

## **BAB III**

### **OBJEK DAN METODOLOGI PENELITIAN**

#### **3.1 Objek dan Ruang Lingkup Penelitian**

##### **3.1.1 Motor *Sport* Honda Tiger**

PT Astra Honda Motor (AHM) merupakan pelopor industri sepeda motor di Indonesia. Didirikan pada 11 Juni 1971 dengan nama awal PT Federal Motor, yang sahamnya secara mayoritas dimiliki oleh PT Astra International. PT Astra Honda Motor saat ini memiliki kapasitas produksi 4.4 juta unit sepeda motor per-tahunnya, untuk permintaan pasar sepeda motor di Indonesia yang terus meningkat (<http://www.astra-honda.com/permintaan-pasar-motor-sport> ).

Motor Honda Tiger merupakan salah satu produk andalan dari pabrik Honda untuk wilayah Indonesia. Sejak pertaa kali diluncurkan pada tahun 1995, motor ini banyak memiliki penggemar. Motor ini berkapasitas silinder 200cc dan setiap tahun Honda selalu mengeluarkan jenis terbaru untuk motor Honda Tiger. Pada saat pertama kali diluncurkan, Honda Tiger merupakan satu-satunya jenis sepeda motor *touring* yang menggunakan teknologi elektrik *starter*. Selain itu, Honda Tiger memiliki komunitas penggemar fanatik yang tersebar di beberapa wilayah Indonesia.

### **3.1.2 Bekasi Tiger Club**

Bekasi Tiger Club yang kemudian disingkat menjadi BKTC dibentuk dengan maksud untuk menghimpun dan menjalin silaturahmi para pecinta, pengguna dan pemilik Honda Tiger di wilayah kotamadya Bekasi, dan memiliki tujuan untuk menyalurkan kesamaan hobi di bidang otomotif, khususnya Hobi berkendara sepeda motor roda dua serta berperan aktif dalam kegiatan Otomotif roda dua pada khususnya, menyalurkan hobi Touring, memperluas silaturahmi antar sesama penggemar otomotif pada umumnya dan sesama anggota klub sepeda motor pada khususnya, mengetahui, memahami etika dan budaya klub sepeda motor, serta mematuhi peraturan lalu lintas yang berlaku.

Bekasi Tiger Club berdiri pada tanggal 21 Juni 2003 yang kemudian disingkat menjadi BKTC. BKTC telah terdaftar dan disahkan dalam Akta pendirian oleh Notaris DWY YULIANTI, SH. No. 07 tanggal 25 April 2007, serta berada dibawah naungan Honda Tiger Club Indonesia yang kemudian disingkat HTCI selaku induk organisasi Honda Tiger yang formal dan diakui di Indonesia. Pada awalnya BKTC beranggotakan 9 orang dan semuanya menjadi pengurus sementara periode pertama. Seiring berjalannya waktu, anggota BKTC telah bertambah menjadi lebih dari 400 orang.

Diantara anggota tersebut, tercatat wakil wali kota Bekasi Rahmat Efendi sebagai anggota kehormatan sekaligus sebagai

pembina klub. Selain dari itu sebagai bukti keberadaan klub ini, BKTC juga telah terdaftar sebagai anggota BNK kota Bekasi dan KAMTIBMAS kota Bekasi. Sebagai Pelindung Organisasi BKTC didaulat Walikota Bekasi dan Kapolres Metro Bekasi, dan Pembina Organisasi BKTC adalah Kasat Bina Mitra Polres Metro Bekasi, Kasat Lantas Polres Metro Bekasi.

### **3.2 Metode Penelitian**

Desain penelitian yang digunakan pada penelitian ini adalah desain riset deskriptif dan kausal. Metode deskriptif menurut Sugiyono (2009:21) adalah metode yang digunakan untuk menggambarkan atau menganalisis suatu hasil penelitian tetapi tidak digunakan untuk mengambil suatu kesimpulan yang lebih luas.

Menurut Hermawan Kartajaya (2010:100) riset kausal adalah jenis riset kuantitatif yang bersifat menunjukkan bukti mengenai sebab-akibat. Tujuan riset kausal adalah :

1. Untuk memahami variabel mana yang mempengaruhi (variabel independen) dan variabel mana yang menjadi akibat (variabel dependen).
2. Untuk menentukan sifat hubungan antara variabel independen dan pengaruh yang akan diperkirakan.

### **3.3 Operasional Variabel Penelitian**

Penelitian ini menggunakan dua variabel, yakni variabel independen dan variabel dependen. Pengertian variable independen menurut Uma Sekaran (2006:117) adalah variabel yang mempengaruhi variabel terikat, baik secara positif ataupun *negative*. Variabel independen dalam penelitian ini adalah:

1. Komunitas Merek (*Brand Community*) ( $X_1$ )
2. Cira Merek (*Brand Image*) ( $X_2$ )

Sedangkan variabel terikat atau dependen adalah variabel utama yang menjadi faktor yang berlaku dalam investigasi. Analisis terhadap variabel terikat, yakni menemukan variabel bebas yang mempengaruhinya dimaksudkan untuk menemukan jawaban atau solusi atas suatu masalah. Uma Sekaran (2006:116). Variabel dependen dalam penelitian ini adalah loyalitas Merek (Y).

**Tabel 3.1**  
**Operasional Variabel Penelitian**

| <b>Variabel Independen</b>   | <b>Dimensi</b>   | <b>Indikator</b>                              | <b>Item</b> |
|--|--|---|-------------|
| <b><i>Brand Community</i></b><br><b>(<math>X_1</math>)</b><br>Sebuah komunitas khusus dari konsumen dan pekerja dimana identitas dan aktifitasnya terfokus pada suatu merek.<br>Kotler & Keller (2012:275) | <b>Hubungan intrinsik antar anggota komunitas,</b><br>kebersamaan di dalam komunitas yang membedakannya dengan individu yang ada di luar komunitas | 1. Rasa kebersamaan di dalam komunitas.       | 1           |
|  |  | 2. Rasa bangga menjadi bagian dari komunitas. | 2           |

| <b>Variabel Independen</b>  | <b>Dimensi</b>  | <b>Indikator</b>   | <b>Item</b> |
|---|---|--|-------------|
|   | <b>Ritual dan tradisi</b><br>Memprestasikan proses sosial yang penting di dalam komunitas   | 1. Ikut serta dalam pelaksanaan kegiatan <i>touring</i> .        | 3           |
|   |   | 2. Ikut melestarikan tradisi/kebiasaan yang dilakukan komunitas. | 4           |
|   | <b>Adanya tanggung jawab moral,</b><br>terkait dengan adanya perasaan bertanggung jawab kepada komunitas secara keseluruhan dan para anggota dari komunitas | 1. Perasaan bertanggung jawab atas komunitas.                    | 5           |
|   |   | 2. Membantu anggota komunitas yang tertimpa musibah.             | 6           |
|   |   | 3. Memiliki komitmen terhadap komunitas.                         | 7           |
| <b>Brand Image</b><br>berbagai ketertarikan yang dikembangkan oleh konsumen pada setiap waktu, merek, dan dapat berupa gagasan yang memiliki masing-masing kepribadian. Shimp (2007:38) | <b>Atribut</b><br>a. Hal-hal yang tidak berhubungan dengan produk.  | 1 Motor Honda Tiger adalah motor lelaki.                         | 8           |
|   |   | 2 Motor Honda Tiger adalah motor yang mahal.                     | 9           |
|   | b. Hal-hal yang berhubungan dengan produk   | 1. Motor Honda tiger memiliki warna yang menarik.                | 10          |
|   |   | 2. Motor Honda Tiger berdesain menarik.                          | 11          |
| <b>Manfaat</b><br>a. Fungsional<br>Manfaat yang berusaha menyediakan solusi bagi masalah-masalah konsumsi   | 1. Motor Honda Tiger memiliki kapasitas mesin yang besar.   | 12   |             |
|   | 2. Motor Honda Tiger irit bahan bakar.  | 13   |             |

| Variabel Independen  | Dimensi  | Indikator  | Item     |
|--|--|--|----------|
|  | atau potensi permasalahan yang dihadapi oleh konsumen  |  |          |
|  | b. Simbolis Berusaha mengarahkan kepada keinginan konsumen dalam upaya memperbaiki diri, dihargai, rasa memiliki.                      | 1. Honda Tiger merupakan motor kelas atas.<br>2. Honda Tiger merupakan motor yang tangguh.   | 15<br>16 |
|  | c. Pengalaman Merupakan representasi dari keinginan mereka akan produk yang dapat memberikan rasa senang, keanekaragaman dan kognitif. | 1. Motor Honda Tiger memberikan pengalaman berkendara motor yang nyaman.<br>2. Motor Honda Tiger sudah sesuai dengan yang diinginkan konsumen. | 17<br>18 |
|  | <b>Evaluasi Menyeluruh</b> Nilai atau kepentingan subjektif dimana pelanggan menambahkannya pada hasil konsumsi.                       | 1. Perawatan motor Honda Tiger mudah.<br>2. Mudah menemukan bengkel resmi motor Honda Tiger.   | 19<br>20 |
| <b>Loyalitas Merek (Y)</b><br>Freddy Rangkuti (2008:61) bahwa loyalitas merek atau kesetiaan merek adalah suatu ukuran | <b>Attitudinal Loyalty</b> (pengukuran sikap)<br>a. <i>Kognitive</i> Berisi kepercayaan, persepsi terhadap suatu merek. Loyalitas      | 1. Memiliki kepercayaan / pandangan bahwa motor Honda Tiger adalah motor yang istimewa.  | 21       |

| Variabel Independen   | Dimensi  | Indikator  | Item   |
|---|--|--|--------|
| suatu ukuran dari kesetiaan pelanggan terhadap suatu merek. | berarti bahwa konsumen akan setia terhadap semua informasi yang menyangkut keistimewaan merek dan atribut-atribut penting lainnya.   | 2. Selalu mengikuti informasi yang berkaitan dengan motor Honda Tiger.                           | 22     |
|   | <i>b. Affective</i><br>Loyalitas afektif ini merupakan fungsi dari perasaan ( <i>affect</i> ) dan sikap konsumen terhadap sebuah merek seperti rasa suka, senang, gemar, dan kepuasan pada merek tersebut. | 1. Adanya perasaan keterikatan dengan motor Honda Tiger.   |        |
|   |  | 2. Adanya rasa suka / senang memiliki motor Honda Tiger.   | 23     |
|   | <i>c. Conative</i><br>kecenderungan perilaku konsumen untuk menggunakan merek yang sama di kesempatan yang akan datang.  | 1. Berencana melakukan pembelian ulang motor Honda Tiger di masa yang akan datang.               | 24     |
|   |  | 2. Memiliki komitmen yang tinggi untuk terus membeli motor Honda Tiger di masa yang akan datang. | 25, 26 |

| Variabel Independen | Dimensi  | Indikator   | Item      |
|---------------------|--|---|-----------|
|                     | <p><b><i>Behavioral Loyalty</i></b><br/>(pengukuran perilaku)</p> <p><i>a. Action Loyalty</i><br/>tingkah laku membeli ulang oleh konsumen dan mempromosikan merek tersebut kepada orang lain.</p> | <p>1. Melakukan pembelian ulang motor Honda Tiger.</p> <p>2. Merekomendasikan produk motor Honda Tiger kepada orang lain.</p> | 28,<br>29 |

### 3.4 Metode Pengumpulan Data

Pengumpulan data merupakan proses yang sangat penting dalam penelitian. Data berasal dari bahan-bahan yang dibutuhkan untuk mengkaji sebuah topik. Tujuannya adalah untuk mendapatkan informasi yang dibutuhkan sesuai dengan tujuan penelitian. Adapun dalam penelitian ini data yang digunakan adalah data primer dan skunder. Desain penelitian dengan data primer dan data sekunder menurut M.Nazir (2005:91) adalah desain pengumpulan data yang efisien dengan alat dan teknik serta karakteristik dari responden. Jika peneliti ingin menggunakan data sekunder, maka si peneliti harus mengadakan evaluasi terhadap sumber, keadaan data sekundernya dan juga si peneliti harus menerima limitasi-limitasi dari data tersebut (2005:91).

Dalam penelitian kuantitatif, data yang digunakan adalah data yang ada yang selanjutnya akan diolah ke dalam bentuk angka. Menurut Sugiyono (2008: 13) metode penelitian kuantitatif dapat diartikan sebagai metode penelitian yang berlandaskan pada filsafat positivisme, digunakan untuk



meneliti pada populasi atau sampel tertentu, teknik pengambilan sampel pada umumnya dilakukan secara random, pengumpulan data menggunakan instrumen penelitian, analisis data bersifat kuantitatif atau statistik dengan tujuan untuk menguji hipotesis yang telah ditetapkan.

Dalam metode kuantitatif metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah dengan menyebarkan kuesioner. Pengertian kuesioner menurut Sugiyono yaitu metode pengumpulan data dengan cara membagi daftar pertanyaan kepada responden agar responden tersebut memberikan jawabannya. Di dalam suatu penelitian terdapat dua jenis kuesioner yaitu kuesioner terbuka dan kuesioner tertutup. Penelitian ini menggunakan kuesioner tertutup, yaitu di dalam kusioner telah disediakan jawaban oleh peneliti. Pada penelitian ini, penyebaran kuesioner dilakukan di lingkungan komunitas merek Bekasi Tiger Club dan respondennya adalah anggota komunitas tersebut.

Dalam penelitian ini skala yang digunakan pada penelitian ini adalah skala Likert. Menurut Malhotra (2009:298) skala *likert* adalah skala pengukuran dengan lima kategori respon yang berkisar antara “sangat setuju” hingga “sangat tidak setuju” yang mengharuskan responden menentukan derajat persetujuan atau ketidak setujuan mereka terhadap masing-masing dari serangkaian pernyataan mengenai obyek stimulus. Peneliti menggunakan 5 kategori dalam skala ini, yaitu: 1 untuk “sangat setuju”, 2 untuk “setuju”, 3

untuk “kurang setuju”, 4 untuk “tidak setuju”, dan 5 untuk “sangat tidak setuju”. Kelima penelitian tersebut diberikan bobot Sebagai berikut :

- a. Jawaban sangat setuju diberi bobot 5
- b. Jawaban setuju diberi bobot 4
- c. Jawaban kurang setuju diberi bobot 3
- d. Jawaban tidak setuju diberi bobot 2
- e. Jawaban sangat tidak setuju diberi bobot 1.

### **3.4.1 Uji Validitas**

Uji validitas digunakan untuk mengukur valid atau tidaknya suatu indikator. Menurut Ghazali (2009:234), suatu kuesioner dikatakan valid jika pernyataan kuesioner mampu untuk mengungkapkan sesuatu yang akan diukur oleh kuesioner tersebut. Uji validitas digunakan dengan menghitung korelasi antara setiap skor butir instrumen dengan skor total. Validitas yang digunakan dalam penelitian ini menggambarkan kesesuaian sebuah pengukur data dengan apa yang akan diukur. Pengujian validitas dilakukan menggunakan software SPSS, dan dasar pengambilan keputusan adalah:

- 1) Jika  $r$  hitung positif dan  $r$  hitung  $>$   $r$  tabel maka variabel tersebut valid.
- 2) Jika  $r$  hitung tidak positif serta  $r$  hitung  $<$   $r$  tabel maka variabel tersebut tidak valid.

### 3.4.2 Uji Keandalan (*Reliability*)

Uji reliabilitas adalah tingkat menguji keandalan kuesioner. Sugiyono, Menurut Sugiyono (2008:55) kuesioner yang reliabel adalah kuesioner yang apabila digunakan secara berulang-ulang kepada kelompok yang sama akan menghasilkan data yang sama. Uji reliabilitas dimaksudkan untuk mengetahui apakah alat pengumpul data pada dasarnya menunjukkan tingkat ketepatan, keakuratan, kestabilan, atau konsistensi alat tersebut dalam mengungkapkan gejala tertentu dari sekelompok individu, walaupun dilakukan pada waktu yang berbeda.

Hasil yang didapat yaitu :

- Bila  $r$  Alpha positif dan  $r$  Alpha  $>$   $r$  tabel, maka butir atau variabel tersebut reliabel.
- Bila  $r$  Alpha negatif dan  $r$  Alpha  $<$   $r$  tabel, maka butir atau variabel tersebut tidak *reliable*

Menurut Santoso (2007:277) suatu angket atau kuesioner dapat dikatakan reliabel (andal) jika jawaban seseorang terhadap pertanyaan adalah konsisten atau stabil dari waktu ke waktu. ebagai tolak ukur derajat kehandalan dipakai koefisien alpha ( $\alpha$ ) dari *cronbach's alpha* sebesar 0,6.jika *cronbach,s alpha* lebih dari 0,6 maka butir-butir

pertanyaan tersebut reliabel, reliabilitas kurang dari 0,6 adalah kurang baik, sedangkan 0,7 dapat diterima dan di atas 0,8 adalah baik.

### 3.5 Populasi dan Sampel

Pengertian populasi menurut Sugiyono (2008:61) adalah wilayah generalisasi yang terdiri dari objek/subjek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti. Populasi dalam penelitian ini adalah anggota komunitas merek Bekasi Tiger Club dimana anggota tersebut merupakan pengguna motor Honda Tiger dan pernah melakukan pembelian motor kembali motor Honda Tiger selama aktif dalam keanggotaan Bekasi Tiger Club. Penulis mengambil sampel yang merupakan bagian dari populasi. Populasi dalam penelitian ini menurut data tahun 2011 anggota BKTC yang pernah melakukan pembelian ulang motor Honda Tiger yaitu sebanyak 155 orang.

Menurut Sugiyono (2008:62) sampel merupakan bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki populasi. Dalam pengambilan sampel peneliti jumlah sampel ditentukan menggunakan rumus slovin, yaitu menggunakan metode non probability sampling dan teknik *convenience sampling*. Rumus Slovin dikutip dari Husein Umar (2009:78) jika jumlah populasi diketahui, maka jumlah sampel ideal yang memenuhi persyaratan analisis regresi berganda yaitu ditentukan sebagai berikut:

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

Dimana:  $n$  = ukuran sampel

$N$  = ukuran populasi

$e$  = persentase kelonggaran ketidakteelitian karena kesalahan pengambilan sampel yang masih dapat ditolerir atau diinginkan. (*margin of error* = 5%)

Dalam hal ini peneliti mengambil sampel penelitian dari anggota BKTC. Jumlah anggota BKTC yang melakukan pembelian ulang motor Honda Tiger adalah 155 orang. Maka yang menjadi sampel adalah sebanyak 112 orang. Teknik pengambilan sampel yang digunakan adalah *non probability sampling*, yaitu metode pengambilan sampel yang tidak memberi peluang atau kesempatan sama bagi setiap unsur atau anggota populasi untuk dipilih menjadi sampel karena pertimbangan tertentu. Metode penarikan sampel dari *non-probability sampling* yang digunakan adalah teknik *convenience sampling*. *Convenience sampling* yaitu *sampling* yang dipilih berdasarkan kemudahan. Seseorang diambil sebagai sampel karena kebetulan orang tadi ada di situ atau kebetulan dia mengenal orang tersebut.

### **3.6 Metode Analisis**

#### **3.6.1 Analisis Regresi Linear Berganda**

Secara umum analisis ini digunakan untuk meneliti pengaruh dari beberapa variabel independen (variabel X) terhadap variabel dependen (variabel Y). Seperti yang dijelaskan oleh Sugiyono (2008:275) bahwa analisis regresi berganda digunakan apabila jumlah variabel bebasnya

minimal 2. Pada regresi berganda variabel independen (variabel X) yang diperhitungkan pengaruhnya terhadap variabel dependen (variabel Y), jumlahnya lebih dari satu. Dalam penelitian ini, variabel independen adalah komunitas merek ( $X_1$ ), citra merek ( $X_2$ ), dan loyalitas merek (Y).

### 3.6.1.1 Persamaan Regresi

Analisis regresi berganda sama halnya dengan regresi sederhana, tetapi lebih kompleks karena melibatkan banyak variabel bebas.

Berikut adalah bentuk persamaan regresi berganda menurut

Sugiyono (2008:275):  $\hat{Y} = a + b_1X_1 + b_2X_2$

Keterangan:  $\hat{Y}$  = Loyalitas Merek

$a$  = Konstanta

$b_1b_2$  = Koefisien regresi

$X_1$  = Komunitas Merek

$X_2$  = Citra Merek

## 3.6.2 Uji Asumsi Dasar

### 3.6.2.1 Uji Normalitas

Uji normalitas bertujuan untuk mengetahui apakah model regresi, variabel pengganggu atau residual memiliki distribusi normal.

Apabila distribusinya normal atau mendekati maka dapat dikatakan bahwa data tersebut adalah data yang baik. Data yang baik adalah data yang mempunyai pola seperti distribusi normal

Untuk melakukan uji normalitas dapat dilakukan dengan

melakukan uji Kolmogorof-Smirnov. Data dikatakan normal bila nilai Sig > 0.05 dan tidak normal bila Sig < 0.05. Kelebihan dari uji ini adalah sederhana dan tidak menimbulkan perbedaan persepsi di antara satu pengamat dengan pengamat yang lain, yang sering terjadi pada uji normalitas dengan menggunakan grafik.

### **1.6.2.2 Uji Linearitas**

Uji linearitas dilakukan untuk mengetahui adanya hubungan linier antara variable yang hendak dianalisis yaitu variable dependen dengan variabel independen. Keadaannya yaitu dimana hubungan antara variabel dependen dengan variabel independen bersifat linier (garis lurus) dalam range variabel independen tertentu. Uji ini digunakan untuk sebagai prasyarat dalam analisis korelasi atau regresi linear. Langkah-langkahnya adalah, merumuskan hipotesis

$H_0$  = koefisien garis regresi tidak linear

$H_1$  = koefisien garis regresi linear

Persyaratan yang digunakan adalah Sig > 0.05 maka  $H_0$  diterima, artinya koefisien garis regresi tidak linear. Sedangkan bila Sig < 0.05 maka  $H_0$  ditolak, artinya koefisien garis regresi linear.

## **3.6.3 Uji Asumsi Klasik**

### **3.6.3.1 Uji Multikolinearitas**

Menurut Malhotra (2009:242) tujuan dari uji Multikolinearitas adalah untuk mengetahui ada atau tidaknya penyimpangan asumsi klasik multikolinearitas, yaitu adanya hubungan linear antar variabel independen dalam model regresi. Prasyarat yang harus terpenuhi dalam model regresi adalah tidak adanya multikolinearitas. Langkah yang digunakan adalah dengan melihat nilai *Variance inflation factor* (VIF) pada model regresi.

Jika terjadi multikolinieritas menurut Malhotra (2009:242), perlu memberikan perhatian khusus dalam mengkaji arti penting relative dari variable-variabel independen (*predictors*). Jika VIF lebih besar dari 5, maka variabel tersebut mempunyai persoalan multikolinearitas dengan variabel bebas lainnya. Suatu variabel dikatakan bebas multikolinearitas apabila

- Mempunyai nilai VIF di sekitar angka 1
- Mempunyai angka TOLERANCE mendekati 1
- Nilai Tolerance =  $1/VIF$  atau  $VIF = 1/Tolerance$
- Koefisien korelasi antar variable bebas harus lemah (kurang dari 0.5)

### **2.6.3.2 Uji Heterokedastisitas**

Tujuan dilakukannya uji heterokedastisitas adalah untuk menguji apakah dalam sebuah model regresi terjadi ketidaksamaan varians dari residual dari satu pengamatan ke pengamatan lain. Akibat dari



masalah heterokedasitas ini adalah varian penaksirnya tidak minimum sehingga penaksir/estimator dalam model regresi menjadi tidak efisien. Upaya untuk menghilangkan masalah ini adalah dengan metode GLS (*Generalized Least Square*). GLS dapat mentransformasikan variabel pengganggu menjadi homoskedasitas atau dapat pula dengan mentransformasikan nilai variabel menjadi bentuk logaritma.

### 3.6.4 Uji Hipotesis

#### 3.6.4.1 Uji t

Uji t adalah uji signifikan parameter individual. Hasil uji t akan menunjukkan seberapa jauh pengaruh variabel independen secara parsial terhadap variabel dependennya. Dalam penelitian ini uji t dilakukan dengan menggunakan *software* SPSS. Yang perlu dilakukan pertama kali adalah :

Merumuskan hipotesis nol yang akan di uji, yakni:

$H_0: \beta = 0$ , artinya variabel independen bukan merupakan penjelas variabel dependen.

$H_a: \beta \neq 0$ , artinya variabel independen merupakan penjelas variabel dependen.

Analisis yang dapat dilakukan adalah dengan melihat nilai signifikan bila  $\text{sig} > 0.05$  maka  $H_0$  diterima, dan bila  $\text{sig} < 0.05$

maka  $H_0$  ditolak dan  $H_a$  diterima. Artinya variabel independen secara individual merupakan penjelas variabel dependen.

#### 3.6.4.2 Uji F

Uji F digunakan untuk menguji pengaruh variabel bebas (independen) secara bersama terhadap variabel terikat (dependen). Seperti halnya uji t, pertama-tama yang dilakukan adalah merumuskan hipotesis nol untuk uji F, dan perumusan hipotesis adalah sebagai berikut :

- $H_0 : b_1 = b_2 = \dots = 0$  : tidak ada pengaruh antara variabel bebas secara bersama terhadap variabel terikat.
- $H_A : b_1, b_2, \dots > 0$  : ada pengaruh antara variabel bebas secara bersama terhadap variabel terikat.

Dalam SPSS nilai F dapat dilihat pada tabel ANOVA, apabila nilai Sig  $> 0.05$  maka  $H_0$  diterima, dan Bila Sig  $< 0.05$  maka  $H_0$  di tolak.

#### 3.6.5 Koefisien Determinasi ( $R^2$ )

Koefisien determinasi dilakukan dengan tujuan untuk mengukur seberapa jauh kemampuan model dalam menerangkan variasi variabel terikat. Nilai koefisien determinasi yaitu antara nol dan 1. Nilai  $R^2$  yang kecil atau mendekati 0 dapat diartikan bahwa kemampuan menjelaskan variabel-variabel bebas dalam menjelaskan variabel terikat sangat terbatas.

Sedangkan nilai yang mendekati satu berarti variabel-variabel bebas memberikan hampir semua informasi yang dibutuhkan untuk memprediksi variasi variabel terikat. Kelemahan dalam penggunaan koefisien determinasi  $R^2$  adalah bias terhadap variabel terikat yang ada dalam model. Oleh karena itu banyak peneliti menganjurkan untuk menggunakan nilai *Adjusted*  $R^2$  pada saat mengevaluasi mana model regresi yang baik.