

# **BAB I**

## **PENDAHULUAN**

### **1.1 Latar Belakang Pemilihan Judul**

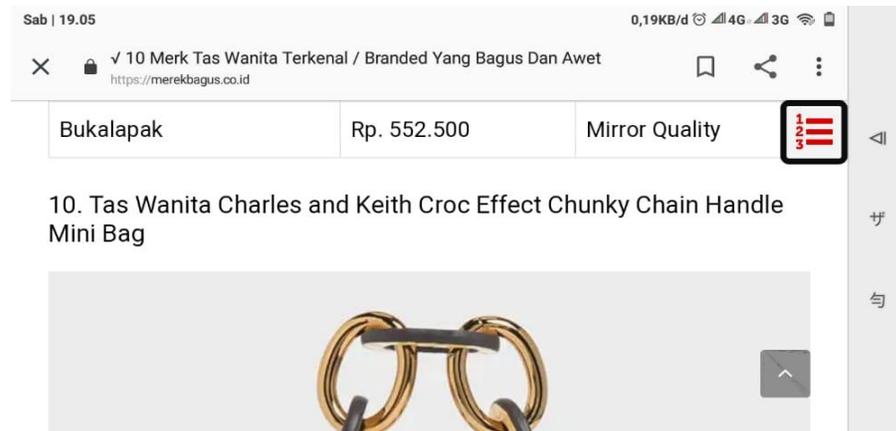
Kemajuaan dunia *fashion* semakin pesat dan beragam membuat banyak konsumen menginginkan berbagai produk *fashion*. Kata *fashion* dipakai untuk menjelaskan seseorang yang mempunyai *personal style*. Dunia *fashion* meliputi berbagai produk seperti tas, sepatu dan pakaian yang selalu menjadi kebutuhan dan keinginan banyaknya wanita. Kebutuhan dan keinginan atas berbagai produk seperti tas, sepatu dan pakaian tersebut meliputi dua jenis produk seperti *branded* (memiliki merek yang kuat) yang asli dan tiruan. Banyak wanita ingin selalu tampil menjadi pusat perhatian. Banyak sekali minat pembeli *fashion* mulai dari penjualan langsung maupun penjualan tidak langsung.

Menurut Kotler dan Amstrong (2016: 177) “Keputusan pembelian merupakan bagian dari perilaku konsumen yaitu studi tentang bagaimana individu, kelompok, dan organisasi memilih, membeli, menggunakan dan bagaimana barang, jasa, ide atau pengalaman untuk memuaskan kebutuhan dan keinginan mereka”.

Keputusan konsumen untuk membeli suatu produk didasarkan dengan keinginan atau rencana untuk menggunakan produk tersebut, selain itu produk yang banyak diminati oleh gadis remaja maupun ibu-ibu sosialita meliputi barang *branded* (merek yang pekat) asli. Kualitas produk dapat mempengaruhi keputusan pembelian konsumen, maka dari itu perusahaan harus teliti saat menjual produk sehingga selera konsumen sangat berpengaruh dalam mengelola kualitas suatu produk yang sesuai dengan keinginan konsumen. Kepuasan konsumen merupakan hal yang terpenting, maka dari itu harus memperhatikan kualitas produk tersebut.

Menurut Kotler dan amstrong dalam Sulistriyanto, (20014:24) “Kualitas produk merupakan kemampuan suatu produk untuk melakukan fungsi-fungsinya yang meliputi daya tahan, kehandalan, ketepatan, kemuahan, operasi dan perbaikan serta atributlainya”.

Gambar 1.1  
10 Merek Tas Wanita Terkenal/ Branded Yang Bagus dan Awet



Sumber : <https://merekbagus.co.id/tas-wanita/>

Berdasarkan gambar 1.1 dapat dilihat bahwa tas merek Charles & Keith termasuk 10 merek tas wanita terkenal/branded yang bagus dan awet. Charles & Keith merupakan produk dari luar negeri yang berasal dari Singapura. Olshop Fasfeb Tanjung Raja Kabupaten Ogan Ilir merupakan salah satu penjualan online melalui facebook dan Instagram yang menjual berbagai macam tas dengan merek Charles & Keith tetapi dengan tas KW. Pada umumnya terdapat 6 tingkatan dalam istilah KW itu sendiri, yaitu: KW Super Premium atau Grade Ori, KW Super AAA, KW super, KW Semi Super, KW 1, KW 2. Istilah KW sendiri memang ada sedikit perbedaan dengan “barang imitasi” dimana memang imitasi ini sangat erat kaitannya dengan “meniru”. Jika dalam konteks bisnis dahulu itu terkadang barang imitasi itu dilecehkan” dan barang yang *branded* itu “dipuja”, maka era digital sekarang berbeda. Faktanya terdapat lebih dari 250 merek asli Indonesia yang bertahan merupakan tiruan kategori dan bentuk. Maka dari itulah untuk istilah imitasi pun sebenarnya memiliki tingkatannya masing-masing, yaitu Imitasi inferior (tidak sebagus produk yang ditiru, Dengan Taste dan daya beli yang lebih rendah, “Imitasi” = jelek & murahan”), imitasi mirip (Berupaya meniru sesuatu produk sedekat mungkin), tidak diupayakan lebih baik, tapi usahakan tidak terlalu lebih buruk dan imitasi

superior (Produk yang justru lebih bagus dari produk yang di tiru, dibuat demikian supaya lebih menarik segmen-segmen dengan selera dan daya beli yang lebih tinggi).

Menurut Owner Olshop Fahshfeb, (2021) “kinerja dari olshop fashfeb sangatlah berpengaruh karena banyaknya konsumen mengetahui Olshop Fashfeb melalui penjualan online facebook dan instagram selain itu daya tahan dari produk tas merek Charless & Keith KW yang dijual oleh Olshop Fashfeb bertahan melebihi 2 tahun fitur dari tas merek Charless & Keith KW memiliki daya tarik bagi konsumen karena produk tas Charless & Keith KW tidak jauh beda dengan produk asli”.

Dari hasil wawancara kepada konsumen Olshop Fashfeb. Menurut Yunita, (2021) “tas merek Charless & Keith yang kw memiliki kualitas produk yang tidak jauh beda dengan produk asli karena sama memiliki jahitan yang rapi”.

Olshop Fashfeb tentunya tengah berupaya bersaing memenangkan persaingan pasar untuk menghadapi persaingan yang cukup banyak bergerak dibidang tersebut. Olshop Fashfeb masih mengalami fluktasi penjualan. Untuk lebih jelas dapat dilihat tingkat penjualan pada Olshop Fashfeb Tanjung Raja Kabupaten Ogan Ilir selama tiga tahun terakhir (2018-2021) pada tabel berikut.

**Tabel 1.1**  
**Target dan Realisasi Penjualan Olshop Fashfeb Tanjung Raja Kabupaten Ogan**  
**Iilir priode Januari 2018 s.d Mei 2021.**

Bulan	Realisai Penjulan Tahun				Target Penjualan Setiap bulan.
	2018	2019	2020	2021	
Januari	1.350.000	1.600.000	4.000.000	1.500.000	Rp 500.000
Februari	1.000.000	2.000.000	780.000	800.000	
Maret	3.280.000	4.900.000	5.769.000	789.000	
April	4.090.000	4.360.000	3.540.000	3.268.000	
Mei	6.000.000	5.870.000	7.000.000	5.987.000	
Juni	8.510.000	9.000.000	6.430.000	6.567.000	
Juli	1.000.000	830.000	1.200.000		
Agustus	2.340.000	1.700.000	673.000		
Oktober	500.000	3.200.000	2.000.000		
September	3.370.000	3.500.000	3.267.000		
November	700.000	1.000.000	890.000		
Desember	5.550.000	7.342.000	5.000.000		

*Sumber : Olshop Fasfeb Tanjung Raja, 2021*

Dari Table 1.1 dapat dilihat bahwa realisasi penjualan pada Olshop Fashfeb Tanjung Raja Kabupaten Ogan Iilir mencapai target yang di inginkan teralisasi Rp 500.000 perbulan, ada pun pencapaian target melebihi realisasi yaitu bulan-bulan yang menjelang hari raya dan akhir tahun dan juga pada saat banyaknya hari pesta pernikahan. Tercapainya volume setiap bulan mengindikasikan bahwa keputusan pembeli meningkat setiap bulannya. Maka dari itu, peneliti ingin meneliti pengaruh kualitas produk melalui dimensi kualitas yang telah di tetapkan untuk membuktikan adanya kualitas produk yang baik yang dicerminkan dari target penjualan yang selalu tercapai.

Maka dari itu penulis tertarik untuk meneliti dan membahas lebih lanjut dalam bentuk penelitian yang diberi judul **“Pengaruh Dimensi Kualitas Produk Tas Merek Charless & Keith (CK) KW Terhadap Keputusan Pembelian (Studi Kasus Olshop Fashfeb Tanjung Raja Kabupaten Ogan Ilir)”**.

## **1.2 Rumusan Masalah**

Berdasarkan latar belakang yang telah dikemukakan, maka rumusan masalah dalam penulisan ini, adalah Apakah dimensi kualitas produk berpengaruh terhadap keputusan pembelian pada Olshop Fashfeb Tanjung Raja Kabupaten Ogan Ilir?

## **1.3 Ruang Lingkup Pembahasan**

Agar penulis laporan ini lebih terarah serta tidak terjadi penyimpangan dari permasalahan yang ada. Adapun ruang lingkup pembahasan dari penelitian ini adalah Pengaruh Dimensi Kualitas Produk Tas Merek Charless & Keith (CK) KW terhadap Keputusan Pembeli (studi kasus Olshop Fashfeb Tanjung Raja Kabupaten Ogan Ilir).

## **1.4 Tujuan dan Manfaat Penulisan**

### **1.4.1 Tujuan Penulisan**

Sesuai dengan permasalahan diatas, maka tujuan penelitian adalah sebagai berikut: untuk mengetahui seberapa besar pengaruh dimensi kualitas produk tas merek Charless & Keith (CK) KW terhadap keputusan pembeli pada Olshop Fashfeb Tanjung Raja Kabupaten Ogan Ilir.

### **1.4.2 Manfaat Penulisan**

Manfaat dalam pelaksanaan penelitian ini ialah sebagai berikut:

#### **a. Bagi Perusahaan**

Penelitian ini dapat memberikan informasi yang disertai saran mengenai berbagai permasalahan yang berhubungan dengan kualitas produk serta bagaimana pengaruh kualitas produk terhadap keputusan pembeli. Maka dari itu, diharapkan saran tersebut dapat menjadi referensi untuk mengintropeksi kekurangan dari perusahaan dan memperbaikinya.

b. Bagi Penulis

Penelitian ini merupakan studi yang dilakukan penulis dengan mengetahui secara langsung tentang kondisi nyata. Penulis diharapkan mampu meningkatkan pengetahuan mengenai pengaruh kualitas produk terhadap minat beli konsumen.

c. Bagi Pembaca

Hasil penelitian ini diharapkan dapat menjadi referensi untuk mengetahui pemasaran perusahaan terutama yang berkaitan dengan kualitas produk.

## **1.5 Metode Penelitian**

### **1.5.1 Ruang Lingkup**

Untuk mempermudah penulis dalam membuat laporan ini, maka penulis membatasi ruang lingkup penelitian. Penelitian dilakukan pada Olshop Fashfeb, yang beralamat Jl. Demang saleh No. 058 Tanjung Raja Utara Kecamatan Tanjung Raja Kabupaten Ogan Ilir Provinsi Sumatera Selatan. Mengenai pengaruh dimensi kualitas produk terhadap keputusan pembelian tas merek Charless & Keith KW (studi kasus Olshop Fashfeb Tanjung Raja Kabupaten Ogan Ilir).

### **1.5.2 Jenis dan Sumber Data**

Pada penelitian ini penulis akan mengelola data dengan menggunakan data primer dan data sekunder sebagai sumber data.

Pengertian data primer dan data sekunder adalah sebagai berikut:

1. Data Primer

Menurut Sugiyono, (2018:213) “Data primer adalah data yang langsung memberikan data pada pengumpulan data”. Data primer dalam penelitian ini diperoleh langsung oleh penulis dari hasil kuisioner yang diberikan kepada konsumen Olshop Fashfeb Tanjung Raja Kabupaten Ogan Ilir.

## 2. Data Sekunder

Menurut Sugiyono, (2018:213) “Data sekunder adalah sumber data yang tidak langsung memberikan data kepada pengumpulan data. Misalnya lewat orang lain atau lewat dokumen”. Data sekunder yang digunakan dalam penelitian ini dapat melalui studi pustaka dengan menggunakan jurnal-jurnal penelitian yang dapat menunjang penelitian yang berhubungan dengan penelitian ini.

### 1.5.3 Metode Pengumpulan Data

Pengumpulan data dilakukan dengan menggunakan Teknik:

#### 1. Kuesioner (Questionnaire)

Menurut Sugiyono, (2016:219) “Kuisisioner merupakan teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan cara memeberikan seperangkat pertanyaan atau pernyataan tertulis kepada koresponden untuk dijawabnya”.

Dalam hal ini penulis memberikan kuisisioner kepada pembeli Olshop Fashfeb Tanjung Raja Kabupaten Ogan Ilir. Hasil kuisisioner inilah yang akan dijadikan bahan sebagai pembahasan dari permasalahan.

#### 2. Wawancara (Interview)

Menurut Yusi dan Idris (2016:114) “Wawancara adalah percakapan dua arah atas inisiatif, pewawancara untuk memperoleh informasi dari responden”. Dalam hal ini penulis melakukan Tanya jawab langsung kepada pemilik Olshop Fashfeb Tanjung Raja Kabupaten Ogan Ilir mengenai ruang lingkup kegiatan pemasaran yang digunakan oleh Olshop guna menambah data yang diperlukan dalam pembuatan laporan akhir ini.

### 3. Riset Kepustakaan (Library Research)

Yaitu teknik pengumpulan data dengan cara membaca dan mempelajari buku, internet dan sebagainya mengenai hal-hal dan masalah yang sedang dibahas.

## 1.5.4 Populasi dan Sample

### a. Populasi

Menurut Sugiyono, (1997: 57) “Populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri atas objek/subjek yang memiliki kuantitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya”.

Populasi dalam penelitian ini adalah konsumen yang berbelanja di Olshop Fashfeb Tanjung Raja Kabupaten Ogan Ilir.

### b. Sample

Menurut Sugiyono, (2008: 118) “Sampel adalah suatu bagian dari keseluruhan serta karakteristik yang dimiliki oleh sebuah Populasi”. Jika Populasi tersebut besar, sehingga para peneliti tentunya tidak memungkinkan untuk mempelajari keseluruhan yang terdapat pada populasi tersebut oleh karena beberapa kendala yang akan di hadapkan nantinya seperti: keterbatasan dana, tenaga dan waktu. Maka dalam hal ini perlunya menggunakan sampel yang diambil dari populasi itu. Dan selanjutnya, apa yang dipelajari dari sampel tersebut maka akan mendapatkan kesimpulan yang nantinya diberlakukan untuk populasi. Oleh karena itu sampel yang didapatkan dari populasi memang harus benar-benar representatif (mewakili).

Menurut Sugiyono, (2018:149) Rosoe memberikan saran-saran tentang ukuran sampel seperti berikut ini:

- a. Ukuran sampel yang layak dalam penelitian adalah antara 30 sampai dengan 500.
- b. Bila sampel dibagi dalam kategori (Misalnya: pra-wanita, pegawai negeri-swasta dan lain-lain) maka jumlah anggota sampel setiap kategori minimal 30.

- c. Bila didalam peneliti melakukan analisis dengan multivariate (korelasi atau regresi ganda misalnya), maka jumlah anggota sample minimal 10 kali dari jumlah variable yang diteliti. Misalnya variable penelitiannya ada 5 (Independen + Dependen), maka jumlah anggota sample =  $10 \times 5 = 50$ .

Untuk penelitian eksperimen yang sederhana, yang menggunakan kelompok eksperimen dan kelompok control, maka jumlah anggota sample masing-masing antara 10 s.d 20.

Untuk menentukan jumlah sampel yang akan di teliti pada konsumen Olshop Fashfeb Tnajung Raja Kabupaten Ogan Ilir, penulis menggunakan saran nomor 3, dikarenakan penulis menggunakan analisis dengan multivariate (kolerasi atau regresi ganda).

Berikut ini rumus untuk menentukan sample :

Rumus Roscoe:

$$n = (\text{Variabel X} + \text{Variabel Y}) \times 10$$

Keterangan:

N : Ukuran Sampel

Variabel X : Dimensi Kualitas Produk

Variabel Y : Keputusan Pembeli

Maka penentuan sampel pada penelitian ini ialah:

Dimana:

X1 = Kinerja

X2 = Daya Tahan

X3 = Keseuaiaan dengan spesifikasi

X4 = Fitur

X5 = Reabilitas

X6 = Estetika

X7 = Kesan Kualitas

Y = Keputusan Pembeli

Maka perhitungan dengan menggunakan rumus Roscoe adalah sebagai berikut:

$$n = (\text{Variabel X} + \text{Variabel Y}) \times 10$$

$$n = (7+1) \times 10$$

$$n = 80$$

jadi, jumlah yang dapat diperhitungkan dengan menggunakan rumus Roscoe ialah sebesar 80 responden sebagai sampel penelitian.

### c. Teknik Sampling

Teknik pengambilan sampel ini ialah teknik sampling insidental yaitu pelanggan yang berdasarkan kebetulan yang sedang berbelanja karena tidak semua jumlah populasi sama setiap harinya.

Menurut Sugiyono (2009:85) “Accidental Sampling adalah teknik penentuan sampel berdasarkan kebetulan, yaitu konsumen yang secara kebetulan/insidental bertemu dengan peneliti dapat digunakan sebagai sampel, bila dipandang orang yang kebetulan ditemui itu cocok sebagai sumber data”.

Teknik sampling yang digunakan oleh peneliti ialah konsumen yang sedang berbelanja di Olshop Fashfeb Tanjung Raja Kabupaten Ogan Ilir secara kebetulan.

### 1.5.5 Operasi Variabel

Menurut Sugiyono (2015:38) ”suatu atribut atau sifat atau nilai dari obyek atau kegiatan yang memiliki variasi tertentu yang telah ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya”.

Dalam penelitian ini, terdapat dua variabel yang mencakup didalam judul yaitu variabel bebas dan variabel terkait.

Menurut Sugiyono, (2016:42) “Variabel bebas (independent variable) adalah variabel yang menjelaskan atau mempengaruhi variabel yang lain. Sedangkan, variabel terkait (dependent variable) adalah variabel yang dijelaskan atau dipengaruhi oleh variabel independent”.

Berdasarkan judul penelitian yang diambil yaitu “Pengaruh Dimensi Kualitas produk terhadap Keputusan Pembelian tas merek Charless & Keith (CK) KW (Studi kasus pada Olshop Fashfeb Tanjung Raja Kabupaten Ogan Ilir)”, maka terdapat variable yang akan digunakan yaitu:

**Tabel 1.2**  
**Operasional Variable**

Variable	Indikator Variable	Sumber
Kualitas Produk	1. Kinerja 2. Daya Tahan 3. Kesesuaian dengan Spesifikjasi 4. Fitur 5. Realibiloitas 6. Estetika 7. Kesan Kualitas	Orvile, Larreche dan Boyd dalam wati (2013:4)
Keputusan Pembelian	1. Keputusan pembelian	Kotler dan keller (2012:184)

### 1.5.6 Analisis Data

#### a. Metode Kualitatif

Menurut Yusi dan Idris, (2016:5) “Metode kualitatif merupakan teknik penganalisaan yang tidak dapat diukur dalam skala numeric”. Penulis memperoleh berbagai data kemudian menganalisanya menggunakan literature buku yang ada kaitanya dengan permasalahan yang ada

#### b. Metode Kuantitatif

Menurut Yusi dan Idris, (2009;102) “Data kuantitatif adalah data yang diukur dalam skala numeric”. Penulis menggunakan analisis data kuantitatif (angka/hitungan) sebagai bahan dasar untuk menghitung jumlah jawaban responden terhadap kuisisioner yang diberikan. Penulis

mengumpulkan dan mengelolah data yang diperoleh dari kuisisioner yang telah disebarkan dengan menggunakan perhitungan skala likert. Menurut Sugiyono (2014: 132) “Skala Likert digunakan untuk mengukur sikap, pendapat, dan persepsi seseorang atau sekelompok orang tentang fenomena sosial.” Hasil jawaban yang didapat akan dihubungkan dengan bentuk pernyataan yang diungkapkan dengan kata-kata sebagai berikut.

**Tabel 1.2**  
**Skala Likert**

<b>Faktor yang mempengaruhi</b>	<b>Keterangan</b>	<b>Bobot Nilai</b>
SS	Sangat Setuju	5
S	Setuju	4
R	Ragu	3
TS	Tidak Setuju	2
STS	Sangat Tidak Setuju	1

*Sumber: Sugiyono(2018:153)*

Dengan menggunakan skala likert, maka variable yang akan diukur dijabarkan menjadi indicator sebagai titik tolak untuk menyusun item instrument yang berupa pernyataan yang perlu dijawab oleh responden.

a. Uji Validitas dan Realibilitas Variabel

1. Validitas

Menurut Yusi dan Idris (2016:92) “Validitas adalah suatu ukuran yang menunjukkan tingkat-tingkat kevalidan atau kesahihan instrumen”.

Jadi, uji validitas dilakukan untuk memastikan pertanyaan-pertanyaan pada kuisisioner sudah tepat dan tidak perlu untuk diperbaiki serta dapat digunakan untuk analisis selanjutnya.

Cara penilaiannya dengan melihat r table dan mencari nilai r hitung dari hasil kuisioner. Melihat r table dengan cara  $Df = \text{Jumlah responden} - 2$ . Apabila nilai r hitung  $> r$  table maka instrumen tersebut dapat dinyatakan valid. Sebaliknya, apabila r hitung  $< r$  table maka instrument tersebut dinyatakan tidak valid.

## 2. Uji Reabilitas

Menurut Sugiyono (2014:269 ) “suatu data dinyatakan reliable apabila dua atau lebih peneliti dalam kurun waktu berbeda menghasilkan data yang sama, atau sekelompok data bila dipecah menjadi dua menunjukkan data yang tidak berbeda”.

Uji realibilitas dalam penelitian ini menggunakan bantuan program SPSS 25 for windows.

Adapun kriteria pengujian reabilitas adalah:

1. Jika nilai koefisien reabilitas (Croanbach's Alpha)  $> 0,6$  maka instrument memiliki reabilitas yang baik atau dengan kata lain instrument ialah reliable atau percaya.
2. Jika koefisien reabilitas (Croncoach's Alpha)  $< 0,6$  maka instrument yang diuji tidak reliable.

Jadi, uji reabilitas merupakan alat yang digunakan untuk mengukur suatu kuisioner yang merupakan indikator dari variable. Uji Reabilitas dilakukan untuk menunjukkan alat ukur yang digunakan dapat dipercaya dan tetap konsisten jika pengukuran dilakukan lebih dari satu kali. Hasil pengujian dapat dilihat dari crounch's alpha. Apabila nilai croncoach's alpha lebih besar dari r table, maka instrumen tersebut dapat dikatakan reliable atau konsisten. Sebaliknya, apabila nilai croncbach's alpha laebih kecil dari r table, maka instrumen tersebut dikatakan tidak konsisten.

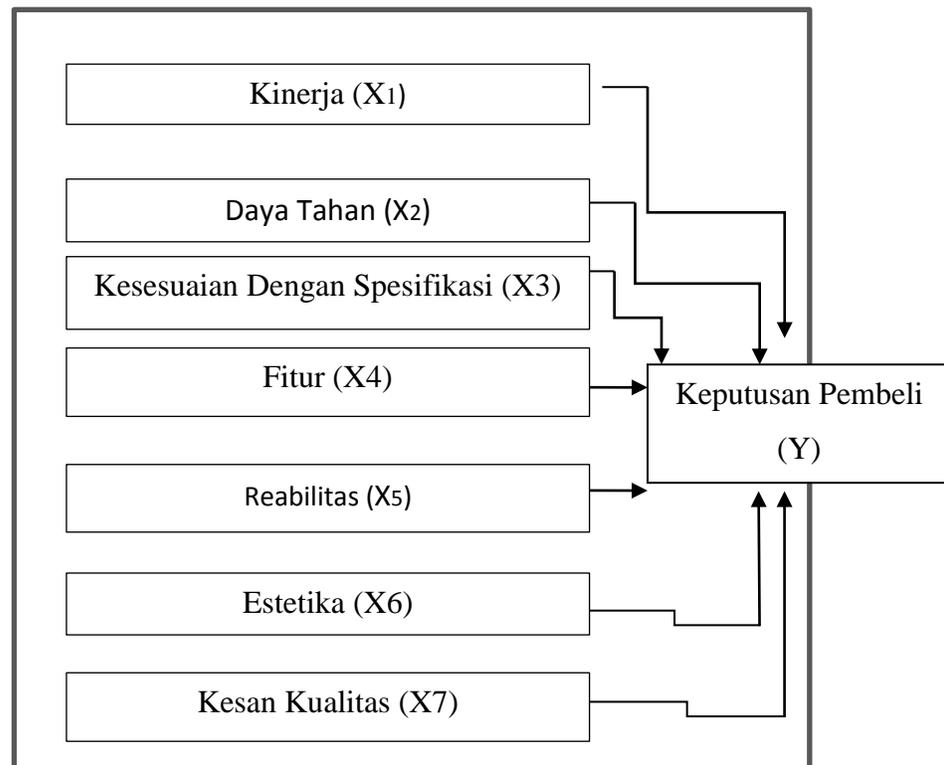
### c. Teknik Pengolahan Data

Teknik yang digunakan ialah teknik analisis statistik, melalui program komPuter Excel Statistic Analysis & SPSS 22.0.

Variabel-variabel dalam penelitian ini terdiri dari 2 (tiga) variable, yaitu sebagai berikut:

1. Variabel bebas (Independent) yaitu kualitas Produk
2. Variabel terikat (Dependent) yaitu Keputusan Pembeli

Gambar 1.2  
Kerangka Berpikir



Menurut Sugiyono, (2009:96) “hipotesis merupakan jawaban sementara terhadap rumusan masalah penelitian, dimana rumusan masalah penelitian telah dinyatakan dalam bentuk pertanyaan”.

Hipotesis dirumuskan berdasarkan kerangka berpikir yang merupakan jawaban sementara atas masalah yang dirumuskan.

#### d. Regresi Linear Berganda

Menurut Suyono, (2018:05) “regresi sederhana adalah model probalistik yang menyatakan hubungan linear antara dua variabel di mana salah satu variabel dianggap mempengaruhi variabel yang lain. Variabel yang mempengaruhi dinamakan variabel independen (bebas) dan variabel yang dipengaruhi dinamakan variabel dependen (terikat)”.

Penulis menggunakan persamaan regresi linear berganda untuk mengetahui apakah Dimensi kualitas produk mempengaruhi keputusan pembeli. Adapun rumus regresi linear berganda adalah sebagai berikut:

$$Y = a + b_1X_1 + b_2X_2 + b_3X_3 + b_4X_4 + b_5X_5 + b_6X_6 + b_7X_7 + e$$

Keterangan:

Y = Keputusan Pembeli

B<sub>1</sub>, b<sub>2</sub> = Koefisien regresi

e = error term

X<sub>1</sub> = Kinerja

X<sub>2</sub> = Daya Tahan

X<sub>3</sub> = Kesesuaian dengan spesifikasi

X<sub>4</sub> = Fitur

X<sub>5</sub> = Reabilitas

X<sub>6</sub> = Estetika

X<sub>7</sub> = Kesan Kualitas

#### e. Uji t (Parsial)

Menurut Gozhali (2016:97), “Uji t pada dasarnya menunjukkan seberapa jauh pengaruh satu variabel independen secara individual terhadap variabel dependen”. Cara melakukan uji F adalah dengan melihat t table dan mencari nilai t hitung. Jika nilai t hitung > tabel, maka terdapat pengaruh variabel X secara parsial terhadap variabel Y.

Sebaliknya, jika nilai  $t$  hitung  $< t$  table, maka tidak terdapat pengaruh variable  $X$  secara parsial terhadap variable  $Y$ .

Uji  $t$  digunakan untuk menguji secara parsial masing-masing variabel. Jika probabilitas nilai  $t$  atau signifikansi  $< 0,05$ , maka dapat dikatakan bahwa terdapat pengaruh antara variabel bebas terhadap variabel terikat. Namun jika probabilitas nilai  $t$  atau signifikansi  $> 0,05$  maka akan dapat dikatakan bahwa tidak terdapat pengaruh yang signifikan antara masing-masing variabel bebas terhadap variabel terikat. Untuk menguji signifikansi regresi digunakan  $t$ -hitung. Prosedur yang harus dilalui untuk melakukan uji  $t$  adalah sebagai berikut:

- a) Menentukan hipotesis awal dan hipotesis alternatifnya
- b) Menentukan tingkat signifikansi 5%
- c) Membuat kesimpulan

**f. Uji F (Simultan)**

Menurut Ghozali (2016:98), “Uji  $F$  pada dasarnya menunjukkan apakah semua variable independen atau bebas yang dimasukkan dalam model mempunyai pengaruh secara bersama-sama terhadap variable dependen atau terkait”.

Cara melakukan uji  $F$  adalah dengan melihat  $F$  table dan mencari nilai  $F$  hitung. Jika nilai  $F$  hitung  $> F$  table, maka terdapat pengaruh variable  $X$  secara simultan terhadap variable  $Y$ . Sebaliknya, jika nilai  $F$  hitung  $< F$  table, maka tidak terdapat pengaruh variable  $X$  secara simultan terhadap variabel  $Y$ . Uji  $F$  digunakan untuk mengetahui variabel bebas secara bersama-sama (simultan) terhadap variabel terikat. Uji  $F$  dilakukan untuk melihat signifikan variabel-variabel bebas terhadap variabel terikat.

Kriteria pengambilan keputusan:

$H_0$  diterima  $H_a$  ditolak jika  $F$  hitung  $< F$  table pada  $\alpha = 5\%$

$H_0$  ditolak dan  $H_a$  diterima jika  $F$  hitung  $> F$  table pada  $\alpha = 5\%$

Ho diterima, artinya secara simultan tidak terdapat pengaruh positif dan signifikan antara variabel bebas terhadap variabel terikat.

Ha diterima, artinya, secara simultan terdapat pengaruh positif dan signifikan antara variabel bebas terhadap variabel terkait.