

BAB III

METODELOGI PENELITIAN

A. Jenis Penelitian

Berdasarkan permasalahan yang diambil oleh penulis dalam penelitian ini, maka penelitian ini diklasifikasikan kedalam penelitian kuantitatif. penulis menggunakan pendekatan kuantitatif untuk menganalisis pengaruh kualitas produk dan harga terhadap keputusan pembelian konsumen di toko Umma Jilbab Pringsewu.

(Sugiyono, 2017), Sugiyono menjelaskan bahwa penelitian kuantitatif adalah metode penelitian yang berlandaskan pada pengukuran yang bersifat numerik dan analisis statistik. Penelitian ini bertujuan untuk menguji hipotesis yang telah ditetapkan sebelumnya dan mengukur hubungan antar variabel.

B. Definisi Operasional Variabel

Definisi operasional variabel adalah penjabaran konkret mengenai bagaimana suatu variabel akan diukur dan diamati dalam suatu penelitian. Definisi ini berfungsi agar variabel yang bersifat abstrak dapat diukur secara objektif dan konsisten sehingga data yang diperoleh dapat dianalisis dengan tepat.

Menurut Nurdin & Dra Sri Hartati, (2019:122) definisi operasional adalah mendefinisikan variabel secara operasional berdasarkan

karakteristik yang diamati yang memungkinkan peneliti untuk melakukan observasi atau pengukuran secara cermat terhadap suatu objek atau fenomena.

Table 3.1
Definisi Operasional Variabel

Variabel	Konsep Variabel	Indikator	Definisi
Keputusan pembelian (Y)	Proses pengambilan keputusan oleh konsumen untuk membeli suatu produk atau jasa dimulai dengan kesadaran akan kebutuhan atau keinginan yang harus dipenuhi, serta pengenalan terhadap masalah yang ada.	Informasi produk.	Indikator ini menunjukkan bahwa konsumen merasa yakin untuk melakukan pembelian setelah mendapatkan informasi yang cukup mengenai produk.
		Merek yang paling disukai.	Indikator ini menekankan pentingnya preferensi merek dalam keputusan pembelian.
		Keinginan dan kebutuhan.	Indikator ini menunjukkan bahwa keputusan pembelian sering kali didasarkan pada kesesuaian produk dengan kebutuhan dan keinginan konsumen.
		Rekomendasi dari orang lain.	Indikator ini mencerminkan pengaruh sosial dalam keputusan pembelian.
Kualitas Produk(X1)	Kualitas produk merupakan hasil perpaduan antara karakteristik, fitur,	Bentuk (<i>aesthetic</i>)	Berkaitan dengan tampilan, bunyi, rasa, maupun bau suatu produk.

	dan kemampuan suatu produk dalam memenuhi keinginan serta harapan konsumen.	Ketahanan (<i>durability</i>)	Jangka waktu penggunaan produk sampai waktunya habis, lamanya produk dapat bekerja dengan baik, dan bagaimana produk dapat bertahan dalam kondisi yang tidak menguntungkan seperti cuaca, penggunaan berlebih atau salah dalam penggunaannya. Juga termasuk garansi.
		Keandalan (<i>reliability</i>)	Berhubungan dengan kemungkinan sebuah produk dapat bekerja secara memuaskan pada waktu dan kondisi tertentu.
		Kemudahan penggunaan (<i>ease of use</i>)	Kemampuan konsumen untuk menghidupkan dan mengoperasikan suatu produk sesuai dengan kejelasan pada alat tersebut maupun instruksi atau cara pakai.
		Desain (<i>design</i>)	Dimensi yang unik dan banyak menawarkan aspek emosional dalam mempengaruhi kepuasan pelanggan.
Harga (X2)	Nilai yang harus dibayarkan oleh konsumen untuk memperoleh barang atau jasa, yang mencerminkan manfaat yang diterima.	Keterjangkauan	Menunjukkan seberapa mudah konsumen dapat membeli produk berdasarkan harga yang ditawarkan.
		Mutu produk	Menekankan pentingnya hubungan antara harga dan kualitas produk.

		Daya persaingan	Mengacu pada kemampuan harga produk untuk bersaing dengan produk serupa di pasar.
		Kegunaan produk	Menunjukkan bahwa harga harus mencerminkan nilai atau manfaat yang diberikan oleh produk kepada konsumen.

C. Populasi, Sampel dan Teknik Sampling Penelitian

1. Populasi

Menurut (Sugiyono, 2020:126) populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri atas obyek atau subyek yang mempunyai kuantitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya. Jadi, populasi bukan hanya orang tetapi juga obyek dan benda- benda alam yang lain. Populasi juga bukan sekedar jumlah yang ada pada obyek atau subyek yang dipelajari, tetapi meliputi seluruh karakteristik atau sifat yang dimiliki oleh subyek atau obyek itu.

Adapun yang menjadi populasi dalam penelitian ini adalah konsumen yang telah membeli produk atau barang di Umma Jilbab Pringsewu yang tidak diketahui populasinya.

2. Sampel

Menurut Sugiyono, (Sugiyono, 2020:127) sampel adalah bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi

tersebut. Bila populasi besar dan peneliti tidak mungkin mempelajari semua yang ada pada populasi, misalnya karena keterbatasan dana, tenaga dan waktu maka peneliti dapat menggunakan sampel yang diambil dari populasi itu. Apa yang dipelajari dari sampel itu, kesimpulannya akan dapat diberlakukan untuk populasi. Untuk itu sampel yang diambil dari populasi harus betul-betul representatif (mewakili).

3. Teknik Sampling

Menurut (Sugiyono, 2020:128) teknik *sampling* merupakan teknik pengambilan keputusan sampel yang akan digunakan dalam penelitian, terdapat beberapa teknik sampling yang digunakan diantaranya yaitu *probability sampling* dan *non probability sampling*.

Menurut (Sugiyono, 2020:131) metode *non probability sampling* digunakan dalam penelitian ini, yaitu metode atau teknik pengambilan sampel yang tidak memberikan peluang atau kesempatan yang sama bagi setiap unsur anggota populasi untuk dipilih menjadi sampel.

Menurut (Sugiyono, 2020:133) *sampling purposive* adalah teknik penentuan sampel dengan menggunakan pertimbangan tertentu.

Menurut (Sugiyono, 2020:136) bila jumlah populasi dalam penelitian tidak diketahui secara pasti jumlahnya, maka perhitungan jumlah sampel dapat menggunakan rumus *Cochran* dengan bantuan SPSS versi 26 yaitu sebagai berikut:

$$N = \frac{z^2 pq}{e^2}$$

Keterangan :

N : Jumlah sampel akan yang diperlukan

Z : Harga kurve normal untuk simpangan 5%, dengan nilai 1,96

P : Peluang yang benar 50% = 0,5

q : Peluang yang salah 50% = 0,5

e : Tingkat kesalahan dari sampel (*sampling error*) ditetapkan sebesar 10%

Berdasarkan rumusan di atas, maka dapat diperoleh jumlah sampel sebagai berikut:

$$N = \frac{(1,96)^2(0,5)(0,5)}{(0,1)^2}$$

$$N = \frac{(3,84)(0,25)}{0,01}$$

$$N = \frac{0,96}{0,01} = 96$$

D. Teknik Pengumpulan Data

Menurut (Sugiyono, 2020:296) teknik pengumpulan data merupakan langkah yang paling utama dalam penelitian, karena tujuan utama dari penelitian adalah mendapatkan data. Tanpa mengetahui teknik pengumpulan data, maka peneliti tidak akan mendapatkan data yang memenuhi standar data yang diterapkan. Dalam penelitian ini instrumen yang digunakan dalam pengambilan data baik variabel bebas dan variabel

terikat adalah dokumentasi dan kuesioner. Kemudian disusun berdasarkan pernyataan seputar variabel yang diteliti.

1. Dokumentasi

Menurut (Sugiyono, 2020:314) dokumen merupakan catatan peristiwa yang sudah berlalu. Dokumen bisa berbentuk tulisan, gambar atau karya-karya monumental dari seseorang. Dokumen yang berbentuk tulisan misalnya catatan harian, sejarah kehidupan, ceritera, biografi, peraturan dan kebijakan. Dokumen yang berbentuk gambar misalnya, foto, gambar hidup, sketsa dan lain-lain. Dokumen yang berbentuk karya misalnya karya seni, yang dapat berupa gambar, patung, film dan lain-lain.

Melalui metode dokumentasi, peneliti dapat mengetahui profil, jenis produk yang dijual, kualitas produk dan harga yang dijual. Dokumentasi dalam penelitian ini diambil dari toko Umma Jilbab Pringsewu dan data diperoleh dari profil, visi misi dan struktur keanggotaan Umma Jilbab Pringsewu.

2. Kuesioner

Menurut (Sugiyono, 2020:199) kuesioner merupakan teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan cara memberi seperangkat pertanyaan atau pernyataan tertulis kepada responden untuk dijawabnya. Kuesioner dapat berupa pertanyaan/pernyataan tertutup

atau terbuka, dapat diberikan kepada responden secara langsung atau dikirim melalui internet maupun pos.

Dengan kata lain, para peneliti dapat melakukan pengukuran bermacam-macam karakteristik dan kriteria dalam bentuk pernyataan-pernyataan kemudian disebarkan kepada responden untuk mengetahui pengaruh kualitas produk dan harga terhadap pengambilan keputusan pembelian konsumen di UMMA JILBAB PRINGSEWU tahun 2025. Kisi-kisi kuesioner kualitas produk, harga, dan keputusan pembelian adalah sebagai berikut:

Tabel 3.2
Kisi-kisi Instrumen Penelitian

Variabel	Indikator	Butir Pernyataan	Jumlah	Skala Likert
Kualitas Produk (X1)	1. Bentuk (<i>aesthetic</i>)	1, 2, 3, 4 5, 6, 7, 8	4 4	Skor 1-5
	2. Ketahanan (<i>durability</i>)	9, 10, 11, 12 13, 14, 15, 16	4 4	
	3. Keandalan (<i>reliability</i>)	17, 18, 19, 20	4	
	4. Kemudahan penggunaan (<i>ease of use</i>)			
	5. Desain (<i>design</i>)			
Jumlah			20	
Harga (X2)	1. Keterjangkauan	21, 22, 23, 24, 25	5 5	Skor 1-5
	2. Mutu produk	26, 27, 28,	5	
	3. Daya saing	29, 30	5	
	4. Kegunaan produk	31, 32, 33, 34, 35 36, 37, 38, 39, 40		
Jumlah			20	

Keputusan Pembelian (Y)	1. Informasi produk.	41,42,43,44,45	5	Skor 1-5
	2. Merek yang paling disukai.	46,47,48,49,50	5	
	3. Keinginan dan kebutuhan.	51,52,53,54,55	5	
	4. Rekomendasi dari orang lain.	56,57,58,59,60	5	
Jumlah			20	
Jumlah Total			60	

Berdasarkan persepsi responden dengan membuat kategori atas setiap jawaban dengan interval menggunakan rumus sebagai berikut:

$$I = \frac{NT - NR}{K}$$

Keterangan :

I = Kelas interval

NR = Nilai terendah

NT = Nilai tertinggi

K = Kategori

Daftar pernyataan dalam kuesioner variabel kualitas produk (X1) dirancang sebanyak 20 pernyataan. Maka didapat nilai tertinggi sebesar $5 \times 20 = 100$ dan nilai terendah sebesar $1 \times 20 = 20$, lalu dibuat kelas interval sebagai berikut:

$$I = \frac{100-20}{3} - \frac{80}{3} = 26,66 \text{ (dibulatkan 27)}$$

Dengan interval (I = 27), diperoleh pengkategorian kualitas produk sebagai berikut:

- Hasil skor nilai 20-46, kualitas produk berkategori rendah, yaitu

menggambarkan bahwa kualitas produk tidak sesuai dengan klaim produk.

- Hasil skor nilai 47-73, kualitas produk berkategori sedang, yaitu menggambarkan bahwa kualitas produk sudah sesuai dengan klaim produk.
- Hasil skor nilai 74-100, kualitas produk berkategori tinggi, yaitu menggambarkan bahwa kualitas produk memiliki bahan yang berkualitas, sesuai dengan klaim produk.

Daftar pernyataan dalam kuesioner variabel harga (X2) dirancang sebanyak 20 pernyataan. Maka didapat nilai tertinggi sebesar $5 \times 20 = 100$ dan nilai terendah sebesar $1 \times 20 = 20$, lalu dibuat kelas interval sebagai berikut:

$$I = \frac{100-20}{3} - \frac{80}{3} = 26,66 \text{ (dibulatkan 27)}$$

Dengan interval ($I = 27$), diperoleh pengkategorian harga sebagai berikut:

- Hasil skor nilai 20-46, harga berkategori rendah, yaitu menggambarkan bahwa konsumen merasa tidak puas atas harga produk yang dijual.
- Hasil skor nilai 47-73, harga berkategori sedang, yaitu menggambarkan bahwa konsumen merasa sudah puas atas harga produk yang dijual.
- Hasil skor nilai 74-100, harga berkategori tinggi, yaitu menggambarkan bahwa konsumen merasa sangat puas atas harga produk yang dijual.

Daftar pernyataan dalam kuesioner variabel keputusan pembelian (Y) dirancang sebanyak 20 pernyataan. Maka didapat nilai tertinggi sebesar $5 \times 20 = 100$ dan nilai terendah $1 \times 20 = 20$, lalu dibuat kelas interval sebagai berikut:

$$I = \frac{100-20}{3} - \frac{80}{3} = 26,66 \text{ (dibulatkan 27)}$$

Dengan interval ($I = 27$), diperoleh pengkategorian keputusan pembelian

sebagai berikut:

- Hasil skor nilai 20-46, keputusan pembelian berkategori rendah, yaitu menggambarkan bahwa keputusan pembelian yang diambil tidak memenuhi kebutuhan konsumen.
- Hasil skor nilai 47-73, keputusan pembelian berkategori sedang, yaitu menggambarkan bahwa keputusan pembelian yang diambil sudah memenuhi kebutuhan konsumen.
- Hasil skor nilai 74-100, keputusan pembelian berkategori tinggi, yaitu menggambarkan bahwa keputusan pembelian yang diambil memenuhi kebutuhan dan keinginan konsumen.

E. Instrumen Penelitian

Menurut (Sugiyono, 2020:156) instrumen penelitian adalah suatu alat yang digunakan untuk mengukur fenomena alam maupun sosial yang diamati. Secara spesifik semua fenomena ini disebut variabel penelitian.

Jumlah instrumen penelitian tergantung pada jumlah variabel penelitian yang telah ditetapkan untuk diteliti. Dalam penelitian ini, instrumen yang di gunakan dalam pengambilan data baik variabel bebas dan variabel terikat adalah angket atau kuesioner. Instrumen yang digunakan adalah berupa kuesioner yang nanti akan dijadikan sebagi alat utama dalam pengambilan data penelitian. Kuesioner disusun berdasarkan pertanyaan-pertanyaan seputar variabel-variabel yang diteliti. Untuk selanjutnya

instrumen yang dibagikan kepada responden akan dilakukan pengukuran dengan skala likert.

Menurut (Sugiyono, 2020:146) skala likert digunakan untuk mengukur sikap, pendapat dan persepsi seseorang atau kelompok orang tentang fenomena sosial. Dalam penelitian, fenomena sosial ini telah ditetapkan secara spesifik oleh peneliti, yang selanjutnya disebut sebagai variabel penelitian. Dengan skala likert, maka variabel yang akan diukur dijabarkan menjadi indikator variabel. Kemudian indikator tersebut dijadikan sebagai titik tolak untuk menyusun item-item instrumen yang dapat berupa pernyataan atau pertanyaan.

Dalam pembuatan skala likert peneliti menggunakan *google form* dan membuat beberapa pernyataan yang berhubungan dengan isu atau objek. Kemudian responden atau subjek diminta untuk mengindikasikan tingkat setuju atau tidaknya mereka terhadap masing-masing pernyataan dengan menetapkan skor untuk setiap tanggapan terhadap pernyataan alternatif, tanggapan alternatif berbasis skala likert adalah sebagai berikut:

Tabel 3.3
Alternatif Jawaban Dengan Skala likert

No	Alternatif jawaban	Bobot nilai
1	Sangat Setuju (SS)	5
2	Setuju (S)	4
3	Ragu-ragu (RG)	3
4	Tidak Setuju (TS)	2
5	Sangat Tidak Setuju (STS)	1

Menurut Sugiyono, (2020:147)

Variabel yang ingin diukur dalam penelitian ini yaitu kualitas produk, harga, dan keputusan pembelian. Maka ada tiga instrumen yang perlu dibuat yaitu instrumen untuk mengukur kualitas produk, instrumen untuk mengukur harga, dan instrumen untuk mengukur keputusan pembelian.

F. Teknik Analisa Data

Menurut (Sugiyono, 2020:206) dalam penelitian kuantitatif, analisis data merupakan kegiatan setelah data dari seluruh responden atau sumber data lain terkumpul. Kegiatan dalam analisis data adalah mengelompokkan data berdasarkan variabel dan jenis responden, menyajikan, mentabulasi data berdasarkan variabel dari seluruh responden, menyajikan data tiap variabel yang diteliti, melakukan perhitungan untuk menjawab rumusan masalah dan melakukan perhitungan untuk menguji hipotesis yang telah diajukan. Teknik analisis data dalam penelitian kuantitatif menggunakan statistik terdapat dua macam statistik yang digunakan yaitu statistik deskriptif dan statistik inferensial.

1. Analisis Statistik Deskriptif

Menurut (Sugiyono, 2020:206) statistik deskriptif adalah statistik yang digunakan untuk menganalisis data dengan cara mendeskripsikan atau menggambarkan data yang telah dikumpulkan sebagaimana adanya tanpa bermaksud untuk membuat kesimpulan yang berlaku untuk umum atau generalisasi. Kemudian termasuk ke dalam statistik deskriptif antara lain adalah penyajian data melalui tabel, grafik, diagram lingkaran, pictogram, perhitungan modus, median, mean (pengukuran tendensi sentral), perhitungan desil, persentil, perhitungan prosesntase

2. Uji Validitas Dan Reliabilitas

Menurut (Sugiyono, 2020:175) dalam hal ini perlu dibedakan antara hasil yang valid dan reliabel dengan instrumen yang valid dan reliabel. Hasil penelitian yang valid bila terdapat kesamaan antara data yang terkumpul dengan data sesungguhnya terjadi pada obyek yang diteliti.

a. Uji validitas

Menurut (Sugiyono, 2020:175) instrumen yang valid berarti alat ukur yang digunakan untuk mendapatkan data (mengukur) itu valid. Valid berarti instrumen tersebut dapat digunakan untuk mengukur apa yang seharusnya diukur. Untuk mengukur uji validitas instrumen menggunakan rumus korelasi *product moment* dengan alat bantu SPSS versi 25.

Menurut (Sugiyono, 2020:246) rumus korelasi *product moment* yaitu sebagai berikut:

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

keterangan :

r = nilai validasi

n = jumlah sampel yang diuji

x = nilai skor butir pernyataan responden

y = jumlah skor total pernyataan responden

y = jumlah seluruh pertanyaan

$\sum x$ = jumlah skor butir (x)

$\sum y$ = jumlah skor butir (y)

$\sum xy$ = jumlah perkalian butir (x) dan butir (y)

$\sum x^2$ = jumlah kuadrat skor butir (x)

$\sum y^2$ = jumlah kuadrat skor butir (y)

Dalam pengujian validitas, peneliti menggunakan 20 responden dari populasi diluar sampel. Selanjutnya dengan tingkat signifikan 5% dari $df=n-k-1$ maka diperoleh nilai tabel, setelah itu nilai r_{tabel} dibandingkan dengan nilai r_{hitung} yang telah diperoleh. Dengan membandingkan antara kedua nilai r , maka akan diketahui pengaruhnya antara valid atau tidaknya item dari kuesioner tersebut.

Kriteria pengujian :

Jika $r_{hitung} > r_{tabel}$ atau signifikansi > 0.05 . H_0 ditolak dan H_a diterima, maka kuesioner dinyatakan valid

jika $r_{hitung} < r_{tabel}$ atau signifikansi < 0.05 . H_0 diterima dan H_a ditolak, maka kuesioner tidak valid

b. Uji reliabilitas

Menurut (Sugiyono, 2020) uji reliabilitas dapat dilakukan secara bersama-sama terhadap seluruh butir pernyataan. Jika nilai $Alpha > 0,60$ maka reliabel, dengan rumus sebagai berikut:

$$r = \left[\frac{k}{k-1} \right] \left(1 - \frac{\sum a_b^2}{a_t^2} \right)$$

Keterangan :

r = indeks reliabilitas

K = banyaknya butir pertanyaan

$\sum a_b^2$ = jumlah varian butir pertanyaan

a_t^2 = varian total

3. Analisis Data Penelitian

Menurut Nurdin & Dra Sri Hartati, (2019:203) analisis data adalah suatu proses atau upaya pengolahan data menjadi sebuah informasi baru

agar karakteristik data tersebut menjadi lebih mudah dimengerti dan berguna untuk solusi suatu permasalahan, khususnya yang berhubungan dengan penelitian.

a. Analisis regresi linear berganda

Menurut (Sugiyono, 2018:305) analisis regresi ganda digunakan oleh peneliti, bila peneliti bermaksud meramalkan bagaimana keadaan naik turunnya variabel dependen (kriterium), bila dua atau lebih variabel independen sebagai faktor prediktor dimanipulasi (dinaik turunkan nilainya). Jadi analisis regresi ganda akan dilakukan bila jumlah variabel independennya minimal 2.

Dalam upaya menjawab permasalahan dalam penelitian ini maka digunakan analisis regresi linier berganda. Analisis regresi linier berganda digunakan untuk menganalisis pengaruh antara variabel bebas yaitu kualitas produk dan harga terhadap variabel terikat yaitu keputusan pembelian konsumen.

Menurut (Sugiyono, 2020:258) rumus regresi linier berganda sebagai berikut:

$$Y = a + b_1X_1 + b_2X_2$$

Keterangan :

Y = Variabel dependen, yaitu keputusan pembelian

X1, X2 (1,2,n..) = kualitas produk dan harga

a = Nilai konstanta

b (1,2,n) = Nilai koefisien regresi

4. Analisis Hipotesis

a. Uji T

Pada dasarnya menunjukkan seberapa jauh pengaruh satu variabel independen secara individual dalam menerangkan variasi dependen.

Menurut (Sugiyono, 2020:260)) rumus yang digunakan sebagai berikut:

$$r = \frac{r_p \sqrt{n-3}}{\sqrt{1 - r_p^2}}$$

Keterangan :

r_p = Korelasi parsial yang ditemukan

n = Jumlah sampel

t = Nilai t_{hitung} yang dikonsultasikan dengan nilai t_{tabel}

Menurut (Sugiyono, 2018) bahwa nilai t_{hitung} dibandingkan dengan t_{tabel} dengan kesalahan 5% dengan derajat kebebasan = $n-1-k$ dengan kriteria keputusan sebagai berikut :

- Jika nilai $t_{hitung} > t_{tabel}$ H_0 ditolak dan H_a diterima
- Jika nilai $t_{hitung} < t_{tabel}$ H_a diterima dan H_0 ditolak
- Jika nilai $sig < 0,5$ maka H_0 ditolak
- Jika nilai $sig > 0,5$ maka H_0 diterima

b. Uji F

Menurut Sugiyono, (2018:245)uji f pada dasarnya dilakukan untuk mengetahui signifikansi hubungan antara semua variabel bebas dan variabel terikat. Apakah variabel bebas yang dimasukkan kedalam model mempunyai pengaruh bersama-sama terhadap variabel terikat”. Dalam

penelitian ini pengujian hipotesis secara simultan yakni untuk mengukur besarnya pengaruh kualitas produk dan harga sebagai variabel bebas terhadap pengambilan keputusan pembelian sebagai variabel terikatnya.

Menurut Sugiyono, (2020:257) uji signifikansi menggunakan rumus sebagai berikut :

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

Keterangan :

F = Nilai f_{hitung} yang selanjutnya dibandingkan dengan f_{tabel}

R^2 = Koefisien korelasi ganda

k = Jumlah variabel independen

n = Jumlah anggota sampel

Kriteria:

Apabila $f_{hitung} > f_{tabel}$ maka H_0 ditolak

Apabila $f_{hitung} < f_{tabel}$ maka H_0 diterima

c. Koefisien determinasi

Koefisien determinasi merupakan ukuran untuk mengetahui kesesuaian atau ketepatan antara nilai dugaan atau garis regresi dengan data sampel. Nilai koefisien determinasi adalah antara nol dan satu. Nilai R^2 yang kecil berarti kemampuan mengenai variabel independen dalam menjelaskan variasi beberapa variabel dependen amat terbatas.

$$KD = (r_{xy})^2 \times 100\%$$

Keterangan :

KD = Koefisien determinasi

r_{xy} = nilai korelasi person product momen variabel X dan Y

Tabel 3.4
Koefisien Determinasi Korelasi

Koefisien Determinasi	Tingkat Hubungan
0,00-0,199	Sangat Rendah
0,20-0,399	Rendah
0,40-0,599	Sedang
0,60-0,799	Tinggi
0,80-1,00	Sangat Tinggi

Menurut Sugiyono, (2020:248)