

BAB III

METODE PENELITIAN

3.1 Jenis Penelitian

Penelitian kuantitatif yakni penelitian ilmiah yang terarah atas kejadian beserta kaitannya (Hardani, 2020). Sedangkan menurut penelitian Sugiyono (2022) menafsirkan penelitian kuantitatif ialah desain penelitian yang berbasis pada filsafat positivisme dan dipakai guna menyelidiki populasi atau sampel spesifik. Cara tersebut menyertakan pemakaian alat penelitian untuk menghimpun datanya dan kemudian melakukan analisis kuantitatif atau statistik atas data tersebut. Maksud dari penelitian kuantitatif yakni menyelidiki dan memeriksa hipotesis yang telah dirumuskan. Instrumen yang hendak dikenakan yakni jenis metode survei yang mengandung makna sebagai metode penelitian yang menggunakan data sampel untuk dikaji dan dideskripsikan sesuai karakteristik populasi yang datanya dikumpulkan melalui angket atau kuesioner (Sihotang, 2023). Penelitian kuantitatif amat memfokuskan dalam temuan obyektif, lewat penebarang angket keterangan bisa di peroleh melalui obyektif serta diujikan memakai prosesnya validitas serta reabilitas.

3.2 Objek Penelitian

Demi memberikan pemahaman yang lebih baik tentang suatu studi, istilah objek penelitian mengacu pada kondisi yang mengilustrasikan atau menjelaskan kondisi dari subjek yang akan diperiksa (Hamidah & Hakim, 2023). Objek penelitian dapat disimpulkan sebagai pokok persoalan yang akan diteliti guna memperoleh data secara terarah (Ariawan *et al.* 2019). Objek penelitian dapat juga berupa fenomena.

Fenomena yang terjadi adalah salah satu produk dengan tingkat favorit teratas tetapi mengalami penurunan penjualan serta kalahnya persaingan dengan merek yang lain. Maka objek penelitian dalam penelitiannya yakni minat beli pada produk Sepatu Bata Pemilihan objek ini dilandaskan karena Sepatu Bata menempati posisi pertama dibandingkan merek lainnya sebagai merek Sepatu Bata teratas, akan tetapi tingkat penjualannya menurun dan mengalami kerugian yang signifikan.

3.3 Populasi dan Sampel

3.3.1 Populasi

Sugiyono (2022) menjabarkan jika daerah generalisasi dimana mencakup benda atau subyek serta telah didefinisikan oleh peneliti melalui mutu serta karakter tersendiri yang hendak dikaji serta diikuti dengan penarikan kesimpulan disebut populasi. Djarwanto (1994:420) pada Iskandar (2020), populasi yakni nilai universal pada seseorang yang karakternya mau dikaji serta satuan-satuan ini dikatakan unit Analisa serta bisa berbentuk individu-individu, institusi-institusi serta obyek-obyek. Populasinya tidak hanya merujuk pada individu atau jumlah dalam obyek ataupun subyek yang ditelitinya, melainkan pula mencakup seluruh karakter yang dipunyai atas objek ataupun subjek ini. Maka untuk mendukung penelitian ini, populasi yang dijadikan responden pada penelitiannya yakni individu-individu yang mengenali atau mengetahui Sepatu Bata atau orang-orang yang tertarik serta minat beli produk Sepatu Bata

3.3.2 Sampel

Mengikut Sugiyono (2022) menjelaskan bahwa sampel ialah sebagian dari total serta karakter yang dipegang atas populasinya. Dijelaskan juga gagasan Si et al. (2020) sampel adalah salah satu dari populasi yang diambil dengan cara memakai ilmu samplings, yang dipakai adalah cara *non-probability sampling* dan cara *convenience sampling* bertujuan ketentuan jumlah sample. Dengan *non probability sampling* yang merupakan trik yang hanya sekali dan tidak teradapat kesempatan kedua bagi anggota yang terpilih dalam sampel. Menurut Sanusi (2020), *Convenience sampling* adalah mengambil sampling responden sebagai sampel berdasarkan kebetulan siapa sajayang secara kebetulan bertemu dapat digunakan sebagai sampel dengan faktor utamanya adalah mahasiswa atau pelajar. Oleh karena itu, sampel yang diambil dari populasi harus benar – benar *representative* (Sugiyono, 2019).

Populasi belum di ketahui langsung seberapa banyak, Menurut ZAHRA (2023) menjelaskan besar sampel yang syarat pada penelitian minimal sebanyak 100 sample. Dan pada teori Hair *et al.* (2019) juga

menjabarkan di mana dalam sebuah penelitian setidaknya total sampel yang akan diolah minimal sejumlah 100 sampel atau lebih, dikarenakan jika kurang dari itu, sampel tidak dapat diolah (Triandewo *et al.*, 2020). Sampel minimum ditetapkan dengan mengalikan total indikator penelitian oleh angka 5-10. Dikarenakan jumlah indikator pada penelitian dengan jumlah pernyataan sebanyak 18, dari total indikator variabel independen 3 buah dan dependen 1 buah, maka peneliti memutuskan untuk mengalihkan dengan 9 (sembilan) agar mencapai minimum 100 sampel. Maka minimum sampel untuk studi ini yaitu:

$$\begin{aligned}\text{Minimum Sampel} &= \text{total Indikator} \times 10 \\ &= 18 \times 9 \\ &= 162\end{aligned}$$

3.4 Teknik Pengumpulan Data

Data primer dijadikan tipe informasi yang dikenakan pada studi ini. Data primer adalah statistik yang berdasarkan pada informasi dan fakta yang dihimpun langsung oleh peneliti dari sumber aslinya untuk hal ini dengan cara survei lapangan (Qadrini *et al.* 2020). Data ini akan didapatkan melalui tehnik distribusi angket pada model *Google Form* ke sampel penelitian yang memenuhi karakteristik, yaitu seseorang atau konsumen yang tertarik atau minat pada Sepatu Bata yang dimana total populasinya tidak diketahui secara pasti akan menjadi populasi. Sugiyono (2022) menafsirkan kuesioner sebagai salah satu teknik penghimpunan data yang di mana responden akan di mohon untuk merespon seperangkat pernyataan ataupun pertanyaan yang diserahkan oleh penguji. Pada penelitian ini kuesioner hendak terbagi dalam dua bagian, yaitu:

1. Bagian pertama berisikan informasi pribadi responden, seperti gender, usia, pekerjaan, tingkat pendidikan terakhir dan tingkat penghasilan
2. Bagian kedua berisikan item pernyataan dari masing-masing variabel yang berasal dari indikator dan diukur dengan skala pengukuran.

Pada kuesioner penelitian ini akan memakai jenis skala pengukuran bernama *likert scale*. Sugiyono (2022) mengasosiasikan *likert scale*

sebagai alat yang diaplikasikan untuk menaksir *opinion*, *attitude*, dan *perception* pada individu atau kelompok terhadap peristiwa sosial tertentu. Peristiwa sosial yang dituju sudah ditetapkan sebelum atas peneliti. Variabel yang akan diukur dikembangkan jadi indikator-indikator variabel dengan pemakaian *likert scale*. *Likert scale* yang diaplikasikan pada kuesioner penelitian ini memiliki interval nilai dari sangat positif hingga negatif, dengan poin penilaian dari 1 hingga 5. Menurut Hertanto (2017) penggunaan skala *Likert* dengan 5 (lima) tingkat pada kuesioner memiliki kelebihan tersendiri dalam menggali tanggapan responden. Pada dasarnya pemakaian lima tahap ini, dari amat tak setuju hingga amat setuju, tersebut memberikan lebih banyak opsi bagi responden untuk menyatakan pendapat mereka. Keberadaan opsi "netral" memberikan ruang bagi responden yang merasa tidak memiliki pendapat yang kuat atau merasa ragu-ragu terhadap pernyataan yang diajukan dalam kuesioner. Ini dapat meningkatkan akurasi dan keberagaman tanggapan yang diperoleh dalam penelitian. Dengan demikian, kelebihan ini dapat memperkaya analisis data dengan memperhitungkan berbagai sikap dan pendapat yang mungkin dimiliki oleh responden.

Tabel 3.1 Skala Likert

Skala	Tidak Setuju	Tidak Setuju	Netral	Setuju	Sangat Setuju
Sangat	(STS)	(TS)	(N)	(S)	(SS)
skor	1	2	3	4	5

Sumber: Metode Riset Penelitian Kuantitatif (2020)

Pengelompokkan kategori dari hasil rata – rata (mean) yang bernilai pecahan, peneliti menggunakan numerik linier dengan mencari nilai Rentang Skala (RS) dengan perhitungan $(5-1)/5$ hasilnya adalah 0.8. oleh karena itu dapat disimpulkan untuk Rentang Skala yang digunakan adalah (Aritonang, 2020):

- Sangat Tidak Setuju : 1 – 1,08
- Tidak Setuju : > 1,08 – 2,6
- Netral : > 2,6 – 3,4
- Setuju : > 3, 4 – 4,2

- Sangat Setuju : > 4,2 – 5

3.5 Definisi Operasional

Adapun definisi dari operasional variabel berdasarkan Salma (2022) dalam Sugiyono (2016) yakni seperangkat utuh penunjuk mengenai apa yang mesti diawasi dalam menaksir ataupun menguji suatu variabel atas pengujian kesempurnaannya. Penelitian ini akan menggunakan 4 (empat) variabel sebagai berikut:

1. Sugiyono (2022) menjabarkan variabel independen atau diketahui variabel bebas sebagai factor yang mempunyai kemampuan guna memberi pengaruh atau menjadi penyebab terjadinya pergantian atau kemunculan variabel terikat (dependen). Untuk konteks penelitian ini, terdapat tiga faktor independent, yaitu Inovasi Produk (X1), Harga (X2) serta Promosi (X3).
2. Menurut Sugiyono (2022), variabel dependen atau diketahui variable dependen ialah faktor yang terimbas atau mengalami dampak dari pengaruh faktor bebas. Sehingga untuk studi ini, faktor dependen yang digunakan yaitu minat beli (Y). untuk lebih memahami definisi dan Batasan yang jelas dari setiap variabel, peneliti menyediakan tabel definisi operasional variabel yang dapat membantu dalam menggambarkan kerangka konseptual dengan lebih mendalam.

Variabel	Definisi	Dimensi	Indikator	Skala	Sumber
Inovasi produk	Produk baru yang dikeluarkan nya sebuah perusahaan guna memperbaiki produk sebelumnya	1. Fitur produk himpunan pada seluruh prouk yang ditawarkan nya atas produsesn ke pembeli. 2. Desain produk, suatu ide	- Kualitas - Modifikasi - Kebutuhan Pasar	Likert (1-5)	Rayi & Aras (2021)

Variabel	Definisi	Dimensi	Indikator	Skala	Sumber
	melalui teknik memodifikasi, membuat label baru, dan dikembangkan penelitian Kotler & Amstrong (2019).	<p>pemikiran seseorang untuk menciptakan suatu produk baru yang mempunyai jual tingginya guna menaikkan estetika produk hendak dibikin atas perseroan.</p> <p>3. Mutu produk, suatu keahlian produk guna melakukan perannya misalkan cita rasa, daya tahannya, beserta tanda yang mempunyai skor lainnya (Kotler dan Keller, 2019).</p>			
Harga	Diantara unsur krusial atas ternjualnya suatu barang ataupun jasa	1. Harga yang Dipandangkan (pandangan pembeli atas tarif yang diterimanya),	- Daftar harga - Diskon - Potongan harga	Likert (1-5)	Kotler & Amstrong (2019:62)

Variabel	Definisi	Dimensi	Indikator	Skala	Sumber
	untuk memenangkan suatu persaingan dalam memasarkan Produknya (Fetrisen, 2019).	2. Harga yang direferensikan (Schiffman serta Kanuk dalam Indrasari, 2019).			
Promosi	Elemen krusial atas interaksi penjualan (Kotler serta Keller Rizal Mahmudi, 2021).	1. Frekuensi Promosi 2. Kualitas Promosi 3. Kuantitas promosi 4. Waktu promosi 5. Kesuaian Sasaran Promosi Kotler & Ketler dalam Kurniawan (2020: 23).	- Periklanan - Iklan Penjualan - Pemasaran Personal	Likert (1-5)	Restiani Widjaja (2023)
Minat Beli	Skema seseorang yang berkomitmen ataupun ketetapan yang menuju dalam suatu tindakan guna meraih suatu maksud	1. Adanya kecondongan guna membeli kembali suatu produk ataupun layanan yang sama. 2. Adanya skema yang dibuat	- Minat Transaksional - Minat Referensial - Minat Preferensial - Minat Eksploratif	Likert (1-5)	Fitri & Basri (2021)

Variabel	Definisi	Dimensi	Indikator	Skala	Sumber
	(Wang et al., 2019).	sengaja agar pembeli kembali suatu barang ataupun layanan. 3. Adanya prioritas guna memilah penjual diperbandingkan penjual lainnya atas jenis transaksinya yang sama (Trivedi dan Yadav, 2021).			

Sumber: Data Peneliti (2024)

3.6 Teknik Analisis Data

Sugiyono (2022) metode analisis ialah aktivitas yang dilaksanakan sesudah sumber data terkumpul dan berisikan kegiatan mengkategorikan data yang didasari variable dan jenis responden, melaksanakan tabulasi data, menyajikan data untuk masing-masing variabel, menunaikan perhitungan guna merespons rumusan masalah, dan melangsungkan kalkulasi guna memeriksa hipotesis. Maksud aktivitas tersebut yakni supaya membuat keterangan lebih gampang dimengerti, sampai memungkinkannya guna meraih suatu simpulan yang pas (Priadana et al., 2021, p.201).

Cara Analisa keterangan mempunyai 2 ragam cara yang dipakai yakni uji statistik deskriptif guna menganalisa keterangan pada penelitiannya guna menguraikan temuan pada datanya yang sudah diraih pada narasumber, serta pula uji statistik inferensial guna menariknya simpulan serta membikin ketetapan atas uji statistic yang sudah dilaksanakan. Dalam studi ini, *data analysis techniques* yang dikenakan mencakup *descriptive statistic* dan salah satu jenis *inferential*

statistic, yaitu *multiple regression analysis*. Regresi linier berganda berisikan algoritma yang dapat dipakai guna mengamati pola keterkaitan antara faktor terikat dan 2 atau lebih faktor bebas (Padilah & Adam, 2019). Proses analisis data pada penelitiannya akan mempergunakan perangkat lunak komputer yang disebut IBM SPSS 26.

3.7 Uji Validitas dan Uji Reabilitas

3.7.1 Uji Validitas

Uji Validitas yakni tata cara yang dikenakan untuk menilai seberapa besar suatu instrumen pengukur mampu mengukur variabel yang dimaksud dengan akurat (Hamid *et al.* 2019). Dan menurut Ghozali dalam Chairunnisa *et al.* (2020) menjelaskan jika uji validitas dilakukan guna menaksir sah ataupun tidak sah alat ukur penelitian, di penelitian ini yang dimaksud alat ukur yaitu kuesioner. Sebuah kuesioner akan dipandang valid bilamana pernyataan ataupun pertanyaan di dalam kuesioner bisa menaksir suatu hal yang diukur oleh kuesioner, yaitu indikator variabel. Jika ada pertanyaan atau pernyataan yang tidak valid, maka diharuskan untuk menghapus atau menggantikan dengan pernyataan baru. Menurut Ghozali dalam Chairunnisa *et al.* (2020) uji validitas dilakukan dengan melangsungkan perbandingan diantara skor r - taksir bersama nilai r - tabel pada *degree of freedom* (df) = $n - 2$ pada konteks tersebut n artinya total sample. Mengenai ketentuan, yakni.

1. Ketika r - taksir $>$ r - tabel, alat penelitian disebut sah.
2. Ketika r - taksir $<$ r - tabel, alat penelitian disebut tak sah.

3.7.2 Uji Reabilitas

Uji asumsi klasik ialah bagian penting yang patut dijalankan sebelum melaksanakan analisa regresi linear ganda mengenakan metode *Ordinary Least Squares* (OLS). Hal ini dilakukan karena bertujuan guna memastikan jika model regresi yang dipergunakan memberikan estimasi yang tepat, tidak bias, dan konsisten. Proses ini juga penting untuk memvalidasi persamaan regresi yang dikenakan dalam analisis. Uji asumsi klasik berisikan dari sejumlah langkah, yakni uji normalitas, kemudian uji

multikolineartas dan uji heterokedastisitas, serta uji autokorelasi. Setiap langkah ini bermaksud untuk memeriksa asumsi yang mendasari analisis regresi. Namun untuk studi ini tanpa memakai uji autokorelasi mengingat uji tersebut tidak perlu digunakan pada data *cross-sectional* (Aditiya *et al.* 2023). Dengan melaksanakan uji asumsi klasik, peneliti bisa meyakinkan bahwa analisis regresi yang dikerjakan memenuhi asumsi dasar yang diperlukan, sampai temuan analisa mampu diinterpretasikannya melalui akurat serta dapat diandalkan. Ini merupakan langkah penting dalam memastikan kevalidan dan keandalan temuan dari penelitian tersebut, serta memberikan dasar yang kuat bagi pengambilan keputusan berdasarkan hasil analisis regresi.

1. Bila Cronbach's Alpha $> 0,7$, artinya pernyataan reliable.
2. Bila Cronbach Alpha $< 0,7$, artinya pernyataan tak reliable.

3.8 Uji Asumsi Klasik

Uji asumsi klasik ialah bagian penting yang patut dijalankan sebelum melaksanakan analisa regresi linear ganda mengenakan metode *Ordinary Least Squares* (OLS). Adapun uji asumsi klasik berisikan dari sejumlah langkah, yakni uji normalitas, uji multikolineartas, uji heterokedastisitas, serta uji autokorelasi. Setiap langkah tersebut bermaksud untuk memeriksa asumsi yang mendasari analisis regresi. Namun untuk studi ini tanpa memakai uji autokorelasi mengingat uji tersebut tidak perlu digunakan pada data *cross-sectional* (Aditiya *et al.* 2023). Dengan melaksanakan uji asumsi klasik, peneliti bias meyakinkan bahwa analisis regresi yang dilakukan memenuhi asumsi dasar yang diperlukan, sampai temuan Analisa mampu diinterpretasikannya melalui lebih sah serta dapat diandalkan.

3.9 Uji Normalitas

Berdasarkan (Gunawan, 2020) Uji normalitas data yakni uji yang dipakai guna mendapati serta menaksir apakah keterangan yang diraih mempunyai perputaran wajar ataupun tak serta apakah keterangan yang diraih berawal pada populasinya yang berputar wajar. Uji normalitas bisa dilaksanakan melalui *One-Sample Kolmogorov-Smirnov* melalui metode *Monte Carlo* untuk menilai apakah residual mengikuti distribusi normal atau tidak (Epong Kurniatin, 2023).

Adapun ketentuan yang ditetapkan pada uji normalitas ini, yakni:

1. Bilamana nilai *Asymp. Sig. (2-tailed)* pada tabel Kolmogorov-Smirnov lebih besar 0.05, dapat dinyatakan berdistribusi normal.
2. Bilamana nilai *Asymp. Sig. (2-tailed)* pada tabel Kolmogorov-Smirnov lebih kecil 0.05, dapat dinyatakan tak berputar wajar.

3.10 Uji Multikolinearitas

Mengikut Ghozali (2018), uji tersebut memiliki orientasi demi memastikan bahwa faktor independen yang digunakan mempunyai korelasi yang tinggi atau sempurna dalam model regresi (Aditiya et al. 2023). Jika memiliki korelasi yang tinggi atau bebas pada variabel dependen, karena itu model regresi dinyatakan berisikan multikolinearitas dan dapat dinyatakan baik jika tidak ada korelasi antar pengaruh pada model regresi. Metode untuk mengidentifikasi permasalahan multikolinearitas yakni melalui mengevaluasi skor Tolerance serta VIF mengikuti aturan sebagaimana:

1. Bilamana skor $VIF > 10$ atau juga *tolerance* lebih kecil dari 0.1, desain disebut mengalami multikolinearitas.
2. Bilamana skor $VIF < 10$ atau juga *tolerance* lebih besar dari 0.1, model disebut tak mengalami multikolinearitas.

3.11 Uji Heteroskedastisitas

Mengikut Ghozali (2018) mengartikan uji heteroskedastisitas dilakukan guna memahami bahwa model regresi memiliki ketidakseragaman varians antara pengamatan residual. Heteroskedastisitas terjadi dikarenakan ada varians pada variabel model regresi yang tidak sama (Aditiya et al. 2023). Sedangkan homoskedastisitas terjadi ketika model regresi mempunyai nilai yang sama model regresi yang ingin dicapai yaitu residual dari satu pemantauan ke pemantauan lainnya yang konstan atau homoskedastisitas.

Adapun metode yang dapat dikenakan salah satunya Uji Koefisien Korelasi Spearman/Rank Spearman. Metode ini mengorelasikan variabel independen dengan nilai residual unstandardized (Sopiah & Diantika, 2023). Adapun dasar pengambilan uji rank Spearman, sebagai berikut:

1. Tidak ada indikasi heteroskedastisitas bila nilai Sig. lebih besar 0.05.
2. Terjadi ada indikasi heteroskedastisitas bila nilai Sig. lebih kecil 0.05.

3.12 Analisis Regresi Linear Berganda

Regresi linear ganda dilangsungkan guna menimbang sejauh mana efek faktor bebas terhadap faktor terikat (Purba *et al.* 2021). Analisis regresi linear berganda dilaksanakan guna mendapat pengetahuan arah dan ukuran besarnya pengaruh variabel independen kepada variabel dependen (Ghozali, 2018). Beberapa efek yang dihasilkan dari pengolahan data adalah efek positif dan signifikan, efek positif dan tidak signifikan, signifikan dan efek negatif, dan efek tidak signifikan negatif. Mengenai kesamaan regresi yang dihasilkan, yakni:

$$Y = \alpha + \beta_1 X_1 + \beta_2 X_2 + \beta_3 X_3 + e$$

Keterangan:

Y = Minat Beli

α = Konstanta

β_1 = Koefisien Inovasi Produk

X1 = Inovasi Produk

β_2 = Koefisien Harga

X2 = Harga

β_3 = Koefisien Promosi

X3 = Promosi

e = Error

3.13 Uji Hipotesis

3.13.1 Uji Koefisien Determinasi (R^2)

Uji Koefisien Determinasi (R^2) ialah bagian dari serangkaian uji hipotesis yang mempunyai destinasi untuk mengevaluasi seberapa besar presentase kesanggupan faktor bebas dalam menjelaskan faktor terikat (Purba *et al.* 2021). Skor koefisien determinasi yaitu di tengah 0 serta 1. Semakin mengarah angka 1, *Adjusted R²* menunjukkan bahwasanya variabel bebas memberi informasi yang lebih banyak untuk memproyeksikan faktor terikat. Maka nilai dari koefisien determinasi pun tinggi berdampak

pada kemampuan faktor bebas menjabarkan dan memprediksi faktor terikat semakin kuat.

3.13.2 Uji Parsial (Uji T)

Uji T ialah proses pengkajian koefisien regresi sebagian secara tunggal dengan tujuan guna menentukan apakah faktor indenpenden mengandung pengaruh signifikan terhadap variabel terikat (Purba *et al.* 2021). Skor T taksir diamati dalam table Koefisien pada *output* SPSS, sedang T table diperoleh pada formula $T \text{ table} = (\alpha / 2 : n - K)$ bersamaan skor taraf sig besarnya 5% (0.05). Adapun nilai T hitung dan juga T table bisa dilaksanakan perbandingan guna melaksanakan uji T.

Hipotesis:

Ho: variable independent tak mempunyai dampak atas variable dependen

Ha: variable independent mempunyai dampak atas variable dependen

Ketentuan:

1. Ho diterimanya serta Ha ditolaknya bila skor signifikan lebih besar 0.05
2. Ho ditolaknya serta Ha diterimanya bila skor signifikan lebih kecil 0.05

3.13.3 Uji F (Anova)

Uji F dilakukan guna mengukur dampak faktor independen secara simultan atau bersamaan terhadap faktor dependen (Purba *et al.* 2021). Uji F dapat dilaksanakan dengan cara melakukan banding skor F taksir bersama F tabel. Skor F taksir dilihat melalui ANOVA pada *output* SPSS. F table didapatkan dari F tabel = $n-k-1$ dalam taraf sig sebesar 5 persen (0.05), selanjutnya meninjau F tabel. Terdapat ketetapan untuk Uji F (uji simultan) yakni:

$$H_0: \beta_1 \beta_2 \beta_3 = 0$$

Dampak yang dihasilkan diantara inovasi barang (X1), harga (X2), serta promosi (X3) dengan bersama-sama atas Minat Beli (Y).

$$H_a: \beta_1 \beta_2 \beta_3 \neq 0$$

Terdapat pengaruh antara inovasi barang (X1), harga (X2), serta promosi (X3) dengan bersama-sama pada Minat Beli (Y).

Ketentuan:

3. H_0 ditolak serta H_a diterima bila skor F taksir lebih besar F table.
4. H_0 diterima serta H_a ditolak bila skor F taksir lebih kecil F table.

