

BAB III

OBJEK DAN METODE PENELITIAN

3.1 Objek Penelitian

Adapun yang menjadi objek penelitian ini adalah Biaya produksi dan biaya promosi terhadap volume penjualan. Sedangkan sebagai subjek penelitian adalah Rizqi Batik Collection.

3.1.1 Sejarah Objek Penelitian

Perusahaan Rizqi Batik Collection adalah perusahaan yang bergerak dalam industry pembuatan dan perdagangan batik di Tasikmalaya. Perusahaan ini didirikan di Kota Tasikmalaya pada tanggal 10 Maret 2004 oleh Ibu Yuyun sri wahyuni dan Bpk. Hasan saputra.

Sebelum membuka usaha batik, sekitar tahun 1990-2003 Rizqi Batik Collection membuka usaha distributor pakaian jadi, kaos, koko, (bodasan) secara grosir dan eceran. Rizqi Batik Collection juga memasok barang-barang tersebut ke pasar-pasar di Tasikmalaya dan sekitarnya yang dibantu oleh dua orang karyawan.

Pada tahun 2003 kalim Malaysia atas batik sangat meresahkan para pengrajin batik di Indonesia termasuk di Tasikmalaya. Pemerintah juga memberi dukungan untuk mempertahankan salah satu warisan budaya ini dengan mempromosikannya didalam dan diluar kota Tasikmalaya. Selanjutnya Rizqi Batik Collection beralih pada usaha batik Tasikmalaya, dan memfokuskan diri pada usaha ini, beberapa tahun selanjutnya usaha Rizqi Batik Collectiction secara perlahan mulai berkembang.

Presiden Bambang S. Yudhoyono pada 17 November 2009 menerbitkan keputusan presiden No. 33 Tahun 2009 tentang Hari Batik Nasional. UNESCO badan PBB yang mengurus persoalan Pendidikan dan kebudayaan menetapkan batik sebagai warisan kemanusiaan untuk budaya lisan dan non-bendawi (*Masterpieces of the oral and intangible heritage of humanity*) milik Indonesia. Akhirnya pada Jumat, 2 Oktober 2009 UNESCO mengeluarkan keputusan yang menggembirakan publik Indonesia bahwa Batik merupakan warisan budaya Indonesia. Sejak saat itu omzet penjualan Rizqi Batik Collection semakin meningkat. Pemasaran pun tidak hanya di tasikmalaya seperti ciamis, cianjur, pangandaran, garut, Jakarta, dan bali. Bahkan ada juga tamu yang berasal dari luar negeri dan memesan batik khas Tasikmalaya dari Rizqi Batik Collection.

Rizqi Batik Collection memiliki 2 pabrik produksi batik untuk pemasarannya sampai saat ini Rizqi batik ini sudah memiliki 2 cabang pemasaran yaitu di :

1. Ciroyom (Cigeureung) No. 82 A Ph/Fax. (0265) 336917 HP. 081320709363
2. Parakan honje jl. Ibrahim Aji (Indihiang)

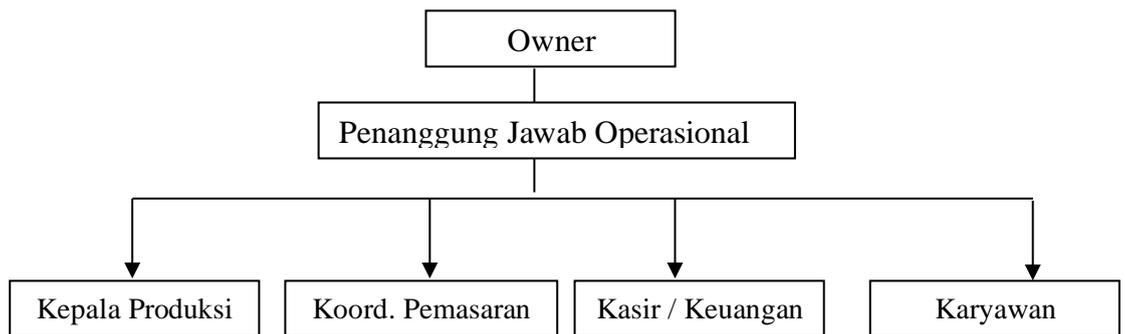
3.1.2 Visi dan Misi Perusahaan

1. VISI: Menjadi perusahaan industry batik yang senantiasa melestarikan tradisi batik Tasikmalaya sebagai salah satu upaya untuk menjaga dan menumbuhkan industry kerajinan batik Indonesia.
2. MISI:
 - a. Menjalankan kegiatan perusahaan dengan standar etika yang tinggi dengan kejujuran dan integritas.
 - b. Mengutamakan kebutuhan dan kepuasan pelanggan.

- c. Memperkaya desain motif-motif tradisional tasikmalaya yang sudah ada dan masyarakat.
- d. Meningkatkan kualitas sumber daya manusia di bidang industry kerajinan batik dengan cara mendidik tenaga-tenaga terampil dan produktif.
- e. Memberikan penghargaan kepada para pegawai melalui pemberian kesejahteraan yang memadai, penyediaan lingkungan kerja yang aman, sehat dan nyaman.
- f. Melestarikan batik sebagai warisan budaya bangsa khususnya bagi daerah Tasikmalaya sehingga dikenal di kancah Nasional dan Internasional.

3.1.3 Struktur Organisasi dan Uraian Tugas

Struktur organisasi berfungsi untuk membantu dalam aktivitas manajemen dalam pencapaian tujuan perusahaan. Dengan adanya struktur organisasi ini terlihat jelas tugas dan tanggung jawab masing-masing karyawan perusahaan dalam melakukan tugasnya. Rizqi Batik Collection mempunyai struktur organisasi garis dan staf. Berikut dijabarkan mengenai tugas dan wewenang tiap jabatan, sebagai berikut:



Sumber: Rizqi Batik Collection

Gambar 3.1
Struktur Organisasi Rizqi Batik Colection

Adapun *Job Description* dari Struktur organisasi diatas, adalah sebagai berikut:

1. Owner
 - a. Mengkoordinasikan dan mengendalikan kegiatan-kegiatan dibidang administrasi keuangan, kepegawaian dan kesekretariatan.
 - b. Mengkoordinasikan dan mengendalikan kegiatan pengadaan dan peralatan perlengkapan.
 - c. Merencanakan dan mengembangkan sumber-sumber pendapatan serta pembelanjaan dan kekayaan perusahaan.
 - d. Mengendalikan uang pendapatan, hasil penagihan rekening penggunaan air dari langganan.
 - e. Memimpin rapat umum, dalam hal: untuk memastikan pelaksanaan tata-tertib; keadilan dan kesempatan bagi semua untuk berkontribusi secara tepat; menyesuaikan alokasi waktu per item masalah; menentukan urutan agenda; mengarahkan diskusi ke arah konsensus; menjelaskan dan menyimpulkan tindakan dan kebijakan.

2. Penanggung Jawab Operasional
 - a. Mengonsep surat-surat perjanjian kerjasama dengan relasi ataupun instansi dari luar.
 - b. Menyusun surat-surat rahasia (confidential).
 - c. Menyusun acara pertemuan bisnis.
 - d. Pembelian kado ataupun cinderamata dalam berbagai kegiatan perusahaan.
3. Bagian Produksi
 - a. Mengatur pola dan motif batik.
 - b. Melakukan pengecekan barang serta packaging.
 - c. Membentuk dan membuat desain sampai tahap akhir.
4. Bagian Keuangan
 - a. Mengatur pembelanjaan bahan baku kain.
 - b. Mengkoordinasi gaji serta konsumsi bagi para karyawan.
 - c. Mengkoordinasi kegiatan-kegiatan yang dilaksanakan oleh perusahaan.
5. Bagian Pemasaran
 - a. Melakukan perencanaan strategi pemasaran dengan memperhatikan trend pasar dan sumber daya perusahaan.
 - b. Merencanakan marketing research yaitu dengan mengikuti perkembangan pasar, terutama terhadap produk yang sejenis dari perusahaan pesaing.
 - c. Melakukan perencanaan analisis peluang pasar.
 - d. Menyusun perencanaan arah kebijakan pemasaran
 - e. Melakukan identifikasi dan meramalkan peluang pasar.
 - f. Merencanakan pengembangan jaringan pemasaran.

6. Karyawan
 - a. Melakukan produksi Batik
 - b. Melakukan Packing
 - c. Melayani Pembeli

3.2 Metode Penelitian

Metode Penelitian adalah cara atau jalan yang ditempuh sehubungan dengan penelitian yang dilakukan, yang memiliki Langkah-langkah yang simetris.

Menurut Sugiyono (2022:2) “Metode penelitian merupakan cara ilmiah berarti kegiatan penelitian itu didasarkan pada ciri-ciri keilmuan, yaitu rasional, empiris, dan sistematis”. Metode penelitian dapat diartikan pula sebagai cara ilmiah untuk mendapatkan data yang valid dengan tujuan dapat ditemukan, dikembangkan, dan dibuktikan, suatu pengetahuan tertentu sehingga dapat digunakan untuk memahami, memecahkan, dan mengantisipasi masalah.

Metode penelitian yang digunakan adalah metode deskriptif analisis dengan pendekatan studi kasus. Sugiyono (2018:147) mengatakan bahwa “Analisis deskriptif adalah statistik yang digunakan untuk menganalisis data dengan cara mendeskripsikan atau menggambarkan data yang telah terkumpul sebagaimana adanya tanpa bermaksud membuat kesimpulan yang berlaku untuk umum atau generalisasi.”

Pendekatan yang digunakan peneliti adalah studi kasus, dimana dalam penelitian ini peneliti menggunakan banyak sumber data yang dapat diteliti, menganalisis dan menjelaskan secara menyeluruh dari berbagai aspek yang mengalami suatu peristiwa tertentu dan sistematis. Dalam studi kasus, peneliti

berupaya secara seksama mengkaji variabel mengenai kasus-kasus tertentu, dengan mempelajari aspek individu, kelompok dan suatu peristiwa khusus untuk menganalisis secara lengkap, dan secara mendalam tentang subjek yang akan diteliti (Ruslan, 2018:230).

3.2.1 Operasionalisasi Variabel

Dalam sebuah penelitian terdapat beberapa variabel yang harus ditetapkan dengan jelas sebelum mulai pengumpulan data. Variabel penelitian adalah segala sesuatu yang berbentuk apa saja yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari sehingga diperoleh informasi tentang hal tersebut, kemudian ditarik kesimpulannya (Sugiyono, 2022:38). Sesuai judul yang penulis pilih yaitu “Pengaruh Biaya Produksi dan Biaya Promosi terhadap Volume Penjualan”, maka variabel yang diukur adalah:

1. *Variabel independent* atau variabel bebas

Sugiyono (2022:39) Variabel independent adalah: “Variabel ini sering disebut sebagai variabel Stimulus, *predictor*, *antecedent*. Variabel bebas adalah variabel yang mempengaruhi atau yang menjadi sebab perubahannya atau timbulnya variabel dependen (terikat)”. Dalam penelitian ini yang menjadi variabel independent adalah Biaya Produksi (X_1) dan Biaya Promosi (X_2).

2. *Variabel Dependen* atau variabel terikat

Menurut Sugiyono (2022:39) Variabel dependen adalah: “Variabel yang dipengaruhi atau yang menjadi akibat, karena adanya variabel bebas, dalam penelitian ini variabel terikat yang diteliti adalah Volume Penjualan (Y).

Untuk lebih jelasnya penulis menyajikan operasionalisasi variabel yang diteliti dalam bentuk Tabel 3.1

Tabel 3.1
Operasional Variabel

VARIABEL	DEFINISI VARIABEL	INDIKATOR	UKURAN	SKALA
Biaya Produksi (X ₁)	Biaya produksi adalah biaya-biaya yang terjadi untuk mengolah bahan baku menjadi produk jadi yang siap untuk dijual (Mulyadi, 2018:14)	<ul style="list-style-type: none"> • Biaya bahan baku • Biaya tenaga kerja langsung • Biaya overhead pabrik 	Rupiah	Rasio
Biaya Promosi (X ₂)	Biaya promosi adalah biaya pemasaran atau biaya penjualan yang meliputi seluruh biaya yang diperoleh untuk menjamin pelayanan konsumen dan menyampaikan produk jadi atau jasa ke tangan konsumen. (Rangkuti, D. A. 2018:30)	<ul style="list-style-type: none"> • Biaya Periklanan • Biaya promosi penjualan • Biaya Hubungan masyarakat • Biaya Personal Selling • Biaya Direct & online marketing 	Rupiah	Rasio
Volume Penjualan (Y)	Volume penjualan adalah total penjualan yang dinilai dengan unit perusahaan dalam periode tertentu untuk mencapai laba maksimal sehingga dapat menunjang pertumbuhan perusahaan. Ngilimun, dkk (2019:229)	<ul style="list-style-type: none"> • Total barang terjual 	Unit	Rasio

3.2.2 Teknik Pengumpulan Data

Pada penelitian ini Teknik pengumpulan data melalui wawancara, observasi, dan dokumentasi. Menurut Sugiyono (2016:224-240):

1. Wawancara (*interview*)

Wawancara digunakan sebagai Teknik pengumpulan data apabila peneliti ingin melakukan studi pendahuluan untuk menemukan permasalahan yang harus

diteliti, tetapi juga apabila peneliti ingin mengetahui hal-hal dari responden yang lebih mendalam dan jumlah respondennya sedikit/kecil.

2. Observasi

Teknik pengumpulan data dengan observasi digunakan bila, penelitian berkenaan dengan perilaku manusia, proses kerja, gejala-gejala alam dan bila responden yang diamati tidak terlalu besar.

3. Dokumentasi

Dokumentasi merupakan catatan peristiwa yang sudah berlalu, Dokumen biasanya berbentuk tulisan, gambar, atau karya-karya monumental dari seseorang.

3.2.3 Jenis Data

Jenis data yang digunakan dalam penelitian ini meliputi dua jenis data, yaitu data primer dan sekunder. Menurut Sugiyono (2018:456):

1. Data Primer

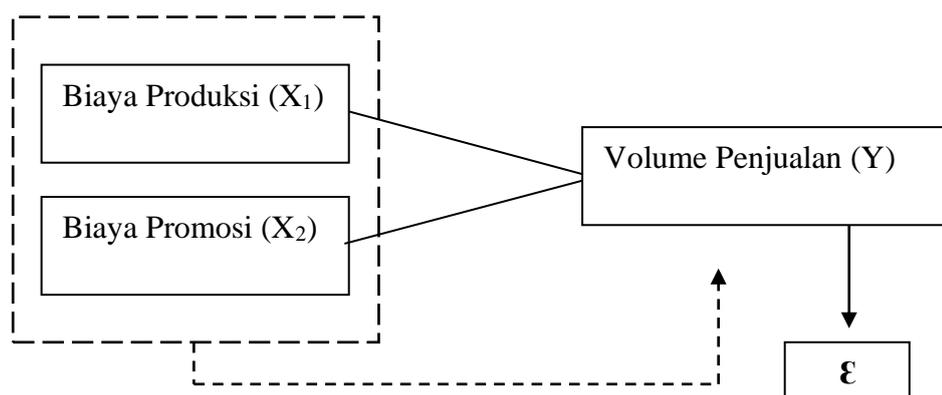
Data primer merupakan sumber data yang langsung memberikan data kepada pengumpul dari lapangan yaitu melalui survei lapangan atau observasi dan wawancara. Dalam pengambilan data primer ini, peneliti memperoleh dengan cara wawancara langsung.

2. Data Sekunder

Data sekunder merupakan data yang tidak langsung memberikan data kepada pengumpul data. Misalnya dalam bentuk tabel-tabel atau diagram.

3.3 Paradigma Penelitian

Berdasarkan uraian dalam kerangka pemikiran penulis menyajikan model atau paradigma penelitian mengenai Biaya Produksi dan Biaya Promosi terhadap Volume Penjualan, adalah sebagai berikut:



Gambar 3.2
Paradigma Penelitian

Keterangan:

X₁ : Biaya Produksi

X₂ : Biaya Promosi

Y : Volume Penjualan

————→ = Secara Parsial

- - - - -> = Secara Simultan

ε : Faktor lain yang penulis tidak teliti

3.4 Teknik Analisis Data

Menurut Sugiyono (2022:147) menyatakan bahwa: “Analisis data adalah pengelompokan data berdasarkan variabel dan jenis responden, menyajikan data

tiap variabel yang diteliti, melakukan perhitungan untuk menjawab rumusan masalah dan melakukan perhitungan untuk hipotesis yang telah diajukan.”

3.4.1 Uji Asumsi Klasik

Uji asumsi klasik bertujuan untuk mengetahui apakah model regresi benar-benar menunjukkan hubungan yang signifikan dan mewakili (representatif) maka model tersebut harus memenuhi uji asumsi klasik regresi yang meliputi:

3.4.1.1 Uji Normalitas Data

Uji normalitas menurut Ghozali (2021:196) bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi, variabel pengganggu atau residual memiliki distribusi normal. Seperti diketahui bahwa uji t dan F mengasumsikan nilai residual mengikuti distribusi normal. Jika asumsi ini tidak terpenuhi maka uji statistik menjadi tidak valid khususnya untuk ukuran sampel kecil. Dalam penelitian ini digunakan dua cara untuk melakukan uji normalitas data yaitu analisis grafik dan analisis statistik.

1. Analisis Grafik

Alat uji yang digunakan adalah menggunakan analisis grafik norma plot. Adapun dasar pengambilan keputusannya adalah:

- a. Jika data menyebar pada sekitar garis diagonal dan mengikuti arah garis diagonal atau grafik histogramnya, menunjukkan pola distribusi normal, maka model regresi memenuhi asumsi normalitas.
- b. Jika data tidak menyebar jauh dari garis diagonal dan tidak mengikuti arah garis diagonal atau grafik histogramnya, tidak menunjukkan pola distribusi normal, maka model regresi tidak memenuhi asumsi normalitas. (Ghozali, 2018:163)

2. Analisis statistik

Selain menggunakan grafik, penelitian ini juga menggunakan uji statistik dengan kolmogrov-Smirnov Z (1-Sampel K-S). Dasar pengambilan keputusan pada analisis Kolmogrov-Smirnov Z adalah sebagai berikut:

- a. Apabila nilai Asymp. Sig. (2-tailed) lebih besar dari 0,05 maka data terdistribusi secara normal.
- b. Apabila nilai Asymp. Sig. (2-tailed) lebih kecil dari 0,05 maka data tidak terdistribusi secara normal. (Gozali, 2018:163)

3.4.1.2 Uji Multikolinieritas

Uji multikolinieritas digunakan untuk menguji apakah antar variabel independent terdapat kolerasi. Jika ditemukan adanya kolerasi, maka terdapat masalah kolonieritas atau tidak adanya kolerasi. Pengujian multikolinieritas dapat dilakukan dengan metode *Tolerance value* (TOL) dan metode *Variance Inflation Factor* (VIF). Nilai TOL yang rendah sama dengan nilai VIF yang tinggi (Ghozali, 2018:107)

- a. Bila $VIF > 10$ dan $TOL < 0,1$, maka terdapat masalah multikolinearitas.
- b. Bila $VIF < 10$ dan $TOL > 0,1$, maka tidak terdapat masalah multikolonearitas.

3.4.1.3 Uji Autokorelasi

Menurut Ghozali (2013:137) Uji Autokorelasi ini bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi linear ada korelasi antara kesalahan pengganggu (residual) pada periode t dengan kesalahan pada periode t-1 (sebelumnya). Jika terjadi korelasi, maka dinamakan ada masalah autokorelasi. Autokorelasi muncul

karena observasi yang berurutan sepanjang waktu berkaitan satu sama lain. Masalah ini timbul karena residual (keasalahan pengganggu) tidak bebas dari satu observasi ke observasi lainnya. Hal ini sering ditemukan pada data runtun waktu atau time series karena “gangguan” pada seorang individu atau kelompok cenderung mempengaruhi “gangguan” pada individu atau kelompok yang sama pada periode berikutnya. Pada data *cross-section* (silang waktu), masalah autokoelasi relative jarang terjadi karena “gangguan” pada observasi yang berbeda berasal dari individu atau kelompok yang berbeda. Model regresi yang baik adalah regresi yang bebas dari autokorelasi. Salah satu cara untuk mengetahui ada atau tidaknya korelasi yaitu dengan melakukan uji *Run Test*.

3.4.1.4 Uji Heteroskedastisitas

Menurut Ghozali (2021:178) Uji heteroskedastisitas bertujuan untuk mengetahui atau menguji apakah model regresi ada atau terjadinya ketidaksamaan *variance* dari residual saat pengamatan ke pengamatan yang lain tetap berarti terjadi heteroskedastisitas. Model regresi yang baik jika terjadi heteroskedastisitas atau homoskedastisitas.

Untuk menguji terjadi atau tidaknya heteroskedastisitas dilakukan dengan Uji *glejser*, Adapun kriteria pengambilan keputusan adalah dengan melihat *probabilitas* sebagai berikut:

- a. Jika $P\text{-value} > 0,05$ maka tidak terjadi heteroskedastisitas.
- b. Jika $P\text{-value} < 0,05$ maka terjadi heteroskedastisitas.

3.4.2 Uji Regresi Linear Berganda

Menurut Ghozali (2021:8), analisis regresi linear berganda adalah suatu metode statistik untuk menguji pengaruh beberapa variabel independent terhadap suatu variabel dependen. Tujuan menggunakan Teknik analisis regresi linear berganda adalah untuk mengetahui adanya pengaruh atau hubungan secara linier antara variabel independent dengan variabel dependen. Adapun bentuk model yang akan diuji dalam penelitian ini yaitu:

$$Y = \alpha + B_1X_1 + B_2X_2 + \epsilon$$

Dimana:

Y = Volume Penjualan

α = Konstanta

B_1 = Koefisien Regresi Biaya Produksi

B_2 = Koefisien Regresi Biaya Promosi

X_1 = Biaya Produksi

X_2 = Biaya Promosi

ϵ = *Standar Error*

3.4.3 Koefisien Korelasi

Analisis koefisien korelasi berganda (R) digunakan untuk menerangkan kekuatan dan arah hubungan antara variabel independen dengan variabel dependen. Penulis menggunakan analisis korelasi berganda untuk mengukur kekuatan asosiasi (Hubungan) antara variabel independent dan variabel dependen. Berikut ini kriteria tingkat keeratan korelasi:

Tabel 3.2
Kriteria Tingkat Keeratan Kolerasi

Interval Koefisien	Tingkat Hubungan
0,00 – 0,199	Sangat Rendah
0,20 – 0,399	Rendah
0,40 – 0,599	Sedang
0,60 – 0,799	Kuat
0,80 – 1,000	Sangat Kuat

Sumber: Sugiyono (2019:242)

3.4.4 Koefisien determinasi (R^2)

Koefisien Determinasi (R^2) pada intinya mengukur seberapa jauh kemampuan model dalam menerangkan variasi variabel dependen. Nilai koefisien determinasi antara nol dan satu. Nilai R^2 yang lebih kecil berarti kemampuan-kemampuan variabel-variabel independent dalam menjelaskan variasi variabel dependen sangat terbatas. Menghitung koefisien determinasi R^2 .

$$R^2 = \frac{JK (Reg)}{\sum Y^2}$$

Dimana:

R^2 = Koefisien determinasi

JK (Reg) = Jumlah kuadrat regresi

$\sum Y^2$ = Jumlah kuadrat total dikoreksi

3.4.5 Uji hipotesis

Uji hipotesis adalah cara dalam statistika untuk menguji parameter populasi berdasarkan statistik dan populasinya, untuk diterima atau ditolak pada tingkat signifikan tertentu. Uji signifikansi secara umum merupakan prosedur untuk mengetahui seberapa besar signifikansi kebenaran suatu hipotesis nol (H_0) atau

untuk menentukan apakah sampel yang diamati berbeda secara nyata dari hasil-hasil yang diharapkan.

Penetapan hipotesis nol (H_0) adalah suatu hipotesis yang menyatakan bahwa tidak ada pengaruh antara variabel independent dan variabel dependen. Hipotesis alternatif (H_a) adalah suatu hipotesis yang menyatakan bahwa ada pengaruh antara variabel independent dan variabel dependen. Pengujian hipotesis ini dilakukan dengan Langkah-langkah sebagai berikut:

3.4.5.1 Penetapan Hipotesis Operasional

1. Secara Parsial

H_{01} : $\rho = 0$ Besarnya rasio Biaya Produksi tidak berpengaruh terhadap volume penjualan

H_{a2} : $\rho \neq 0$ Besarnya rasio Biaya Produksi berpengaruh terhadap Volume Penjualan

H_{01} : $\rho = 0$ Besarnya rasio Biaya Promosi tidak berpengaruh terhadap volume penjualan

H_{a2} : $\rho \neq 0$ Besarnya rasio Biaya Promosi berpengaruh terhadap Volume Penjualan

2. Secara Simultan

H_{03} : $\rho_{yx_1x_2} = 0$ Besarnya rasio Biaya Produksi dan Biaya Promosi tidak berpengaruh terhadap volume penjualan.

H_{a3} : $\rho_{yx_1x_2} \neq 0$ Besarnya rasio Biaya Produksi dan Biaya Promosi berpengaruh terhadap volume penjualan.

3.4.5.2 Penetapan Tingkat Signifikasi

Tingkat keyakinan dalam penelitian ini ditentukan sebesar 0.95 dengan tingkat kesalahan yang ditolerir alpha (α) sebesar 0.05. penentu alpha (α) sebesar 0.05 merujuk pada kelaziman yang digunakan secara umum dalam penelitian ilmu sosial, yang dapat dipergunakan sebagai kriteria dalam penelitian ilmu sosial, yang dapat dipergunakan sebagai kriteria dalam pengujian signifikasi hipotesis penelitian.

3.4.5.3 Uji Signifikansi

Untuk menguji signifikansi dilakukan dua pengujian, yaitu:

1. Secara parsial menggunakan (Uji t)

Menurut Imam Ghozali uji statistik t pada dasarnya menunjukkan seberapa jauh pengaruh satu variabel penjelas/independen secara individual dalam menerangkan variasi variabel independen.

Uji t dikenal dengan uji parsial, yaitu untuk menguji bagaimana pengaruh masing-masing variabel bebasnya secara sendiri-sendiri terhadap variabel terikatnya.

Sebelum korelasi digunakan untuk membuat kesimpulan, terlebih dahulu harus uji kebenaran koefisien (r). Untuk itu digunakan statistik “t” dengan rumus:

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

Dimana:

t = Distribusi t

r = Koefisien korelasi parsial

r^2 = Koefisien determinasi

n = Jumlah data

Dengan ketentuan sebagai berikut:

- a. Jika $t\text{-hitung} < t\text{-tabel}$ dan probabilitas $> 0,05$ maka H_0 diterima dan H_a ditolak. Artinya variabel bebas tidak berpengaruh terhadap variabel terikat.
 - b. Jika $t\text{-hitung} > t\text{-tabel}$ dan probabilitas $> 0,05$ maka H_0 ditolak dan H_a diterima. Artinya variabel bebas berpengaruh terhadap variabel terikat.
2. Secara simultan menggunakan Uji F

Menurut Imam Ghozali Uji statistik F pada dasarnya menunjukkan apakah semua variabel bebas yang dimasukkan dalam model mempunyai pengaruh secara bersama-sama terhadap variabel terikat. Untuk menguji kedua hipotesis ini digunakan uji statistik F:

Rumus Uji F adalah:

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

Dimana:

R^2 = Koefisien determinasi

k = Jumlah variabel independent

n = Jumlah data

- a. Taraf signifikansi $\alpha = 0,05$.
- b. Kriteria pengujian dimana H_a diterima apabila $P\text{ value} < \alpha$ dan H_a ditolak apabila $P\text{ value} > \alpha$.