

BAB III METODELOGI PENELITIAN

3.1. Tempat dan Waktu Penelitian

Penelitian ini dilaksanakan di DAN+DAN Keadilan Raya pada Bulan Februari 2024 sampai dengan Agustus 2024, sesuai dengan jadwal penelitian yang tertera pada tabel di bawah ini.

Table 3.1. Jadwal Pelaksanaan Penelitian

KEGIATAN	FEB	MAR	APR	MEI	JUN	JUL	AGT
	Minggu Ke -						
Pengajuan Judul							
Pengajuan Judul dan Dosen Pembimbing							
Pembagian Surat Permohonan Ijin Penelitian							
Penyusunan Proposal (Bab 1,2,3 DP + Kuesioner)							
Seminar Proposal							
Perbaikan Hasil Seminar Proposal							
Penelitian dan Penulisan Bab 4 & 5							
Penyerahan Working In Progres 2 (WP-2)							
Sidang Skripsi dan Uji Komprehensif							
Sidang Skripsi dan Uji Komprehensif (Susulan)							
Perbaikan Skripsi							

3.2. Jenis Penelitian

Penelitian ini menggunakan metode kuantitatif. Pendekatan kuantitatif akan menganalisis bagaimana hubungan promosi dan harga terhadap Keputusan pembelian. Penelitian kuantitatif, menurut Robert Donmoyer dalam (Mansyur, 2021:713) merupakan pendekatan terhadap kajian empiris untuk menganalisa, mengumpulkan, dan menampilkan data dalam bentuk numerik atau angka. Dengan demikian, penelitian kuantitatif sangat cocok untuk menguji hipotesis bagaimana hubungan Kualitas produk dan persepsi harga terhadap Keputusan pembelian.

3.3. Populasi dan Sampel

3.3.1. Populasi Penelitian

Populasi yang digunakan dalam penelitian ini adalah orang yang membeli produk di Toko DAN+DAN. Populasi sendiri adalah wilayah yang digeneralisasikan, meliputi: objek / tema dengan kualitas dan karakteristik tertentu, objek / tema tersebut ditentukan oleh peneliti untuk penelitian, kemudian ditarik kesimpulan. Populasi bukan hanya jumlah objek / objek penelitian, tetapi juga seluruh karakteristik atau karakteristik objek atau objek tersebut (Sugiyono, 2019:130), Populasi dalam penelitian ini adalah semua konsumen yang telah melakukan pembelian di toko DAN+DAN selama periode di tahun 2023. Populasi dalam penelitian ini adalah konsumen yang melakukan pembelian secara langsung di toko DAN+DAN. Adapun populasi dalam penelitian ini adalah data konsumen 1 tahun terakhir 2023 pada Toko DAN+DAN Keadilan Raya. Jumlah data konsumen berdasarkan informasi dari pihak DAN+DAN Keadilan Raya berjumlah 36.743 pada 1 tahun terakhir (2023). Oleh sebab itu dalam penelitian ini penulis menggunakan angka 36.743 sebagai populasi penelitian.

3.3.2. Sampel Penelitian

Sampel merupakan bagian dari kuantitas dan karakteristik populasi dan dapat digunakan sebagai bahan penelitian, dengan harapan sampel yang diperoleh dari populasi tersebut dapat mewakili populasi tersebut (Supangat, 2019:47). Peneliti mengambil sampel dengan metode *Accidental Sampling* atau *Snowball Sampling*. Metode *Accidental Sampling* ini bisa dikatakan sebagai salah satu teknik pengambilan sampel dengan langkah memilih siapapun secara acak yang kebetulan dapat dijumpai. Teknik *Snowball Sampling* adalah suatu metode untuk mengidentifikasi, memilih, dan mengambil sampel dalam suatu jaringan atau rantai hubungan yang menerus. Karena penelitian ini ditujukan kepada masyarakat untuk melihat respon kepada kualitas promosi dan harga pada produk skincare di Toko DAN+DAN, maka data populasi ini cukup akurat dan relevan dengan tujuan penelitian ini.

Sampel merupakan bagian dari keseluruhan populasi yang menjadi fokus penelitian. Artinya, sampel berperan sebagai representasi dari populasi tersebut. Untuk menentukan

ukuran sampel dalam penelitian ini, penulis memanfaatkan rumus pengambilan sampel yang dikenal sebagai Rumus Slovin, sebagai berikut:

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

Keterangan:

n = Banyaknya sampel

N = Populasi

e² = Tingkat kesalahan sampel 10% (0,1)

Dengan demikian maka jumlah sampel yang di ambil sebanyak:

$$n = \frac{36.743}{1 + 36.743 (0,1)^2} = 99,9728578 \text{ (di bulatkan menjadi 100 Responden)}$$

Berdasarkan perhitungan di atas, sampel penelitian ini adalah 100 responden. Untuk memastikan sampel yang representatif, penelitian ini menggunakan teknik *Accidental Sampling*, yaitu teknik penentuan sampel berdasarkan kebetulan. Dalam teknik ini, siapa saja yang secara kebetulan bertemu dengan peneliti dapat dijadikan sampel, asalkan peneliti menilai bahwa orang yang ditemui tersebut cocok sebagai sumber data. Sugiyono (2022:85).

3.4. Jenis Data dan Sumber Data

Menurut Sugiono dalam (Saputri, 2021:15), Jenis data dibedakan menjadi dua, yaitu kualitatif dan kuantitatif. Penelitian ini menggunakan jenis data kuantitatif. Sedangkan (Sugiono, 2021:15), juga menjelaskan bahwa sumber data dibedakan menjadi dua, data primer dan data sekunder. Data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data *primer*. Menurut Sugiyono dalam (Saputri, 2021:15) data primer adalah metode pengumpulan data secara langsung menuju sumber data dengan memberikan data kepada pengumpul data. Data primer adalah data yang dikumpulkan langsung oleh peneliti dari sumber asli untuk tujuan penelitian ini, yaitu untuk memahami pengaruh

promosi dan harga terhadap keputusan pembelian produk pada Toko DAN+DAN. Data ini belum pernah ada sebelumnya dan dikumpulkan secara khusus untuk menjawab pertanyaan penelitian yang sedang diinvestigasi.

Metode Pengumpulan Data:

1. **Survei:** Penyebaran kuesioner kepada konsumen yang pernah melakukan pembelian di Toko DAN+DAN. Survei bisa dilakukan secara tatap muka di toko, melalui telepon, atau secara online.
2. **Wawancara:** Dilakukan dengan konsumen dan manajemen Toko DAN+DAN untuk memperoleh pemahaman mendalam mengenai faktor-faktor yang memengaruhi keputusan pembelian.
3. **Observasi:** Peneliti melakukan pengamatan langsung terhadap perilaku konsumen di Toko DAN+DAN untuk mengevaluasi dampak promosi dan harga terhadap keputusan pembelian mereka.

3.5. Variabel Penelitian

Menurut (Amirullah, 2022:61) Variabel adalah segala sesuatu yang akan menjadi objek penelitian. Dalam penelitian ini terdapat dua variabel yaitu variabel terikat (*dependent variable*) dan variabel bebas (*independent variable*). Penjelasannya sebagai berikut:

a. Variabel Independen (X)

Variabel bebas merupakan variabel yang mempengaruhi variabel terikat (Sugiyono, 2015). Dalam penelitian ini, variabel bebas atau variabel terikat yang digunakan adalah Pengaruh Promosi dan Harga.

b. Variabel Terikat (Y)

Variabel terikat adalah variabel yang dipengaruhi (Sugiyono, 2021). Dalam penelitian ini yang menjadi variabel terikat Keputusan Pembelian.

Tabel 3. 1 Tabel Operasional Variabel

Variabel	Defenisi	Indikator	Ukuran
Promosi (X ₁)	<p>Promosi merupakan bauran pemasaran yang berusaha mengkomunikasikan produk atau jasa kepada konsumen sehingga menciptakan permintaan yang terus menerus hingga akhirnya jadi pelanggan loyal.</p> <p>(Hendayani dkk, 2021:93).</p>	<ol style="list-style-type: none"> 1. Pesan promosi 2. Media promosi 3. Waktu promosi 4. Frekuensi promosi <p>Kotler dan Keller dalam (Syaputra dan Herman, 2020:77)</p>	Likert
Harga (X ₂)	<p>Harga merupakan nominal dari jumlah value yang dibebankan kepada konsumen untuk memperoleh keuntungan dari manfaat-manfaat karena memiliki produk dan atau jasa, pada pemikiran konsumen dapat juga dapat disebut sebagai penentu nilai produk.</p> <p>(Kotler dan Armstrong, 2022:9).</p>	<ol style="list-style-type: none"> 1. Keterjangkauan harga 2. Kesesuaian harga dengan kualitas 3. Daya saing harga 4. Kesesuaian harga dengan manfaat <p>Kotler dalam (Amalia, 2020:663)</p>	Likert
Keputusan Pembelian (Y)	<p>Keputusan pembelian merupakan suatu keputusan konsumen yang dipengaruhi oleh teknologi, ekonomi keuangan, politik, produk, harga, lokasi, budaya, promosi, <i>people, physical evidence</i>, dan <i>process</i> sehingga membentuk suatu sikap pada konsumen untuk mengolah segala informasi dan mengambil kesimpulan berupa respons yang muncul produk apa yang akan dibeli.</p>	<ol style="list-style-type: none"> 1. Kemantapan membeli setelah mengetahui informasi produk 2. Memutuskan membeli karena merek yang paling disukai 3. Membeli karena sesuai dengan keinginan dan kebutuhan 4. Membeli karena mendapat 	Likert

	(Alma, 2023:96)	rekomendasi dari orang lain	
		Kotler dan Armstrong dalam (Ramadhanty, 2022:15)	

Sumber : Peneliti (2024)

3.6. Teknik Pengumpulan Data

Menurut (Sugiyono, 2022:137) Terdapat dua hal utama yang mempengaruhi kualitas data hasil penelitian yaitu kualitas instrumen penelitian dan kualitas pengumpulan data. Kualitas instrumen penelitian berkenaan dengan validitas dan reliabilitas instrumen dan kualitas pengumpulan data berkenaan ketepatan cara-cara yang digunakan untuk mengumpulkan data. Oleh karena itu instrumen yang telah teruji validitas dan reliabilitasnya, belum tentu dapat menghasilkan data yang valid dan reliabel, apabila instrumen tersebut tidak digunakan secara tepat dalam pengumpulan datanya. Beberapa teknik pengumpulan data yang digunakan meliputi:

- a. Survei: Penyebaran kuesioner kepada konsumen yang pernah melakukan pembelian di Toko DAN+DAN. Survei bisa dilakukan secara tatap muka di toko, melalui telepon, atau secara online.
- b. Wawancara: Dilakukan dengan bertanya langsung kepada konsumen dan manajemen Toko DAN+DAN untuk mendapatkan wawasan mendalam mengenai faktor-faktor yang mempengaruhi keputusan pembelian.
- c. Observasi: Peneliti mengamati langsung perilaku konsumen di Toko DAN+DAN untuk melihat bagaimana promosi dan harga mempengaruhi keputusan pembelian mereka.

3.7. Instrumen Penelitian

Instrumen pengumpulan data adalah alat bantu yang dipilih dan digunakan oleh peneliti dalam kegiatannya mengumpulkan data agar kegiatan tersebut menjadi sistematis dan dipermudah olehnya. Pembuatan instrumen harus mengacu pada variabel penelitian, definisi operasional, dan skala pengukurannya (Sujawerni, 2019:97).

Dalam penelitian kuantitatif, kualitas instrumen penelitian berkaitan dengan validitas dan reliabilitas instrumen dan kualitas pengumpulan data berkenaan ketepatan cara-cara yang digunakan untuk mengumpulkan data. Oleh karena itu instrumen yang telah diuji validitas dan reabilitasnya, belum tentu menghasilkan data yang valid dan reliabel.

Dalam penelitian kuantitatif, kualitas instrumen penelitian berkaitan dengan validitas dan reliabilitas instrumen dan kualitas pengumpulan data berkenaan ketepatan cara- cara yang digunakan untuk mengumpulkan data. Oleh karena itu instrumen yang telah diuji validitas dan reabilitasnya, belum tentu menghasilkan data yang valid dan reliabel.

Dengan skala likert, maka variabel yang diukur dijabarkan menjadi indikator variabel. Kemudian indikator tersebut dijadikan sebagai titik tolak ukur untuk menyusun item-item instrumen yang dapat berupa pernyataan atau pertanyaan. Jawaban setiap item instrumen yang menggunakan skala likert mempunyai gradasi dari sangat setuju sampai sangat tidak setuju (1- 5).

Tabel 3. 1 Skala Likert

Jawaban Responden	Skor
Sangat Setuju (SS)	5
Setuju (S)	4
Netral (N)	3
Tidak Setuju (TS)	2
Sangat Tidak Setuju (STS)	1

Sumber: Sugiyono (2016)

3.8. Teknik Pengujian Data

Teknik Pengujian Data terdiri dari uji validasi dan reliabilitas. Pada suatu penelitian kita harus menggunakan uji validitas dan reliabilitas agar data-data yang kami ambil dapat dipertanggungjawabkan secara ilmiah. Item-item pertanyaan atau pernyataan pada kuesioner dapat dibilang sah apabila memiliki tingkat keabsahan (valid) dan dapat dipercaya (reliabilitas). Valid berarti item tersebut dapat digunakan untuk mengukur apa yang seharusnya diukur. Item yang reliabel adalah item yang bila digunakan beberapa kali untuk mengukur objek yang sama, akan menghasilkan data yang sama.

3.8.1. Uji Validitas

Menurut (Sugiarto, 2019:433), validitas berhubungan dengan suatu peubah mengukur apa yang seharusnya diukur. Validitas dalam penelitian menyatakan derajat ketepatan alat ukur penelitian terhadap isi sebenarnya yang diukur. Uji validitas digunakan untuk mengukur sah atau valid tidaknya suatu kuesioner (Ghozali, 2019:51). Suatu kuesioner dikatakan valid jika pertanyaan pada kuesioner mampu untuk mengungkapkan sesuatu yang akan diukur oleh kuesioner tersebut. Pada uji validitas ini biasanya menggunakan rumus korelasi *product moment* atau metode *pearson* dengan tingkat.

3.8.2. Uji Reliabilitas

Reliabilitas adalah tingkat di mana suatu tes secara konsisten mengukur berapapun hasil pengukuran itu. Reliabilitas dinyatakan dengan angka-angka (biasanya sebagai suatu koefisien), koefisien yang tinggi menunjukkan reliabilitas yang tinggi. Koefisien reliabilitas yang dapat diterima ditentukan oleh jenis tes. Jika suatu tes disusun dari beberapa sub-tes, tiap sub-tes harus dinilai reliabilitasnya, tidak hanya reliabilitas tes keseluruhan. (Sumanto, 2022:81). Rumus Cronbach Alpha juga merupakan proses untuk mencari nilai reliabilitas dengan tidak membagi item menjadi dua kelompok, sehingga dapat diterapkan pada instrumen dengan jumlah item yang tidak merata.

3.9. Metode Analisis Data

Metode analisis data merupakan teknik yang digunakan untuk mengolah hasil penelitian untuk menarik kesimpulan. Teknik analisis data yang digunakan pada penelitian ini adalah Metode analisis yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode analisis regresi linear sederhana.

3.9.1. Analisis Deskriptif

Menurut (Sugiyono, 2021:147), analisis data merupakan kegiatan setelah data dari seluruh responden atau sumber data lain terkumpul, didalam penelitian kuantitatif, teknik analisis data yang digunakan yaitu menggunakan statistik. Dalam penelitian ini akan menggunakan analisis deskriptif, dimana menurut (Sugiyono, 2021:433) analisis deskriptif digunakan untuk mendeskripsikan data sampel yang telah terkumpul sebagaimana adanya tanpa bermaksud membuat kesimpulan yang berlaku untuk umum. Data yang akan dianalisis adalah angka hasil jawaban dari kuesioner yang berdata ordinal, kuesioner yang diberikan kepada responden disertai dengan empat kemungkinan jawaban yang harus dipilih (1 untuk jawaban sangat tidak setuju, 2 untuk jawaban tidak setuju, 3 untuk jawaban setuju dan 4 untuk jawaban sangat setuju). Jawaban yang diberikan responden kemudian disusun menjadi kriteria penilaian untuk setiap item pertanyaan berdasarkan presentase dan nilai jenjang dengan langkah-langkah berikut:

1. Nilai kumulatif adalah jumlah dari nilai dari setiap item pertanyaan yang merupakan jawaban dari 100 responden.
2. Presentase adalah nilai kumulatif item dibagi dengan nilai frekuensi dikali 100.
3. Jumlah responden adalah 100 responden dengan nilai skala pengukuran terbesar adalah 5 dan yang terkecil adalah 1 sehingga diperoleh nilai kumulatif terbesar $100 \times 5 = 500$ dan kumulatif nilai terkecil adalah $100 \times 1 = 100$.
4. Adapun nilai presentase terbesar $(500/500) \times 100 \% = 100\%$ dan nilai presentase terkecil adalah $(100/500) \times 100 \% = 25 \%$, dari kedua nilai presentase tersebut diperoleh nilai rentang $100 \% - 25\% = 75 \%$, jika dibagi dengan 4 skala pengukuran didapat interval presentase sebesar $75\% : 4 = 18.75\%$.

3.9.2. Regresi Linier Berganda

Menurut Sugiyono dalam Sudarian (2021: 2), analisis regresi berganda digunakan oleh peneliti apabila peneliti ingin meramalkan keadaan (naik turunnya) variabel dependen (kriterium), bila dua dan lebih variabel independen sebagai faktor prediktor dimanipulasi (naik turunnya).

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

Ket :

Y = Keputusan Pembelian

X1 = Promosi Produk

X2 = Harga

a = Konstanta

b1,b2,b3 = Koefisien Regresi

e = Variable Pengganggu.

3.9.3. Analisis Korelasi

Analisis korelasi bertujuan untuk mengetahui hubungan antara Promosi produk dan harga (variabel x) dengan Keputusan Pembelian (variabel Y), penulis menggunakan analisis korelasi Pearson Product Moment. Dibawah ini merupakan rumus (Sugiyono, 2021 : 228) untuk menunjukkan hubungan antara 2 (dua) variabel dengan skala interval, sebagai berikut :

Keterangan :

r_{xy} = Korelasi antara X dan Y $X = (x_i - \bar{x})$ $Y = (y_i - \bar{y})$

Adapun interpretasi koefisien dapat dilihat pada tabel dibawah ini:

Tabel 3. 3. Intepretasi Koefisien Korelasi

Interval Koefisien	Tingkatan Hubungan
0,00-0,199	Sangat Rendah
0,20-0,399	Rendah
0,40-0,599	Sedang
0,60-0,799	Kuat
0,80-1,0000	Sangat Kuat

Sumber : Sugiyono, (2019:231)

3.10. Uji Asumsi Klasik

Uji dasar asumsi klasik ini dilakukan sebagai parameter untuk mengukur apakah data yang digunakan dalam penelitian ini bersifat BLUE (*Best Linier Unbiased Estimator*) atau tidak. BLUE (*Best Linear Unbiased Estimator*) adalah istilah yang digunakan dalam statistik, khususnya dalam teori estimasi, untuk merujuk pada estimator yang memiliki tiga sifat utama: linearitas, tidak bias, dan efisiensi (Sugiyono, 2022). Untuk mendapatkan hasil memenuhi sifat tersebut perlu dilakukan pengujian asumsi klasik yang meliputi: uji normalitas, uji multikolinieritas, uji autokorelasi, dan uji heteroskedastisitas.

3.10.1 Uji Normalitas

Uji normalitas pada model regresi bertujuan untuk mengetahui apakah nilai residual data pada model regresi linier berdistribusi normal (Usmadi, 2020). Model regresi yang baik adalah model yang memiliki nilai residual pada saat data berdistribusi normal. Model regresi yang layak dilakukan pengujian secara statistik adalah model regresi yang baik dan dimiliki distribusi normal atau mendekati normal.

1. Apabila data tersebar di sekitar garis diagonal lalu menelusuri arah garis diagonal maka model regresi memenuhi asumsi normalitas.
2. Apabila data tersebar jauh dari garis diagonal atau tidak menelusuri arah garis

diagonal maka model regresi tidak memenuhi asumsi normalitas.

3. Uji normalitas dengan memakai *one sample* kolmogorov smirnov yaitu dengan ketentuan jika nilai signifikan diatas 0,05 maka data berdistribusi normal. Namun apabila hasil *one sample* kolmogorov smirnov menunjukkan nilai signifikan dibawah 0,05 maka data tidak berdistribusi normal.

3.10.2. Uji Multikolonieritas

Uji multikoleniaritas ini dirancang untuk menguji apakah terdapat masalah multikorelasi dalam hubungan antar variabel bebas. Multikolerasi adalah korelasi yang sangat tinggi atau sangat rendah yang muncul dalam hubungan antar variabel independen. Jika jumlah variabel independen lebih besar dari satu maka dilakukan uji korelasi ganda (Sarjono & Julianti, 2019). Cara mengetahui uji multikoleniaritas pada model regresi ini adalah dengan melihat nilai *Tolerance* dan VIF (*variance inflation coefficient*). Nilai yang menunjukkan bahwa tidak ada masalah multikolonisasi adalah nilai $Tolerance > 0,10$ dan nilai $VIF < 10$ (Latan Temalagi, 2013).

3.10.3. Uji Heterokedastitas

Heteroskedastisitas adalah keadaan varians variabel dalam model tidak stabil (konstan). Jika pengaruh variabel independen terhadap variabel dependen berbeda pada dua kelompok sampel yang berbeda, dapat terjadi heteroskedastisitas. Karena adanya heteroskedastisitas, kesalahan standar menjadi bias dan tidak dapat digunakan sebagai patokan untuk menguji parameter regresi. Untuk mengetahui apakah error term memiliki heteroskedastisitas, sortir data sesuai dengan nilai variabel independennya, kemudian bagi datanya menjadi beberapa kelompok dan hilangkan kelompok tengah, kemudian dilakukan analisis regresi pada data yang rendah dan data atas, sehingga ada dua garis regresi. (Gudono, 2019).

3.11. Uji Hipotesis

3.11.1. Uji Determinasi (R^2)

Koefisien determinasi (R^2) dirancang untuk mengukur kemampuan variabel independen dalam menjelaskan perubahan variabel dependen. Ini diwakili oleh besaran koefisien determinasi (R^2). Nilai koefisien determinasi berada pada nilai antara 0-1. Jika nilai R^2 mendekati 0, berarti kemampuan variabel independen dalam menjelaskan variabel dependen terbatas.

Jika nilai R^2 mendekati 1, berarti variabel independen memberikan hampir semua informasi yang dibutuhkan untuk memprediksi variabel dependen, dan semakin besar pengaruh semua variabel independen terhadap variabel dependen (Ghozali, 2016). Rumus yang dipakai yaitu :

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

Keterangan:

Kd = nilai koefisien determinasi r^2 = nilai koefisien korelasi

3.11. Uji Hipotesis (Uji t)

Uji statistik t pada dasarnya dapat menjelaskan tingkat pengaruh suatu variabel independent terhadap variabel dependen. Uji t digunakan untuk mengetahui pengaruh beberapa variable independen terhadap variabel dependen. Keputusan diambil berdasarkan perbandingan nilai t hitung masing-masing koefisien regresi dengan nilai signifikan t tabel yang digunakan :

- Jika $t \text{ hitung} < t \text{ tabel}$ dan tingkat signifikansi $\alpha > 0,05$ maka H_0 diterima, artinya, variabel independen secara parsial tidak berpengaruh signifikan terhadap variabel dependen.
- Jika $t \text{ hitung} > t \text{ tabel}$ dan tingkat signifikansi $\alpha < 0,05$ maka H_0 ditolak, artinya variabel independen secara parsial berpengaruh signifikan terhadap variabel dependen.
- Pengujian hipotesis dengan tingkat kesalahan dari dua variabel sebesar 5% serta

menggunakan derajat kebebasan ($dk = n-2$) dengan menggunakan rumus :

Keterangan :

t = distribusi t

r = koefisien korelasi

r^2 = koefisien determinasi n = jumlah responden

Dengan kriteria pengujian hipotesis menggunakan Uji-T, yaitu :

Jika $t_{hitung} > t_{tabel}$, maka H_0 ditolak dan H_1 diterima, artinya terdapat pengaruh promosi dan harga terhadap keputusan pembelian. Jika $t_{hitung} < t_{tabel}$, maka H_0 diterima dan H_1 ditolak, artinya tidak terdapat pengaruh promosi dan harga terhadap keputusan pembelian.

3.12. Uji F (simultan)

Uji F adalah metode untuk menunggu apakah variabel independen secara bersama-sama (stimultan) mempengaruhi variabel dependen. Uji F digunakan untuk melihat pengaruh dari seluruh variabel bebas terhadap variabel terikat, dan memiliki tingkatan sebesar 0.5 atau 5%.

