis yang diberikan kepada responden tentang pengaruh strategi live streaming shopping, flash sale, dan brand awerenes terhadap keputusan pembelian konsumen tiktok shop di kota padang yang dilakukan secara online kepada Masyarakat kota padang.

2. Studi Dokumentasi

Teknik melakukan pencarian informasi atau data-data dari buku, literatur, jurnal, referensi yang berkaitan dengan penelitian ini dan penelitian terdahulu yang berkaitan dengan penelitian yang sedang dilakukan, data dari instansi resmi, seperti bpjs, terkait populasi Masyarakat di kota padang, dalam penelitian ini dilakukan mencari landasan teoritis yang berhubungan dengan judul penelitian.

3.8 Definisi Operasional

Menurut (Nurdin et al., 2019) definisi operasional adalah mendefinisikan variabel secara operasional berdasarkan karakteristik yang diamati yang memungkinkan peneliti untuk melakukan observasi atau pengukuran secara cermat terhadap suatu objek atau fenomena. Variabel dalam penelitian ini terdiri dari variabel bebas (Independent Variabel) dan variabel terikat (Dependent Variabel). Penelitian yang dilakukan terdapat variabel yang harus ditetapkan sebelum memperoleh atau mulai pengumpulan data.

1. Keputusan Pembelian

Keputusan pembelian adalah tahap dalam keputusan pembelian, dimana konsumen memutuskan benar-benar membeli dan terlibat langsung dalam pengambilan keputusan untuk membeli produk yang

ditawarkan oleh penjual (Pradana & Wisnu, 2021). Keputusan pembelian menjadi penting saat banyaknya pilihan dengan fungsi dan kategori produk atau jasa sejenis. Konsumen harus memutuskan produk yang akan dibeli ditengah banyaknya berbagai pilihan produk yang beredar di pasaran.

Keputusan pembelian adalah proses di mana konsumen memilih untuk membeli produk atau layanan setelah mempertimbangkan berbagai faktor, termasuk strategi pemasaran seperti live streaming shopping, flash sale, dan kesadaran merek. Dalam konteks TikTok Shop, keputusan ini dipengaruhi oleh bagaimana strategi tersebut menarik perhatian dan minat beli konsumen.

2. *Live Streaming Shopping*

Menurut Fitryani (et al,2021), live streaming merupakan forum interaktif antara penjual dan calon pembeli, sehingga calon pembeli mendapatkan informasi lebih jelas mengenai produk. Interaktivitas realtime dengan streamer dalam belanja *live streaming shopping* memberikan lebih banyak informasi kepada konsumen dibandingkan belanja online tradisional (Xu et al., 2020). Interaktivitas secara real-time adalah fitur yang menguntungkan dari *live streaming* (Sun et al., 2019). Oleh karena itu live streaming shopping sangat berpengaruh untuk membantu konsumen dalam memilih produk yang akan dibeli nantinya.

3. *Flash Sale*

Di Indonesia umumnya event Flash Sale dilakukan kurang lebih selama 2-4 jam per sesi dan konsisten setiap harinya (Martaleni et al., 2022). Oleh karena itu Flash Sale yang memberikan waktu terbatas

memiliki target konsumen yang sensitif terhadap harga dan tidak memiliki prioritas perencanaan penjualan

Flash Sale menjadi sangat populer dalam e-commerce dan mampu memberikan kesuksesan yang mengesankan (Liu et al., 2021). Pada dasarnya event *Flash Sale* serupa dengan periklanan secara konvensional, yang mana para penjual memberikan diskon dengan waktu dan jumlah produk yang terbatas (Martaleni et al., 2022).

4. Brand Awareness

Aaker (2020) mengemukakan bahwa kesadaran merek (brand awareness) merupakan kemampuan konsumen untuk mengenali atau mengingat suatu merek berdasarkan kategori produk tertentu. Kesadaran merek (brand awareness) mengukur seberapa banyak konsumen di pasar yang sanggup untuk mengenali atau mengingat tentang keberadaan suatu merek pada kategori tertentu. Apabila semakin banyak konsumen mampu mengenali suatu merek artinya mereka menyadari keberadaan suatu merek yang akan semakin memudahkan calon konsumen dalam mengambil keputusan pembelian mereka terhadap merek produk tersebut.

3.9 Instrumen Penelitian

Data dikumpulkan dengan memberikan daftar pertanyaan kepada responden. Kuesioner terdiri atas pertanyaan-pertanyaan dalam bentuk tertutup, artinya responden hanya memilih satu alternatif jawaban yang telah tersedia. Tabel 3.3 dibawah ini mendeskripsikan variabel-variabel yang akan diteliti beserta indikatornya masing-masing.

Tabel 3. 2 Kisi-kisi Instrumen Penelitian

Variabel	Skala Pengukuran	Indikator	Item Pernyataan	Sumber
Keputusan Pembelian (Y)	Likert	1. Memenuhi kebutuhan 2. Membeli produk dikarenakan keinginan 3. Membeli sebuah produk merupakan Keputusan yang tepat 4. Tidak ada rasa penyesalan 5. Adanya perasaan puas 6. Lebih tertarik berbelanja online	1-2 3-4 5-6 7-8 9-10 11-12	Fadila et al. (2024)
<i>Live Streaming Shopping</i> (X1)	Likertt	1. Interaksi 2. Waktu nyata 3. Alat promosi	1-2 3-4 5-6	(Fitriyani, Aditya & Erwan 2021)
<i>Flash Sale</i> (X2)	Likert	1. Frekuensi iklan 2. Kualitas promosi 3. Waktu iklan 4. Akurasi	1-2 3-4 5-6 7-8	(Kotler & Keller, 2016)
<i>Brand Awerenes</i> (X3)	Likert	1. Recall 2. Recognition 3. Purchase 4. Consumption	1-2 3-4 5-6 7-8	Ramadhan. (2024)

Sumber: Pengolahan data dari berbagai jurnal

Menurut Sugiyono, (2019:146) setiap instrumen harus mempunyai skala pengukuran salah satunya skala Likert. Skala ini biasanya digunakan untuk mengukur sikap, pendapat, dan persepsi seseorang atau sekelompok orang tentang fenomena sosial, dalam penelitian ini, fenomena sosial ini telah ditetapkan secara spesifik oleh penulis, yang selanjutnya disebut sebagai variabel penelitian

Dengan skala Likert, maka variabel yang akan diukur akan dijabarkan menjadi indikator variabel. Kemudian indikator tersebut dijadikan sebagai titik tolak untuk menyusun item-item instrumen yang dapat berupa pernyataan atau pertanyaan, dalam penelitian ini jawaban setiap instrumen yang menggunakan skala Likert menggunakan skor seperti yang disajikan dalam tabel 3.4. Berikut ini:

Tabel 3. 3 Skor Jawaban Setiap Pernyataan

No	Pernyataan	Nilai
1	Sangat Setuju	5
2	Setuju	4
3	Kurang Setuju	3
4	Tidak Setuju	2
5	Sangat Tidak Setuju	1

Sumber: Sugiyono, (2019:147)

3.10 Uji Instrumen Penelitian

Uji instrumen penelitian merupakan proses penting dalam metodologi penelitian yang bertujuan untuk memastikan bahwa alat ukur yang digunakan mampu menghasilkan data yang valid dan reliabel. Menurut Afifi, Kurniawan, & Sumintono (2023), uji instrumen dilakukan guna memastikan bahwa instrumen yang dikembangkan benar-benar mengukur apa yang seharusnya diukur, biasanya melalui pendekatan validitas konstruk dan reliabilitas. Alat dan fasilitas untuk pengumpulan data yaitu menggunakan instrument penelitian, untuk mempermudah

proses pengumpulan data lebih mudah dan dapat menghasilkan data yang lebih baik, untuk menjadi lebih cermat, lengkap, dan sistematis sehingga lebih mudah diolah.

3.11 Analisi Deskriptif /TCR

Analisis deskriptif merupakan salah satu metode dalam penelitian kuantitatif yang digunakan untuk menggambarkan atau menjelaskan data yang diperoleh dari suatu sampel atau populasi tanpa membuat kesimpulan yang bersifat umum (inferensial). Menurut Handrianto (2020), analisis deskriptif bertujuan menyajikan data sebagaimana adanya untuk memahami kondisi yang sedang diteliti. Untuk menghitung tingkat capaian jawaban dari responden (TCR), dengan cara:

$$TCR = \frac{Rs}{n} \times 100\%$$

Keterangan:

TCR : Tingkat Capaian Responden

Rs : Rata-rata Skor Jawaban Responden

N : Nilai Skor Maksimum

Adapun kriteria jawaban responden menurut (Meida et al., 2018) sebagai berikut:

Tabel 3. 4 Tingkat Pencapaian Responden

No	Angka	Keterangan
1	0% - 20,99%	Kurang Baik
2	21% - 40,99%	Cukup
3	41% - 60,99%	Cukup Baik
4	61% - 80,99%	Baik
5	81% - 100%	Sangat Baik

Sumber : (Meida et al., 2018)

Dari tabel di atas dapat dilihat bahwa tingkat pencapaian jawaban dari responden 81%-100% memiliki kriteria sangat baik, 61%-80,99% memiliki kriteria baik,

41%-60,99% memiliki kriteria cukup baik, 21%-40,99% memiliki kriteria cukup dan 0-20,99% memiliki kriteria kurang baik.

3.12 Uji Asumsi Klasik

Uji asumsi klasik ini bertujuan untuk mengetahui apakah model regresi linear cocok digunakan atau tidak (Sugiyono, 2020). Bila asumsi atau syarat tidak dipenuhi akan berakibat koefisien-koefisien regresi memiliki standard error yang besar. Uji asumsi klasik yang akan digunakan meliputi:

1. Uji Normalitas

Menurut (Sugiyono, 2020), uji normalitas digunakan untuk menguji apakah model regresi dalam penelitian ini memiliki residual yang berdistribusi normal atau tidak. Indikator model regresi yang baik adalah memiliki data terdistribusi normal. Cara untuk mendeteksi apakah residual berdistribusi normal atau tidak dapat dilakukan dengan uji statistik non parametrik Kolmogrov-smirnov (K-S) test yang terdapat pada SPSS. Distribusi data sapat dikatakan normal apabila nilai signifikan $> 0,05$. Kriteria penilaian uji ini adalah:

- a. Jika nilai signifikan hasil perhitungan data (sig) $> 5\%$ maka data berdistribusi normal.
- b. Jika nilai signifikan hasil perhitungan data (sig) $< 5\%$ maka data tidak berdistribusi normal.

Pengujian normalitas dilakukan dengan cara melihat nilai 2-tailed signifikan. Jika data memiliki tingkat signifikan lebih besar dari 0,05 atau 5% maka dapat disimpulkan bahwa H_0 diterima, sehingga data dikatakan berdistribusi normal (Rika Widianita, 2023)

2. Uji multikolinearitas

Uji multikolinearitas menurut (Rika Widianita, 2023), digunakan untuk menguji apakah suatu model regresi penelitian terdapat korelasi antar variabel independen (bebas). Model regresi yang baik adalah yang tidak terjadi korelasi antara variabel independen dan bebas dari gejala multikolinearitas, Mengetahui ada atau tidaknya gejala tersebut yaitu dengan melihat besaran dari nilai VIF (variance Inflation Factor) dan juga nilai Tolerance. Tolerance mengukur variabilitas variabel terpilih yang tidak dijelaskan oleh variabel independen lainnya.

3. Uji Heteroskedastisitas

Uji heteroskedastisitas adalah salah satu uji dalam regresi linier klasik yang bertujuan untuk mendeteksi adanya ketidaksamaan varians error atau residual pada model regresi. Ketika varians residual tidak konstan antar pengamatan, maka terjadi heteroskedastisitas, yang dapat menyebabkan hasil estimasi menjadi tidak efisien dan inferensi statistik menjadi menyesatkan. Wahyudi et al. (2024) menyatakan bahwa uji heteroskedastisitas digunakan untuk memastikan bahwa model regresi memenuhi asumsi homoskedastisitas, yaitu kesamaan varians dari residual. Clara dan Ayuningtyas (2023) menjelaskan bahwa heteroskedastisitas ditandai dengan pola residual yang menyebar tidak merata di sekitar garis regresi.

4. Uji Autokorelasi

Pengujian ini bertujuan untuk mengetahui ada tidaknya korelasi antar data yang diuraikan berdasarkan waktu (time series). Jika terjadi

autokorelasi, maka dapat dikatakan koefisien korelasi yang diperoleh kurang akurat. Identifikasi secara statistik ada tidaknya gejala autokorelasi dapat dilakukan dengan menghitung nilai Durbin- Watson (DW), dengan tingkat 5% (Rika Widianita, 2023).

Dimana Dw terletak antara (-2) sampai (+2) maka tidak terjadi autokorelasi, berarti tidak ada hubungan dengan dirinya sendiri. Pengujian ini dengan memperhatikan angka Durbin-Watson (D-W) yang diperoleh dari hasil pengolahan data, dengan rumus:

$$d = \frac{\sum_{t=1}^n (e_t - e_{t-1})^2}{\sum_{t=1}^n e_t^2}$$

Dimana:

d : nilai D-W stat

e_t : nilai residu dari persamaan regresi pada periode

e_{t-1} : nilai residu dari persamaan regresi

3.13 Uji Regresi Linear

Uji regresi linear adalah teknik statistik yang digunakan untuk mengukur hubungan atau pengaruh antara satu atau lebih variabel independen terhadap variabel dependen. Menurut Yasin (2023), regresi linear bertujuan untuk mengetahui kekuatan dan arah hubungan antara variabel, serta untuk membuat prediksi berdasarkan data yang dianalisis. Matuankotta (2022) menambahkan bahwa regresi linear digunakan dalam konteks penelitian kuantitatif untuk menjelaskan variabel yang bergantung pada variabel bebasnya secara numerik. Analisis regresi linear, baik sederhana maupun berganda, membantu peneliti dalam menginterpretasikan data dan menarik kesimpulan yang akurat mengenai

keterkaitan antar variabel. Uji regresi dapat menganalisis bagaimana pengaruh perlakuan terhadap kelompok sebagai berikut:

$$Y = a + b_1X_1 + b_2X_2 + b_3X_3 + e$$

Keterangan:

Y : Nilai yang diprediksikan

A : Nilai Intercept (konstanta) atau bila harga X-0

b: Koefisien arah regresi penentu ramalan (prediksi) yang menunjukkan nilai peningkatan atau penurunan variabel Y

X: Nilai Variabel Independen (X1, X2, X3)

e: Standard error

3.14 Uji T/Parsial

Uji *t* atau yang dikenal juga sebagai uji parsial adalah salah satu teknik dalam analisis regresi yang digunakan untuk mengetahui seberapa besar pengaruh masing-masing variabel independen secara individual terhadap variabel dependen dalam suatu model regresi. Menurut Soleh et al. (2021), uji *t* dilakukan untuk menguji hipotesis secara parsial dan membantu menentukan apakah suatu variabel bebas secara signifikan memengaruhi variabel terikat.

Rumus Uji T

$$e = \frac{bi}{sbi}$$

Dimana:

b_i = Koefisien regresi X_i

s_{b_i} = Koefisien standar atas koefisien regresi X_i

t_o = nilai yang dihitung / diobservasi dalam penelitian ini digunakan taraf signifikan 5%

3.15 Uji F/ Simultan

Uji F atau uji simultan dalam regresi linear adalah metode statistik yang digunakan untuk menguji signifikansi pengaruh bersama dari seluruh variabel independen terhadap variabel dependen dalam suatu model. Setiadi (2021) menjelaskan bahwa uji F menguji apakah semua variabel bebas dalam model secara kolektif berkontribusi secara signifikan terhadap variabel terikat. Dewi (2019) menambahkan bahwa uji F penting digunakan sebelum melihat hasil uji parsial (uji t), karena hasil uji F dapat menunjukkan apakah model regresi layak untuk dianalisis lebih lanjut, digunakan untuk melihat secara bersama-sama pengaruh variabel bebas berpengaruh terhadap variabel terikat dengan rumus sebagai berikut:

$$f_0 = \frac{R^2 k - 1}{(1 - R^2) (n - 1)}$$

Dimana:

R^2 = Koefisien (determinan) berganda

n = Besar sampel (banyak data)

k = Banyak variabel independen

Kriteria Pengujian Hipotesis:

H_1 diterima: jika $F_{hitung} > F_{tabel}$

H_1 ditolak: jika $F_{hitung} < F_{tabel}$

Dalam penelitian ini digunakan taraf signifikan 5%

3.16 Uji R-Square/Determinan

Uji R Square atau koefisien determinasi adalah ukuran statistik dalam analisis regresi yang menunjukkan seberapa besar persentase variasi dari variabel dependen (Y) yang dapat dijelaskan oleh variasi variabel independen (X). Menurut Aman, Kustiani, dan Widiawati (2024), nilai R^2 mengindikasikan kekuatan hubungan antara model regresi dengan data, di mana semakin tinggi nilai R^2 (mendekati 1), maka semakin kuat pengaruh kolektif dari variabel bebas terhadap variabel terikat.

Rumus:

$$R^2 = \frac{ESS}{TSS}$$

Dimana:

ESS = Explained Sum Square (Jumlah kuadrat yang jelas)

TSS = Total Sum Square (Jumlah total kuadrat)

Besarnya koefisien determinasi ganda (Adjusted R Square) atau R^2 berada diantara 0 dan 1 atau 01. Semakin besar R^2 yang diperoleh dari hasil perhitungan (mendekati satu), maka dapat dikatakan bahwa sumbangan dari variabel independen terhadap variabel dependen semakin besar. Sebaliknya jika R^2 semakin kecil (mendekati nol), maka dapat dikatakan bahwa sumbangan dari variabel independen terhadap variabel dependen semakin kecil.