

BAB III

METODOLOGI PENELITIAN

A. Tujuan Penelitian

Penelitian ini bertujuan untuk :

1. Mengetahui pengaruh iklan ramah lingkungan (*green advertising*) terhadap niat pembelian produk ramah lingkungan (*green purchase intention*) di Jakarta.
2. Mengetahui pengaruh persepsi kualitas produk ramah lingkungan (*green perceived quality*) terhadap niat pembelian produk ramah lingkungan (*green purchase intention*) di Jakarta.

B. Tempat, Waktu, dan Objek Penelitian

1. Tempat Penelitian

Tempat yang peneliti pilih untuk dijadikan penelitian skripsi adalah di daerah Jakarta. Alasan mengapa peneliti tertarik mengambil objek mobil Datsun Go+ sebagai objek penelitian adalah karena mobil Datsun Go+ memiliki kekurangan dari segi kualitas dan publikasi iklan, begitu pula dengan total penjualan mobil Datsun Go+ yang menurun pada tahun 2016.

2. Waktu Penelitian

Waktu yang digunakan peneliti untuk melaksanakan penelitian dimulai dari bulan Desember 2016 – May 2017

3. Objek Penelitian

Objek penelitian ini akan dilakukan kepada responden di daerah Jakarta yang belum memiliki dan mengetahui mobil Datsun Go+.

C. Metode Penelitian

Metode yang digunakan pada penelitian ini adalah penelitian metode kuantitatif, dimana menurut Malhotra, penelitian kuantitatif adalah metodologi riset yang berupaya untuk mengkuantifikasi data dan biasanya menerapkan analisis statistik tertentu.⁶⁵

Desain penelitian ini adalah *explanatory* dengan jenis penelitian deskriptif dan kausal. Menurut Malhotra penelitian deskriptif adalah salah satu jenis penelitian konklusif yang bertujuan untuk mendapatkan bagaimana deskripsi dari variabel bebas dan variabel terikat⁶⁶, sedangkan penelitian kausal adalah penelitian yang meneliti adanya hubungan yang bersifat sebab akibat dari masing-masing variabel. Penelitian kausal dilakukan untuk memperoleh fakta-fakta atau pembuktian hipotesis dari hubungan atau pengaruh antara variabel independen terhadap variabel dependen⁶⁷.

Serta penelitian ini menggunakan metode survey dalam pengumpulan data. Metode survei adalah kuesioner yang terstruktur yang diberikan ke responden yang dirancang untuk mendapatkan informasi

⁶⁵ Malhotra, Naresh K., Riset Pemasaran, (Jakarta: PT. Indeks. 2010) p. 161

⁶⁶ *Ibid* p. 93

⁶⁷ *Ibid* p. 100

yang spesifik.⁶⁸ Maksudnya adalah untuk mengukur penelitian menggunakan kuesioner yang didalamnya terdapat informasi berupa pertanyaan-pertanyaan yang dibuat oleh peneliti yang diajukan kepada responden.

D. Penentuan Populasi dan Sampel

D.1. Populasi

Menurut Malhotra⁶⁹, populasi adalah gabungan seluruh elemen yang memiliki serangkaian karakteristik yang serupa yang mencakup keseluruhan untuk kepentingan dalam masalah riset pemasaran. Sedangkan menurut Sekaran⁷⁰, “*population is refer to the entire group of people, events or things of interest that researcher wishes to investigate*” maksudnya adalah populasi merupakan keseluruhan kelompok orang, peristiwa atau hal yang ingin diteliti oleh peneliti.

Dalam penelitian ini populasi yang digunakan adalah responden yang belum mempunyai namun mengetahui mobil Datsun Go+ di daerah Jakarta. Jenis populasi yang akan diteliti adalah populasi *infinite*, karena peneliti tidak mengetahui berapa angka pasti jumlah orang yang mengetahui tentang mobil Datsun Go+ di daerah Jakarta.

⁶⁸ *Ibid* p. 196

⁶⁹ *Ibid* p. 364

⁷⁰ Sekaran dan bougie, *Research Methods for Business a Skill Building Approach* (United Kingdom : Jhon Wiley & Sons : 2016) p. 236

D.2. Sampel

Menurut Malhotra⁷¹, sampel adalah subkelompok elemen populasi yang terpilih untuk berpartisipasi dalam sebuah penelitian. Bila populasi besar dan peneliti tidak mungkin mempelajari semua yang ada pada populasi misalnya karena keterbatasan data, tenaga, dan waktu maka peneliti dapat menggunakan sampel dari populasi tersebut, kesimpulan yang dipelajari dari sampel tersebut akan dapat diberlakukan untuk populasi.⁷²

Teknik pengambilan sampel yang peneliti gunakan dalam penelitian ini menggunakan metode *non-probability sampling*. Menurut Malhotra⁷³ *non-probability sampling* adalah teknik sampling yang tidak menggunakan prosedur pemilihan peluang melainkan mengandalkan *judgement* pribadi peneliti. Menurut Sugiyono⁷⁴ *non probability sampling* adalah teknik pengambilan sampel yang tidak memberi peluang / kesempatan sama bagi setiap anggota populasi untuk dipilih menjadi sampel.

Penelitian ini menggunakan teknik *purposive sampling*. *Purposive sampling* menurut Sugiyono⁷⁵ adalah teknik penentuan sampel dengan pertimbangan tertentu. Alasan peneliti menggunakan metode *purposive sampling* adalah karena peneliti mengharapkan sampel yang

⁷¹ Malhotra, Naresh K, *loc.cit*

⁷² Sugiyono, *Statistik untuk Penelitian*, (Bandung: Alfabeta, 2012) p. 116

⁷³ Malhotra, Naresh K *op.cit* p.371

⁷⁴ Sugiyono *op.cit* p.120 -121

⁷⁵ *Ibid* p.122

akan diambil memenuhi kriteria yang sesuai dengan penelitian yang akan dilakukan yaitu responden yang belum mempunyai namun mengetahui tentang mobil Datsun Go+ di daerah Jakarta.

Roscoe dalam sugiyono⁷⁶ memberikan saran – saran tentang ukuran sampel untuk penelitian :

1. Ukuran sampel yang layak adalah antara 30 sampai dengan 500
2. Jika sampel dibagi kedalam kategori (pria/wanita, pegawai negeri-swasta dan lain-lain) maka jumlah anggota sampel setiap kategori minimal 30
3. Dalam penelitian *multivariate* (korelasi atau regresi ganda misalnya), maka jumlah anggota sampel minimal 10 kali dari jumlah variabel yang diteliti.
4. Untuk penelitian eksperimen yang sederhana yang menggunakan kelompok eskperimen dan kelompok kontrol, maka jumlah anggota sampel masing – masing antara 10/20

Dilihat dari acuan penentuan ukuran sampel menurut Roscoe maka pengambilan sampel yang akan digunakan dalam penelitian ini akan disesuaikan berdasarkan pada poin pertama, maka peneliti menetapkan jumlah sampel sebanyak 200 orang responden. Karena angka ini berada ditengah rentang jumlah sampel yaitu antara 30 – 500. Dalam hal ini responden yang masuk kriteria adalah

⁷⁶ *Ibid* p. 129 -130

responden yang belum mempunyai dan mengetahui mobil Datsun Go+ di daerah Jakarta.

Tabel III.1
Kajian Penelitian Terdahulu

No.	Sumber	Lokasi	Jumlah Responden	Teknik Pemilihan Responden	Karakter Responden	Teknik Analisis Data
1	Imam Santoso, Rengganis Fitriyani (2016)	Keawanggede, Lowokwaru Malang	113	Accidental Sampling	Usia, Jenis Kelamin, Pendidikan dan Penghasilan	GSCA
2.	Dwinita Laksmidewi (2016)	Dewata Supermarket Ubud-Gianyar Bali	100	Experiment Methode (Between Participant)	Jenis Kelamin, umur dan Mahasiswa	SPSS 5
3	Siohong Tih, Kuan-Thye Chan, Amin Ansary, Ali Ahmed (2016)	Malaysia	117	Convenience Sample	Demographic Information (Education level and home country)	Multiple Linear Regression
4.	Mozhgan Irandusth, Mohammad Taheri Roozbahani (2014)	Azad University of Khuzestan Province (Abadan Branch)	290	Randomly	Diploma and Bachelor Student of Business Management from Azad University	Analisis regresi linier berganda
5.	Nor Hazlin Nor Asshidin, Nurazariah Abidina, Hafizzah Bashira Borhanb (2015)	Malaysia	270	<i>Randomly</i>	Gender, Age, level of education, and funding	Descriptive, Reliability and Correlation Analysis
6.	Marulitua C. Siahaan, Sifrid S. Pangemanan, Merinda Pandowo (2014)	Manado	120	<i>Convenience Sampling</i>	Pengguna Honda Scooter di Manado	Multiple Linear Regression
7.	Endro Arifin dan Achmad Fachrodji (2015)	Jakarta	100	Incidental Sampling	Pengguna Ban Achilles di Jakarta Selatan	Regresi linear sederhana dan berganda

8.	Ellyta Oktaviana Mulya Putri (2017)	Margorejo Surabaya	210	Incidental Sampling	Gender and Age	Multiple Linear Regression
----	--	-----------------------	-----	------------------------	-------------------	---

Sumber: *Data diolah oleh Peneliti (2017)*

E. Metode Pengumpulan Data

Penelitian ini menggunakan data primer dengan mengumpulkan data langsung dari responden yang mengetahui tentang mobil Datsun Go+. Menurut Malhotra⁷⁷ data primer adalah data yang dibuat oleh peneliti untuk maksud khusus menyelesaikan permasalahan dalam sebuah riset.

Menurut Sugiyono⁷⁸ kuesioner adalah teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan cara memberi seperangkat pertanyaan atau pernyataan tertulis kepada responden untuk dijawabnya.

Penelitian dilakukan dengan menyebarkan 200 kuesioner secara *online* langsung pada responden yang belum mempunyai namun mengetahui tentang mobil Datsun Go+ di daerah Jakarta untuk memperoleh informasi tentang variabel-variabel yang diteliti dalam penelitian ini.

⁷⁷ Malhotra, Naresh K., *op. cit.*, p. 120

⁷⁸ Sugiyono *Op.cit* p.199

E.1. Operasional Variabel Penelitian

E.1.1 Variabel Independen

Variabel independen atau variabel bebas menurut Sugiyono⁷⁹ merupakan variabel yang mempengaruhi atau yang menjadi sebab perubahannya atau timbulnya variabel dependen (terikat). Variabel independen dalam penelitian ini adalah Iklan Ramah Lingkungan (X_1), dan Persepsi Kualitas Produk Ramah Lingkungan (X_2).

E.1.2 Variabel Dependen

Variabel dependen atau variabel terikat menurut Malhotra⁸⁰ merupakan variabel yang dipengaruhi atau yang menjadi akibat karena adanya variabel bebas. Variabel dependen dalam penelitian ini adalah Niat Beli Produk Ramah Lingkungan (Y).

Dari variabel independen, dan dependen tersebut masing-masing variabel memiliki dimensi-dimensi dan indikator-indikator yang digambarkan pada tabel di bawah ini yaitu sebagai berikut :

⁷⁹ Sugiyono., *op. cit.*, p. 59

⁸⁰ *Loc.cit*

Tabel III.2
Operasional Variabel

Variabel	Dimensi	Indikator	Pernyataan	Sumber
Iklan Ramah Lingkungan <i>(Green Advertising)</i>	<i>A. Promotion</i>	1. <i>Image</i>	Mempromosikan citra perusahaan yang ramah lingkungan	Nyilasy, 2014
		2. <i>Green life style</i>	Mempromosikan gaya hidup ramah lingkungan	
	<i>B. Message</i>	1. Pernyataan	Pernyataan umum perusahaan terhadap lingkungan	Davis dalam Kong et.al, 2014
		2. Penjelasan kegiatan	Menjelaskan kegiatan yang menunjukkan kepedulian dan komitmen terhadap perbaikan lingkungan	
Persepsi Kualitas Ramah Lingkungan <i>(Green Perceive Quality)</i>	<i>A. Dependability</i>	1. Keandalan	Keiritan bahan bakar Datsun Go+ dapat diandalkan	Widjaja dalam Sari, 2015
		2. Kesesuaian dengan Spesifikasi	Kualitas produk dengan spesifikasi informasi yang diberikan sama	
	<i>B. Reliability</i>	1. Tahan Lama	Kualitas mesin Datsun Go+ dapat bertahan lama	Chen and Chang, 2013
		2. Profesional	Kualitas Datsun Go+ tidak diragukan	
	<i>C. Superiority</i>	1. Patokan terbaik	Kualitas Datsun Go+ menjadi patokan terbaik	Doods et.al dalam Chang, 2014
		2. Merek Sangat Baik	Merek yang di persepsikan sangat baik	
	<i>D. Consistency</i>	1. <i>Correct</i>	Ketepatan antara persepsi dengan produk sama	Widjaja dalam Sari, 2015
		2. Spesifikasi sesuai	Kualita sama dengan spesifikasi yang diberikan	
Niat Beli Produk		1. Preferensial	Memiliki preferensi utama pada produk	Ferdinand

Ramah Lingkungan (Green Purchase Intention)	2. Eksploratif	Mencari informasi produk yang diminati	dalam Ariesmendi, 2013
	3. Referensial	Kecenderungan untuk merefrensikan produk ke orang lain	
	4. Tertarik pada produk	Tertarik untuk mencari informasi mengenai produk	Schiffman and Kanuk, 2012
	5. Ingin mengetahui produk	Ingin mengetahui tentang spesifikasi produk	
	6. Mempertimbangkan	Mempertimbangkan untuk membeli produk	
	7. Ingin memiliki produk	Ingin memiliki produk	

Sumber: Data diolah oleh Peneliti (2017)

F. Skala Pengukuran

Penelitian ini menggunakan skala *likert* sebagai alat penelitian untuk mengukur pernyataan yang tercantum pada kuisioner. Menurut Malhotra⁸¹, skala pengukuran *likert* yaitu skala pengukuran dengan lima kategori respon yang berkisar antara “sangat tidak setuju” sampai dengan “sangat setuju” yang mengharuskan responden menentukan derajat persetujuan atau ketidak setujuan mereka terhadap masing-masing dari serangkaian pernyataan mengenai obyek stimulus. Nilai-nilai yang diberikan dari tiap skala adalah :

⁸¹ Malhotra, Naresh K., *op. cit.*, p. 298

Skala Likert

Kriteria Jawaban	Skor	Kode
Sangat Tidak Setuju	1	STS
Tidak Setuju	2	TS
Biasa Saja	3	BS
Setuju	4	S
Sangat Setuju	5	SS

Sumber: data dikelola oleh Peneliti (2017).

F.1 Alat dan Teknis Analisis Data

Penelitian ini akan menggunakan perangkat lunak yakni SPSS versi 22. Program olah data SPSS ini sangat membantu dalam proses pengolahan data, sehingga hasil olah data yang dicapai juga dapat dipertanggungjawabkan dan terpercaya. Tujuan dari metode analisis data adalah untuk menginterpretasikan dan menarik kesimpulan dari sejumlah data yang terkumpul. Statistik yang termasuk *software* dasar SPSS adalah statistik deskriptif (tabulasi silang, frekuensi, deskripsi, penelusuran, statistik deskripsi rasio), statistik bivariat (rata-rata, *t-test*, ANOVA, korelasi, *non-parametric tests*), prediksi hasil numerik (regresi linear), dan prediksi untuk mengidentifikasi kelompok (analisis faktor, analisis *cluster*, diskriminan).

F.1.2 Analisis Deskriptif

Menurut Malhotra analisis deskriptif dilakukan untuk mengetahui dan menjelaskan karakteristik-karakteristik variabel yang ingin diteliti. Karakteristik variabel yang ingin diteliti berasal dari setiap jawaban yang diberikan responden yang berasal dari kuesioner yang telah dibuat oleh peneliti. Karakteristik tersebut meliputi rata-rata (*mean*), standar deviasi, maksimum, minimum dan lain-lain.

F.1.3 Pengujian Instrumen

F.1.3.1 Uji Validitas

Salah satu uji yang dilakukan dalam penelitian ini adalah uji validitas. Uji validitas berguna untuk mengetahui apakah ada pernyataan-pernyataan pada kuesioner yang harus dibuang atau diganti karena dianggap tidak relevan. Menurut Malhotra⁸², validitas merupakan instrumen dalam kuesioner yang dapat digunakan untuk mengukur perbedaan karakteristik objek, bukan kesalahan sistematis. Sehingga indikator-indikator tersebut dapat mencerminkan karakteristik dari variabel yang digunakan dalam penelitian. Uji validitas bertujuan untuk mengkonfirmasi korelasi yang signifikan antara korelasi antar variabel. Uji validitas dilakukan untuk mengetahui valid atau tidaknya kuesioner yang digunakan untuk penelitian. Instrumen yang reliabel belum tentu valid. Pengujian validitas dilakukan dengan menggunakan teknik korelasi *Kaiser Meyer*

⁸² Naresh K. Malhotra, *Op.Cit.*, p.288

Olkin Measure of Sampling (KMO) and Bartlett Test of Sphericity.

Teknik ini adalah indeks perbandingan jarak antara koefisien korelasi dengan koefisien korelasi parsialnya. Jika jumlah kuadrat koefisien korelasi parsial di antara seluruh pasangan variabel bernilai kecil jika dibandingkan dengan jumlah kuadrat koefisien korelasi, maka akan menghasilkan nilai KMO mendekati 1. Nilai KMO dianggap mencukupi jika lebih dari 0,5.

F.1.3.2 Uji Reliabilitas

Menurut Sekaran dan Bougie, reliabilitas adalah sejauh mana sebuah pengukuran terbebas dari *error* dan dapat menghasilkan hasil yang konsisten. Pengujian reliabilitas dilakukan dengan melihat nilai *Cronbach Alpha*. *Cronbach Alpha* adalah koefisien reliabilitas yang menunjukkan seberapa baik item dalam penelitian tersebut berkorelasi positif dengan yang lain. Nilai *Cronbach Alpha* menunjukkan seberapa baik item-item yang ada berkorelasi secara positif satu sama lain. Nilai *Cronbach Alpha* berkisar antara 0 hingga 1. Semakin mendekati nilai 1, maka item tersebut dapat dikatakan memiliki konsistensi yang baik. Dalam menguji reliabilitas, batas minimal hasil uji *Cronbach Alpha* yang baik adalah jika hasil uji Cronbach Alpha $> 0,6$. Menurut Priyatno⁸³, rumus reliabilitas dengan metode *Cronbach Alpha* dijabarkan seperti dibawah ini:

⁸³ Duwi Priyatno, *Teknik Mudah dan Cepat Melakukan Analisis Data Penelitian dengan SPSS* (Yogyakarta: Gava Media, 2010), p. 97

$$r_{11} = \left(\frac{k}{k-1} \right) \left(1 - \frac{\sum \sigma b^2}{\sigma^2} \right)$$

Keterangan:

r_{11} : Reliabilitas instrumen

σb^2 : Jumlah varians butir

k : Banyaknya butir pertanyaan

σ^2 : Jumlah varians total

F.1.4 Uji Asumsi Klasik

Peneliti menggunakan *Multiple Linear Regression* sebagai alat untuk menganalisis variabel-variabel yang diteliti karena variabel bebas yang akan diteliti memiliki lebih dari 1 variabel bebas. Ada beberapa asumsi-asumsi yang harus dipenuhi terlebih dahulu. Asumsi tersebut seperti uji normalitas, uji multikolinearitas, dan uji heterokedastisitas.

F.1.4.1 Uji Normalitas

Menurut Ghozali, uji normalitas bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi, variabel pengganggu atau residual memiliki distribusi normal⁸⁴. Seperti diketahui bahwa uji t dan F mengasumsikan bahwa nilai residual mengikuti distribusi normal. Untuk menguji normalitas residual digunakan uji statistik non-parametrik *Kolmogorov-Smirnov* (K-S). Uji K-S dilakukan dengan membuat hipotesis.

⁸⁴ Ghozali, Imam. "Aplikasi Multivariate dengan Program IBM SPSS 20", Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro, 2012, p.160

H_0 : Data residual berdistribusi normal

H_a : Data residual tidak berdistribusi normal

Normal atau tidaknya distribusi data dilakukan dengan melihat nilai signifikansi variabel. Jika signifikansinya lebih besar dari alpha 5%, maka menunjukkan bahwa distribusi data normal.

F.1.4.2 Uji Linieritas

Menurut Ghozali, uji linieritas ini digunakan untuk mengetahui apakah variabel bebas dan terikat dalam penelitian ini memiliki hubungan yang linier⁸⁵. Dikatakan linier jika kenaikan skor variabel bebas diikuti kenaikan skor variabel terikat. Uji linieritas ini dilakukan dengan menggunakan garis regresi dengan taraf signifikansi 5%.

Kriteria yang digunakan jika F hitung lebih besar dari F tabel berarti hubungan antara variabel bebas dan variabel terikat bersifat tidak linier. Sedangkan jika F hitung lebih kecil dari F tabel berarti hubungan antara variabel bebas dengan variabel terikat bersifat linier.

F.1.4.3 Uji Multikolinearitas

Multikolinearitas menurut Priyatno adalah keadaan dimana terjadi hubungan linier yang sempurna dalam model regresi.⁸⁶ Uji multikolinearitas digunakan untuk mengetahui ada atau tidaknya hubungan linier antar variabel independen dalam model regresi.

⁸⁵ *Ibid*, p.152

⁸⁶ Duwi Priyato, *Op.Cit.*, p.81

Prasyarat yang harus terpenuhi dalam model regresi adalah tidak adanya multikolinearitas. Ada beberapa metode pengujian yang bisa digunakan diantaranya:

1. Dengan melihat *Value Inflation Factor* (VIF) pada model regresi
2. Dengan membandingkan nilai koefisiensi determinasi individual (r^2) dengan nilai determinasi secara serentak (R^2)
3. Dengan melihat nilai *Eigenvalue* dan *Condition Index*

Pada penelitian ini dilakukan uji multikolinearitas dengan melihat *Value Inflation Factor* (VIF) pada model regresi. Pada umumnya jika VIF lebih besar dari 5, maka variabel tersebut mempunyai persoalan multikolinearitas dengan variabel bebas lainnya.

F.1.4.4 Uji Heterokedastisitas

Menurut Priyatno⁸⁷, heteroskedastisitas adalah keadaan di mana terjadi ketidaksamaan varian dari residual untuk semua pengamatan pada model regresi. Uji heteroskedastisitas digunakan untuk mengetahui ada atau tidaknya penyimpangan asumsi klasik heteroskedastisitas yaitu adanya ketidaksamaan varian dari residual untuk semua pengamatan pada model regresi. Prasyarat yang harus terpenuhi dalam model regresi adalah tidak adanya gejala heteroskedastisitas.

⁸⁷ Duwi Priyato, *Op.Cit.*, p. 83

F.1.5 Uji Hipotesis

F.1.5.1 Analisis Regresi Linier Berganda

Menurut Sugiyono, analisis regresi ganda digunakan oleh Peneliti bila Peneliti ingin memprediksi bagaimana keadaan (naik turunnya) variabel dependen. Bila dua atau lebih variabel independennya sebagai faktor prediktor. Jadi analisis regresi ganda akan dilakukan bila jumlah variabel independennya minimal dua⁸⁸.

F.1.5.2 Uji R^2

Nilai R^2 memiliki interval diantara 0 sampai 1 ($0 < R^2 < 1$). Uji R^2 digunakan untuk mengetahui seberapa besar variasi variabel dependen untuk menjelaskan variabel independen suatu model, semakin besar R^2 semakin baik model regresi tersebut.⁸⁹

F.1.5.3 Uji t

Uji t digunakan untuk menguji signifikansi pengaruh variabel independen secara individu pada variabel dependen dengan menganggap variabel lain bersifat konstan⁹⁰. Variabel independen dapat memiliki hubungan yang signifikan apabila nilai signifikansi berada dibawah 0,05.

⁸⁸ *Ibid*, p.275

⁸⁹ Gujarati, D.N., *Basic Econometric*, 4ed, (New York – McGraw Hill, 2012), p. 81-87

⁹⁰ Gujarati, D.N., *op.cit.*, p. 129-133

F.1.6 Koefisien Determinasi

Menurut Ghozali, koefisien determinasi (R^2) digunakan untuk mengukur seberapa jauh kemampuan model regresi dalam menerangkan variasi variabel dependen⁹¹. *Adjusted* R^2 koefisien determinasi (R^2) mempunyai nilai berkisar antara $0 < R^2 < 1$. Nilai *adjusted* R^2 yang kecil berarti kemampuan variabel-variabel independen dalam menjelaskan variasi variabel dependen sangat terbatas. Jika nilai mendekati satu maka variabel-variabel independen memberikan hampir semua informasi yang dibutuhkan untuk memprediksi variasi variabel dependen.

Pengujian Hipotesis

a. Penetapan hipotesis

H_0 : $\beta_1 = \beta_2 = 0$, X_1 dan X_2 tidak berpengaruh secara simultan terhadap Y

H_a : $\beta_1 \neq \beta_2 \neq 0$, X_1 dan X_2 berpengaruh secara simultan terhadap Y

b. Perhitungan signifikansi

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

⁹¹ Ghozali, Imam. *Op.Cit* p.97

Nilai F ini selanjutnya dibandingkan dengan harga F tabel, dimana nilai F tabel dapat dicari dengan menggunakan F tabel dengan dk pembilang = 2, dk penyebut = 12, dengan taraf kesalahan 5%. Cara lain untuk mencari nilai F tabel dengan menggunakan program *Ms Excel* dengan mengetik $\text{FINV}(0.05,2,12)$ maka diperoleh nilai F tabel = 3,88.

Hasil F hitung dibandingkan F tabel dengan kriteria :

1. Tolak H_0 jika $F_{hitung} > F_{tabel}$ pada alpha 5% untuk koefisien positif.
2. Terima H_0 jika $F_{hitung} < F_{tabel}$ pada alpha 5% untuk koefisien negatif.