

BAB III

METODE PENELITIAN

3.1 Waktu dan Lokasi Penelitian

Waktu yang diperlukan untuk melakukan penelitian ini adalah dimulai pada bulan Januari 2023 - Juni tahun 2023 dan penelitian ini dilakukan di Mahasiswa Universitas Islam Lamongan.

3.2 Jenis Penelitian

Pada penelitian ini peneliti menggunakan penelitian Kuantitatif, Menurut Sugiyono (2017:39). Penelitian kuantitatif adalah jenis penelitian yang menghasilkan penemuan-penemuan yang dapat dicapai (diperoleh) dengan menggunakan prosedur-prosedur statistik atau cara-cara lain dari kuantifikasi (pengukuran). Pendekatan kuantitatif memusatkan perhatian pada gejala-gejala yang mempunyai karakteristik tertentu di dalam kehidupan manusia yang dinamakannya sebagai variabel.

Dalam pendekatan kuantitatif hakekat hubungan diantara variabel-variabel dianalisis dengan menggunakan teori yang obyektif. Sedangkan menurut Sugiyono (2017:23) data kuantitatif adalah data yang berbentuk angka, atau data kualitatif yang diangkakan (*scoring*).

3.3 Teknik Penarikan Sampel

3.3.1 Populasi

Populasi merupakan keseluruhan obyek yang karakteristiknya hendak diteliti dalam sebuah penelitian. Dalam pemilihan populasi target harus sesuai dengan tujuan penelitian yang akan dilaksanakan. Menurut Sugiyono (2017:61)

menyatakan bahwa populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri atas: obyek atau subyek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya. Dalam penelitian ini populasi yang peneliti gunakan adalah seluruh Mahasiswa Universitas Islam Lamongan yang menggunakan Aplikasi Shoope yang berjumlah 6016 mahasiswa.(data diambil dari system informasi Universitas Islam Lamongan)

Table 3.1 Data Populasi Mahasiswa

| No | Program Studi | Jumlah Mahasiswa Per Status | |
|----|--|-----------------------------|------------|
| | | Aktif | Cuti |
| 1 | S1 Agrobisnis Perikanan | 69 | 7 |
| 2 | S1 Pendidikan Islam Anak Usia Dini | 240 | 13 |
| 3 | S1 Ilmu Hukum | 376 | 86 |
| 4 | S1 Ekonomi Syariah | 224 | 13 |
| 5 | S1 Manajemen | 1652 | 246 |
| 6 | S1 Pendidikan Guru Madrasah Ibtidaiyah | 331 | 18 |
| 7 | D3 Kebidanan | 47 | 1 |
| 8 | S1 Pendidikan Ilmu Pengetahuan Alam | 72 | 12 |
| 9 | S1 Pendidikan Matematika | 55 | 5 |
| 10 | S1 Kesehatan Lingkungan | 65 | 3 |
| 11 | S2 Pendidikan Agama Islam | 78 | 4 |
| 12 | S1 Peternakan | 208 | 27 |
| 13 | S1 Manajemen Sumber Daya Perairan | 67 | 4 |
| 14 | S1 Teknik Elektro | 160 | 42 |
| 15 | S1 Akuntansi | 522 | 58 |
| 16 | S1 Teknik Informatika | 573 | 157 |
| 17 | S1 Pendidikan Bahasa Inggris | 172 | 27 |
| 18 | S1 Pendidikan Agama Islam | 584 | 52 |
| 19 | S1 Teknik Sipil | 459 | 95 |
| 20 | S2 Manajemen | 62 | 12 |
| | JUMLAH | 6016 | 882 |

Sumber : data Sisfo Unisla Tahun 2022

3.3.2 Sampel

Sampel adalah bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi tersebut (sugiyono 2017 :118). Sampel adalah bagian dari jumlah dan karekteristik yang dimiliki oleh populasi tersebut (Sugiyono, 2017:61). Penelitian ini menggunakan metode *Random Sampling*, menurut Sugoyono (2017:67) adalah pengambilan anggot sampel dari populasi yang dilakukan secara acak tanpa memperhatikan strata yang ada dalam populasi itu..Untuk menentukan jumlah simple digunakan Rumus Slovin (Halila 2020:34) yaitu:

Untuk menentukan jumlah simple digunakan Rumus Slovin (dalam Umar 2010:34) yaitu :

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

Dimana :

n = Ukuran Sampel

N = Ukuran Populasi

e = Tingkat kesalahan dalam memilih anggota sampel yang ditolerir

(tingkat kesalahan dalam sampling ini adalah 10%).

$$n = \frac{6016}{1 + 6016(10)^2}$$

$$n = \frac{6016}{1 + 6016(60,61)}$$

$$n = \frac{6016}{60,61}$$

$$n = 98,03$$

N = 98,03 dibulatkan 98 Responden yang terdiri dari seluruh mahasiswa yang ada di Universitas Islam Lamongan.

Tabel 3.2 jumlah distribusi sampel

| No | Program Studi | Jumlah sampel |
|----|--|---------------|
| 1 | S1 Agrobisnis Perikanan | 2 |
| 2 | S1 Pendidikan Islam Anak Usia Dini | 2 |
| 3 | S1 Ilmu Hukum | 8 |
| 4 | S1 Ekonomi Syariah | 2 |
| 5 | S1 Manajemen | 18 |
| 6 | S1 Pendidikan Guru Madrasah Ibtidaiyah | 5 |
| 7 | D3 Kebidanan | 2 |
| 8 | S1 Pendidikan Ilmu Pengetahuan Alam | 1 |
| 9 | S1 Pendidikan Matematika | 1 |
| 10 | S1 Kesehatan Lingkungan | 1 |
| 11 | S2 Pendidikan Agama Islam | 2 |
| 12 | S1 Peternakan | 4 |
| 13 | S1 Manajemen Sumber Daya Perairan | 2 |
| 14 | S1 Teknik Elektro | 4 |
| 15 | S1 Akuntansi | 10 |
| 16 | S1 Teknik Informatika | 12 |
| 17 | S1 Pendidikan Bahasa Inggris | 4 |
| 18 | S1 Pendidikan Agama Islam | 10 |
| 19 | S1 Teknik Sipil | 6 |
| 20 | S2 Manajemen | 2 |
| | JUMLAH | 98 |

3.3.3 Teknik Sampling

Teknik sampling adalah teknik pengambilan sampel (Sugiyono,2017:81).Karena banyaknya populasi tidak diketahui secara pasti maka metode pengambilan sampel adalah metode *Random Sampling*, menurut Sugoyono (2017:67) adalah pengambilan anggot sampel dari populasi yang dilakukan secara acak tanpa memperhatikan strata yang ada dalam populasi itu.

3.4 Metode Pengumpulan Data

Penelitian ini merupakan penelitian kuantitatif, sehingga teknik pengambilan data yang digunakan adalah:

3.4.1 Jenis- Jenis Data

1. Data Primer

Data Primer yaitu data yang diperoleh langsung dari penelitian terhadap obyek yang diteliti (Arikunto, 2017: 40).

2. Data sekunder

Dalam penelitian ini penulis menggunakan data sekunder yaitu studi kepustakaan, untuk memperoleh landasan teori strategi marketing mix melalui buku-buku, literatur-literatur, laporan-laporan, makalah-makalah, seminar, jurnal-jurnal, catatan kuliah, artikel majalah, surat kabar, dan yang berhubungan dengan permasalahan yang ada serta berguna bagi penyusunan hasil penelitian ini (Arikunto, 2017: 40).

3.4.2 Teknik pengambilan data

Teknik_ataucara-cara yang dapat digunakan oleh peneliti untuk_pengumpulan data._Teknik_dalam menunjuk suatu kata yang abstrak dan tidak diwujudkan dalam benda, tetapi hanya dapat dilihat penggunaannya ,dalam penelitian ini tehnik pengambilan data diperoleh melalui:

1. Wawancara (*Interview*) adalah sebuah dialog yang dilakukan oleh pewawancara (*interview*) untuk memperoleh informasi dari terwawancara. wawancara digunakan oleh peneliti untuk menilai keadaan seseorang (Arikunto, 2017:41). Teknik ini berkaitan dengan menggali informasi dari nara sumber mengenai bagaimana penerapan dari strategi marketing mix.
2. Dokumentasi dari asal katanya dokumen, yang artinya barang- barang tertulis. Di dalam melaksanakan metode dokumentasi, peneliti menyelidiki

benda- benda tertulis seperti buku- buku, majalah, dokumen, peraturan- peraturan notulen rapat, catatan harian dan sebagainya (Arikunto, 2017: 41)

3. Observasi sebagai suatu aktiva yang sempit, yakni memeperhatikan sesuatu dengan menggunakan mata. Di dalam pengertian psikologik, observasi atau yang disebut pula dengan pengamatan, meliputi kegiatan pemuatan perhatian terhadap sesuatu objek dengan menggunakan seluruh alat indra (Arikunto, 2017:40).

4. Angket (questionnaire)

Angket (questionnaire) adalah daftar pertanyaan yang diberikan kepada orang lain bersedia memberikan respon (responden) sesuai dengan permintaan. Angket yang digunakan dalam penelitian ini adalah angket tertutup. Angket tertutup (angket berstruktur) adalah angket yang disajikan dalam bentuk sedemikian rupa sehingga responden diminta untuk memilih salah satu jawaban yang sesuai dengan karakteristik dirinya dengan cara memberikan tanda silang (x) atau tanda checklist (√). Untuk pengolahan data yang telah diambil dari questioner menggunakan skala pengukuran Likert type 5 point (Hanan & Karp dalam Tjiptono 2018:370)

| | |
|--------------------------|-----|
| STP (Sangat tidak Puas) | : 1 |
| TP (Tidak Puas) | : 2 |
| N (Netral) | : 3 |
| P (Puas) | : 4 |
| SP (Sangat Puas) | : 5 |

3.5 Operasional variabel

Menurut sugiyono (2017 : 38) operasional variabel adalah suatu atribut atau sifat atau nilai dari orang, objek atau kegiatan yang mempunyai variasi tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan ditarik kesimpulannya. Dalam menentukan definisi operasional diperlukan indikator-indikator terlebih dahulu untuk mendapatkan variabel-variabel yang sesuai dengan teori-teori yang ada sebagai berikut :

3.5.1 Variabel Bebas/*Independent* variabel (X)

Variabel bebas menurut sugiyono (2017:39) adalah variabel yang mempengaruhi atau yang menjadi sebab perubahannya atau timbulnya variabel *dependent* (terikat). Didalam penelitian ini yang termasuk variabel bebas meliputi:

1. Star Seller(X_1)

Star seller adalah bentuk penghargaan yang diberikan oleh Shopee kepada para pemilik toko atau seller yang aktif dan berusaha memberikan pelayanan terbaiknya kepada pelanggan. Menjadi Star Seller akan mendatangkan banyak keuntungan. Calon pembeli menjadi lebih percaya dan datang untuk membeli produk yang Anda jual.

Adapun Indikator *Online star seller* menurut Farki et.all, (2017;22) yaitu:

1. *Perceived usefulness* : *Perceived Usefulness* adalah seseorang percaya bahwa menggunakan teknologi atau inovasi tertentu akan meningkatkan kinerja pekerjaannya.
2. *Perceived enjoyment* : *Perceived enjoyment* adalah motivasi intrinsik yang menekankan pada proses penggunaan dan mencerminkan kesenangan dan kenikmatan yang terkait dengan penggunaan sistem.

3. *Perceived control* : *Perceived control* adalah perasaan seseorang mengenai mudah atau sulitnya mewujudkan suatu perilaku tertentu, Dengan dimensi: keyakinan diri, dukungan pemerintah, dukungan teknologi.

2. Customer Review (X₂)

Online customer review juga dapat diartikan sebagai media yang ditujukan untuk konsumen untuk melihat review yang telah diberikan konsumen lain mengenai produk, pelayanan, atau profik perusahaan dalam hal ini perusahaan atau produsen (Sondakh et al., 2017:52).

Dikarenakan *online customer review* merupakan bagian dari e-WOM (dalam Stella Nathania, 2018:35), maka yang digunakan adalah indicator-indikator dari e-WOM. Diantaranya adalah:

1. Kredibilitas Sumber : Menurut Lou et al (2018:21) Kredibilitas sumber adalah persepsi mengenai kebenaran sumber dan kepercayaan terhadap informasi .
2. Kualitas Argumen :Menurut Cheung, Lee dan Rabjohn (2018:25) kualitas argument mengacu pada kekuatan untuk mempengaruhi konsumen melalui kualitas informasi yang disampaikan.
3. *Recommendation framing* : Menurut Cheung, dkk (2018:53) *Recommendation framing* berkaitan dengan penyeleksian rekomendasi eWOM, entah itu dikelompokkan secara positif atau secara negatif.
4. *Volume of Review* : Menurut Davis dan Khazanchi (2019:31), *Volume of Review* merupakan seberapa banyak total interaksi eWOM yang terjadi.
5. Kekuatan Argumen :Menurut Lou et al (2018:25) Kekuatan argument berkaitan dengan kakuatan atau sejauh mana argument atau informasi tersebut

masuk akal serta sejauh mana penerima informasi merasa sebuah argument valid dan meyakinkan

6. *Recommending Rating* : Menurut Cheung, dkk (2018:62) *recommendation rating* mengindikasi skor (rating) yang diberikan oleh pembaca lain mengenai rekomendasi eWOM.

3. *Customer Rating* (X₃)

Online customer rating merupakan bagian dari *Online Customer Review* yang menggunakan simbol atau skor sebagai cara untuk mengekspresikan penilaian dari konsumen (Chatterjee, 2019:58). Adapun Indikator Online Customer Review menurut Hariyanto & Trisunarno (2020:32) yaitu:

1. *Perceived usefulness* : *Perceived Usefulness* adalah seseorang percaya bahwa menggunakan teknologi atau inovasi tertentu akan meningkatkan kinerja pekerjaannya.
2. *Perceived Ease of Use* : *Perceived Ease of Use* adalah tingkat keyakinan seseorang bahwa menggunakan teknologi akan mengurangi upaya yang berlebihan. Menurut Cheung (2018:33), *Perceived Ease of Use* adalah tingkat dimana seseorang percaya bahwa menggunakan teknologi atau sistem tertentu akan bebas dari upaya.

3.5.2 Variabel Terikat/*Dependent* variabel (Y)

Menurut Sugiyono (2019:39) variabel terikat adalah variabel yang dipengaruhi atau yang menjadi akibat, karena adanya variabel bebas. Didalam penelitian ini yang termasuk variabel terikat adalah keputusan pembelian. Kotler dan Armstrong (2018:58), keputusan pembelian adalah tahap dalam proses pengambilan keputusan pembelian dimana konsumen benar-benar

membeli. Menurut Kotler dan Keller (2018:121), indikator-indikator dalam keputusan pembelian adalah :

1. Kemantapan pada sebuah produk, merupakan keputusan yang dilakukan konsumen, setelah mempertimbangkan berbagai informasi yang mendukung pengambilan keputusan.
2. Kebiasaan dalam membeli produk, merupakan pengalaman orang terdekat (orang tua, saudara) dalam menggunakan suatu produk
3. Memberikan rekomendasi pada orang lain, merupakan penyampaian informasi yang positif kepada orang lain, agar tertarik untuk melakukan pembelian.
4. Melakukan pembelian ulang, merupakan pembelian yang berkesinambungan, setelah konsumen merasakan kenyamanan atas produk atau jasa yang diterima.

3.6 Metode Analisis Data

Menurut Sugiyono (2017:38) Definisi operasional variabel adalah sesuatu yang menjadi obyek pengamatan dalam suatu penelitian yang didasarkan atas sifat-sifat atau hal yang didefinisikan untuk diamati. Adapun variabel yang digunakan dalam penelitian ini terdiri dari :

3.6.1 Uji Validitas

Menurut Sugiyono (2017:267) uji validitas adalah “ Derajat ketetapan antara data yang terjadi pada obyek penelitian dengan data yang dapat dilaporkan oleh obyek peneliti.”

Nilai Y rumus korelasi yang digunakan adalah:

$$r_{xy} = \frac{n \cdot (\Sigma XY) - (\Sigma X) \cdot (\Sigma Y)}{\sqrt{[n \cdot \Sigma X^2 - (\Sigma X)^2] [n \cdot \Sigma Y^2 - (\Sigma Y)^2]}}$$

Dimana:

r_{xy} = Koefisien Korelasi antara variabel X dan variabel Y

| | |
|--------------|--|
| n | = Jumlah responden |
| ΣX | = Jumlah X skor (sekor butir) |
| ΣY | = Jumlah skor total |
| ΣXY | = Jumlah skor total dikali dengan sekor pertanyaan |
| ΣX^2 | = Jumlah kuadrat skor pertanyaan |
| ΣY^2 | = Jumlah kuadrat skor total |

Setelah diketahui dari hasil perhitungan besarnya korelasi, kemudian dibandingkan dengan table r produk moment dengan $\alpha = 5\%$ dengan kreteria sebagai berikut:

- Jika $r_{hitung} \geq r_{tabel}$, maka valid
- Jika $r_{hitung} \leq r_{tabel}$, maka tidak valid

Penulis menggunakan rumus product moment karena rumus tersebut mengkorelasikan jumlah faktor dengan skor total.

3.6.2 Uji Reliabilitas

Jika alat ukur dinyatakan valid, selanjutnya alat ukur tersebut diuji. Reabilitas menurut Susan Stainback adalah “ Derajat konsistensi dan stabilitas data atau temuan. Dalam pandangan positivistic (kuantitatif), suatu data dinyatakan reliabel apabila dua atau lebih penelitian dalam obyek yang sama menghasilkan data yang sama, atau peneliti sama dalam waktu berbeda menghasilkan data yang sama, atau sekelompok data bila dipecah menjadi dua menunjukkan data yang tidak berbeda. (Sugiyono,2017:268).Teknik yang digunakan untuk mengukur reliabilitas adalah dengan rumus Spearman Brown (teknik belah ganjil genap), yang rumusnya sebagai berikut:

$$r1 = \frac{2 \cdot r_b}{1 + r_b}$$

r_i = Realibilitas instrument

r_b = Indeks korelasi product moment kedua belahan

Setelah diketahui dari hasil perhitungan besarnya korelasi, kemudian dibandingkan dengan table r product moment dengan $\alpha = 5\%$ dengan kriteria sebagai berikut :

- a. Jika r_{xy} hitung $\geq r$ table, maka reliable
- b. Jika r_{xy} hitung $\leq r$ table, maka tidak reliable

Adalah suatu perluasan dari teknik regresi apabila terdapat lebih dari satu variabel bebas untuk mengadakan prediksi terhadap variabel terikat. (Arikunto, 2017:138).

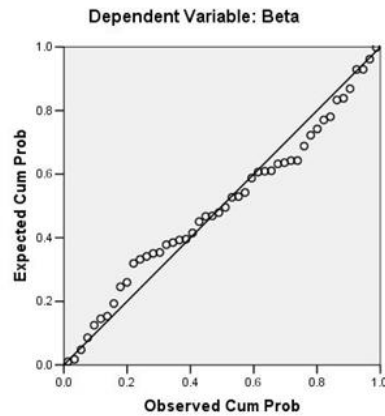
3.6.3 Uji Asumsi klasik

1. Uji normalitas

Uji normalitas akan menguji data variabel bebas dan data variabel terikat pada persamaan regresi yang dihasilkan berdistribusi normal atau berdistribusi tidak normal. Persamaan regresi dikatakan baik jika mempunyai data variabel bebas dan variabel terikat berdistribusi normal atau normal sama sekali. Uji normalitas menggunakan grafik histogram dan normal probability plots. Jika data riil membentuk garis kurva cenderung tidak simetri terhadap mean (U) maka dapat dikatakan data berdistribusi tidak normal dan sebaliknya. Sedangkan cara normal probability plots membandingkan data riil dengan data distribusi normal (otomatis oleh komputer) secara kumulatif. Data dikatakan berdistribusi normal jika garis data riil mengikuti garis diagonal. Berdasarkan olah data dengan computer program spss, di ketahui bahwa grafik histogram didapatkan garis kurva normal berarti data yang diteliti berdistribusi normal. Demikian juga dari normal probability plots

menunjukkan berdistribusi normal karena garis (titik-titik) mengikuti garis diagonal (Sugiyono, 2017: 145).

Normal P-P Plot of Regression Standardized Residual



Gambar 3.1 Grafik Uji Normalitas

2. Uji multikolinieritas

Uji asumsi klasik jenis ini di terapkan untuk analisis regresi berganda yang terdiri atas dua atau lebih variable bebas / independent variable, dimana akan di ukur tingkat asosiasi pengaruh antar variabel bebas tersebut melalui besaran nilai toleransi (α) dan nilai *variance inflation factor* (VIF). Variabel bebas mengalami multikolinieritas jika α hitung $< \alpha$ dan VIF hitung $> VIF$ dan variabel bebas tidak mengalami multikolinieritas jika α hitung $> \alpha$ VIF hitung $< VIF$ (Sugiyono, 2017: 145).

3. Uji Heteroskedastisitas

Menurut Sugiyono (2017: 145) dalam persamaan regresi berganda perlu di uji mengenai sama atau tidak sama varians dari residual dari observasi yang satu dengan observasi yang lain. Terjadi homoskedastisitas jika pada scatterplot titik-titik hasil pengolahan data antar Z_{pred} dan S_{resid} menyebar dibawah maupun diatas titik origin (angka 0) pada sumbu Y dan tidak mempunyai pola yang teratur. Terjadi heteroskedastisitas jika pada scatterplot titik-titiknya mempunyai pola yang teratur

baik menyempit, melebar maupun bergelombang- gelombang. Persamaan regresi yang baik jika tidak terjadi heteroskedastisitas.

3.6.4 Regresi Linier Berganda

Adalah suatu perluasan dari teknik regresi apabila terdapat lebih dari satu variabel bebas untuk mengadakan prediksi terhadap variabel terikat. (Sugiyono, 2017:338).

Sesuai dengan tujuan hipotesa, penelitian yang diajukan adalah berkaitan dengan variabel penelitian yang digambarkan secara spesifik kedalam model analisis regresi linier berganda.

Rumusan analisis regresi linier berganda

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

dimana :

Y = Variable preferensi konsumen

b1 =Star Seller

b2 = Online Customer Riwiew

b3 = Online Customer Rating

a =Konstanta

b1,b2,b3= Koefisien regresi variabel X

3.6.5 Korelasi berganda

Teknik korelasi *product moment* digunakan untuk mencari hubungan dan membuktikan hipotesis hubungan dua variabel bila data kedua variabel tersebut berbentuk interval atau ratio dan sumber data dari kedua variabel atau lebih tersebut adalah sama adapun rumus korelasi *product moment* adalah sebagai berikut.

$$r_{xy} = \frac{n\sum x_i y_i - (\sum x_i)(\sum y_i)}{\sqrt{(n\sum x_i^2 - (\sum x_i)^2)(n\sum y_i^2 - (\sum y_i)^2)}}$$

(Sugiyono , 2017:128)

3.6.6 Koefisien Determinasi

Koefisien determinasi juga disebut koefisien penentu (KP) adalah kuadrat dari nilai koefisien korelasi, artinya perubahan variable dependen (variable Y) yang disebabkan variable independen (variable X) adalah sebesar kuadrat koefisien korelasi (r^2). (Sugiyono, 2017:159) Dengan rumus sebagai berikut:

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

Keterangan:

KD = Koefisien Determinasi

r = Koefisien Korelasi

3.6.7 Pengujian secara Parsial (Uji t)

Digunakan untuk mengetahui pengaruh atau hubungan variable independen dengan dependen dimana salah satu variable independennya dikendalikan (dibuat tetap). (Sugiyono, 2017:193).

Dalam hal ini, rumus yang digunakan untuk perhitungan t hitung sebagai berikut:

$$t = \frac{r\sqrt{n-2}}{\sqrt{1-r^2}}$$

Dengan kriteria sebagai berikut:

Jika $t_{hitung} < t_{tabel}$, maka H_0 diterima.

Jika $t_{hitung} > t_{tabel}$, maka H_0 ditolak.

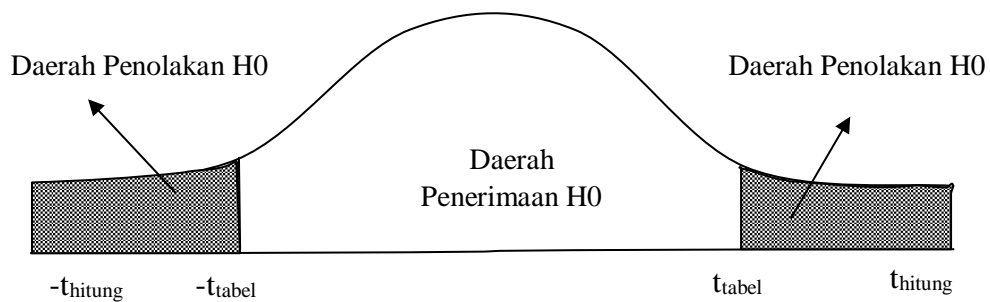
Langkah – langkah prosedur uji statistic adalah sebagai berikut:

1. $H_0 : b_i = 0$, tidak ada pengaruh variable X_i terhadap variable Y.

$H_a : b_i \neq 0$, terdapat pengaruh variable X_i , terhadap variable Y.

2. Menentukan tingkat signifikan (α).

3. Hitung DF atau derajat keabsahan (DK) dengan rumus $DF = n - 2$.
4. Pada table student t, cari nilai t table atau nilai t kritis (t_a).
5. Kesimpulan: bandingkan nilai t_h dengan nilai t_a . Bila $t_h > t_a$ maka H_0 ditolak, bearti H_a diterima, yaitu terdapat pengaruh variable X_1 terhadap variable Y. Bila $t_h < t_a$ maka H_0 diterima, H_a ditolak.



Gambar 3.2

Kurva Daerah Penolakan dan Penerimaan Hipotesis dalam Uji t

3.6.8 Pengujian secara Simultan (Uji F)

Uji simultan adalah uji statistic untuk koefisien regresi yang simultan atau serentak atau bersama – sama mempengaruhi variable dependen (Y). (Sugiyono,2018:38)

Dengan rumus sebagai:

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

Dimana :

R^2 = koefisien Determinasi

k = jumlah variable independen

n = jumlah sampel

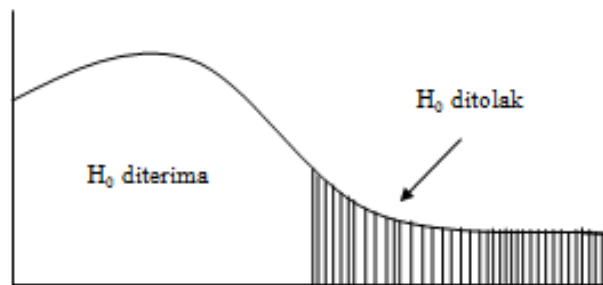
Dengan kreteria sebagai berikut:

Jika $F_{hitung} < F_{tabel}$, maka H_0 diterima

Jika $F_{hitung} > F_{tabel}$, maka H_0 ditolak

Langkah – langkah prosedur uji statistic adalah sebagai berikut:

1. Rumuskan hipotesis yang mencakup H_0 dan H_a
2. Tentukan tingkat signifikan (α)
3. Hitung DF dengan rumus: $df = n - k - 1$.
4. Cari nilai table F dalam table distribusi F
5. Kesimpulan: Bandingkan nilai F hitung dengan F table. Bila $F_{hitung} > F_{tabel}$ maka H_0 ditolak dan H_a diterima, sebaliknya jika $F_{hitung} < F_{tabel}$ maka H_0 diterima dan H_a ditolak.



Gambar 3.3 Kurva uji F

3.7 Jadwal Penelitian

Tabel 3.3

**Jadwal Pelaksanaan
JADWAL PENELITIAN SKRIPSI TAHUN AJARAN 2022-2023
FAKULTAS EKONOMI
UNIVERSITAS ISLAM LAMONGAN**

| Jenis Kegiatan | Pelaksanaan Kegiatan | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
|---------------------|----------------------|---|---|---|---------------|---|---|---|------------|---|---|---|------------|---|---|---|----------|---|---|---|-----------|---|---|---|-----------|---|---|---|
| | Januari 2023 | | | | Februari 2023 | | | | Maret 2023 | | | | April 2023 | | | | Mei 2023 | | | | Juni 2023 | | | | Juli 2023 | | | |
| | 1 | 2 | 3 | 4 | 1 | 2 | 3 | 4 | 1 | 2 | 3 | 4 | 1 | 2 | 3 | 4 | 1 | 2 | 3 | 4 | 1 | 2 | 3 | 4 | 1 | 2 | 3 | 4 |
| Draft Proposal | ■ | ■ | ■ | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| Survei Awal | | ■ | ■ | ■ | ■ | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| Konsultasi Proposal | | | ■ | ■ | ■ | ■ | ■ | ■ | ■ | ■ | ■ | ■ | | | | | | | | | | | | | | | | |
| Seminar Proposal | | | | | | | | | | | | ■ | | | | | | | | | | | | | | | | |
| Komprehensif | | | | | | | | | | | | ■ | | | | | | | | | | | | | | | | |
| Proposal Jadi | | | | | | | | | | | | | ■ | | | | | | | | | | | | | | | |
| Proses Penelitian | | | | | | | | | | | | | ■ | ■ | ■ | ■ | ■ | ■ | ■ | ■ | | | | | | | | |
| Analisis Data | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | ■ | ■ | ■ | ■ | | | | |
| Konsultasi | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | ■ | ■ | ■ | ■ | | | | |
| Pembuatan Laporan | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | ■ | ■ | ■ | ■ | | | | |
| Penulisan | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | ■ | ■ | ■ | ■ | | | | |
| Skripsi Jadi | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | ■ | | | | |
| Ujian Skripsi | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | ■ | | | | |
| Revisi Skripsi | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | ■ | ■ | ■ | ■ | ■ |
| ACC Skripsi | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | ■ | ■ | ■ | ■ | ■ |

