

## **BAB III**

### **METODE PENELITIAN**

#### **3.1 Jenis dan Sumber Data**

##### **3.1.1 Jenis Penelitian**

Jenis penelitian yang diterapkan pada penelitian ini yaitu penelitian kuantitatif. Penelitian kuantitatif merupakan penelitian yang terstruktur dan sistematis dan data penelitiannya berbentuk numeric ataupun angka-angka yang diolah menggunakan rumus-rumus statistik dengan menggunakan pendekatan asosiatif. Menurut Sugiyono (2018) 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/statistik, dengan tujuan untuk menguji hipotesis yang telah ditetapkan.

##### **3.1.2 Sumber Data**

Data dalam penelitian ini diperoleh dari data primer dan sekunder. Dimana data primer berasal dari pengisian kuesioner yang diajukan kepada responden Pada PT. Rajawali Hiyoto. Hasil kuesioner diukur menggunakan skala *likert*, dengan nilai dari skala 1 sampai dengan 5. Sedangkan data sekunder diperoleh dari media elektronik, cetak dan buku serta jurnal.

### 3.2 Lokasi dan Waktu Penelitian

#### 3.2.1 Lokasi Penelitian

Lokasi penelitian merupakan tempat dimana peneliti melakukan observasi serta memperoleh data-data yang dibutuhkan peneliti dalam hal ini data perusahaan. Adapun penelitian dilakukan di PT. Rajawali Hiyoto yang berlokasi JL.Sampali, Kec. Percut Sei Tuan, Kabupaten Deli Serdang, Sumatera Utara 20371. Waktu penelitian yang dilakukan peneliti yaitu bulan April 2023 sampai bulan Juli 2023.

#### 3.2.2 Waktu Penelitian

Waktu merupakan kapan penelitian dilakukan dan dilaksanakan. Penelitian ini akan dilakukan mulai dari bulan April 2023 sampai bulan Juli 2023.

**Tabel 3.1**  
**Waktu Penelitian**

No	Kegiatan	Bulan																							
		April -23				Mei-23				Juni-23				Juli-23				Agu-23				Sep-23			
		1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4
1	Pengajuan Judul																								
2	Pra Riset																								
3	Penulisan Proposal																								
4	Bimbingan Proposal																								
5	Seminar Proposal																								
6	Pengolahan Data																								
7	Bimbingan Skripsi																								
8	Sidang Meja Hijau																								

Sumber: Data Diolah

### **3.3 Populasi dan Sampel**

#### **3.3.1 Populasi**

Sugiyono (2018) mengartikan populasi sebagai wilayah generalisasi yang terdiri atas obyek/subyek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya. Dari pengertian diatas penulis dapat menyimpulkan bahwa populasi bukan hanya sekedar jumlah yang ada pada objek atau subjek yang dipelajari tetapi meliputi seluruh karakteristik atau sifat yang dimiliki oleh objek atau subjek tersebut.

Berdasarkan pengertian populasi di atas, maka yang akan dijadikan populasi dalam penelitian ini adalah pelanggan dari perusahaan distributor PT. Rajawali Hiyoto Medan yang sedang melakukan pembelian serta pemesanan. Dimana jumlah konsumen di lihat berdasarkan resi pembelian yang dilakukan oleh konsumen pada PT. Rajawali Hiyoto Medan sebesar 145 konsumen.

#### **3.3.2 Sampel**

Sedangkan sampel adalah bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi. Dalam penelitian ini, peneliti memilih teknik pengambilan sampel acak atau *random sampling*. Dimana teknik dan sampel yang peneliti gunakan secara acak, tanpa memandang sampel atas dasar strata atau status sosial dari segi apapun. Sampel yang akan dijadikan obyek penelitian dalam proposal ini yaitu jumlah keseluruhan yang menjadi konsumen pada distributor PT. Rajawali Hiyoto Medan.

Dalam penelitian ini, penulis menetapkan ukuran sampel dengan menggunakan rumus Slovin (Silaen, 2019) sebagai berikut.

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

Untuk populasi (N) sebesar 145 konsumen maka nilai kritis yang ditetapkan sebesar 10%. Dengan demikian ukuran sampel yang dibutuhkan berdasarkan rumus diatas adalah:

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

$$n = \frac{145}{1+145 (0,1)^2}$$

$$n = \frac{145}{1+1,45}$$

$$n = \frac{145}{2,45}$$

$$n = 60 \text{ responden}$$

### **3.4 Definisi Operasional Variabel Penelitian**

Definisi operasional variabel adalah pengertian variabel (yang diungkap dalam definisi konsep) tersebut, secara operasional, secara praktik, secara nyata dalam lingkup obyek penelitian/obyek yang diteliti. Variabel yang digunakan dalam penelitian ini adalah variabel bebas dan variabel terikat.

**Tabel 3.2**  
**Definisi Operasional Variabel**

No	Variabel	Definisi	Indikator	Skala
1	Volume Penjualan (Y)	Menurut Zulkarnain (2019), penjualan merupakan tujuan dari pemasaran artinya perusahaan melalui departemen/bagian pemasaran termasuk tenaga penjualan ( <i>sales force</i> ) nya akan berupaya melakukan kegiatan penjualan untuk menghabiskan produk yang dihasilkan.	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Kualitas produk.</li> <li>2. Perhatian konsumen.</li> <li>3. Kebutuhan pasar.</li> <li>4. Kesetiaan konsumen.</li> <li>5. Memberikan potongan harga (Kotler dan Philip 2018)</li> </ol>	<i>Likert</i>
2	Promosi (X1)	Menurut (Daryanto 2018) mengatakan bahwa: “Promosi adalah arus informasi atau persuasi satu arah yang dapat mengarahkan organisasi atau seseorang untuk menciptakan transaksi antara pembeli dan penjual.	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Pesan Promosi.</li> <li>2. Media Promosi</li> <li>3. Waktu Promosi.</li> <li>4. Frekuensi Promosi.</li> </ol> (Kotler dan Keller 2017 dalam Syahputra dan Herman 2020)	<i>Likert</i>
3	Harga Jual (X2)	Menurut (Kotler dan keller, 2017) Menyatakan bahwa harga adalah elemen dalam bauran pemasaran yang tidak saja menentukan probabilitas tetapi juga sebagai sinyal untuk mengomunikasikan proposal nilai suatu produk.	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Terjangkau atau tidaknya harga.</li> <li>2. Kesesuaian antara harga dengan kualitas produk.</li> <li>3. Daya saing harga.</li> <li>4. Kesesuaian harga dengan manfaat produk (Kotler dan Keller 2019)</li> </ol>	<i>Likert</i>
4.	Saluran Distribusi (X3)	Menurut Daryanto (2019:63) distribusi adalah “suatu perangkat organisasi yang saling bergantung dalam menyediakan satu produk untuk digunakan atau dikonsumsi oleh konsumen/pengguna.	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Ukuran Lot.</li> <li>2. Waktu tunggu dan waktu pengiriman.</li> <li>3. Kenyamanan spesial Tingkat.</li> <li>4. Keragaman produk.</li> <li>5. Dukungan layanan Jasa tambah (Kotler 2018)</li> </ol>	<i>Likert</i>

Sumber: Ahli Sugiyono

### 3.4.1 Aspek Pengukuran Variabel

Skala pengukuran data yang dilakukan pada penelitian ini adalah dengan menggunakan Skala *Likert*, yaitu skala yang digunakan untuk mengukur sikap, pendapat dan persepsi seseorang atau sekelompok orang tentang fenomena sosial (Syafrizal & Lutfi, 2019).

Berikut ini akan digambarkan metode penggunaan skala *likert*:

**Tabel 3.3**  
**Skala *likert***

Opsi Jawaban	Nilai
Sangat Setuju	5
Setuju	4
Ragu-Ragu	3
Tidak Setuju	2
Sangat Tidak Setuju	1

Sumber: Skala *Lingkert*

### 3.5 Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data yang peneliti lakukan adalah menggunakan observasi dan kuisioner.

#### 1. Observasi

Observasi adalah metode pengumpulan data yang kompleks karena melibatkan berbagai faktor dalam pelaksanaannya. Metode pengumpulan data observasi tidak hanya mengukur sikap dari responden, namun juga dapat digunakan untuk merekam berbagai fenomena yang terjadi. Teknik pengumpulan data observasi cocok digunakan untuk penelitian yang bertujuan untuk mempelajari perilaku manusia, proses kerja, dan gejala-gejala alam. Metode ini

juga tepat dilakukan pada responden yang kuantitasnya tidak terlalu besar.

## 2. Kuesioner

Responden dapat menyatakan alasan dan tanggapan atas pertanyaan tertutup sebelumnya. Responden pada penelitian ini akan diminta untuk menjawab pertanyaan yang ada, sekaligus memberikan pernyataan di kolom yang tersedia. Pertanyaan tertutup adalah pertanyaan yang tidak memberi kesempatan untuk responden dalam memberi tanggapan maupun pertanyaan dalam kuesioner. Responden diberi pilihan dalam menjawab berdasarkan skala. Skala *Likert* adalah salah satu alat ukur (mengumpulkan data dengan cara (mengukur menimbang) yang setiap butir pertanyaannya memuat pilihan yang berjenjang.

### **3.6 Uji Instrumen Penelitian**

#### **3.6.1 Uji Validitas**

Instrumen yang valid berarti alat ukur yang digunakan untuk mendapatkan data itu valid. Validitas menurut Sugiyono (2019), menunjukkan derajat ketepatan antara data yang sesungguhnya terjadi pada objek dengan data yang dikumpulkan oleh peneliti untuk mencari validitas sebuah item, kita mengkorelasikan skor item dengan total item-item tersebut. Suatu kuesioner dikatakan valid atau sah berarti memiliki validitas yang tinggi, begitu juga sebaliknya jika kuesioner tidak valid berarti memiliki validitas yang rendah. Metode yang digunakan untuk

memberikan penilaian terhadap validitas kuisioner dalam penelitian ini yaitu dengan menggunakan rumus korelasi produk momen (*Moment Product Correlation/Pearson Correlation*) yang dikemukakan oleh Pearson.

Adapun kriteria pengujian validitas menggunakan taraf signifikan ( $\alpha$ ) sebesar 0,5. Kriteria dalam menentukan validitas suatu kuisioner adalah sebagai berikut:

1. Jika  $r_{hitung} > r_{tabel}$  maka pertanyaan tersebut valid.
2. Jika  $r_{hitung} < r_{tabel}$  maka pertanyaan tersebut tidak valid.

**Tabel 3.4**  
**Hasil Uji Validitas Promosi (X1)**

Pernyataan	$R_{hitung}$	$R_{tabel}$ Df= N-2	Keterangan
Pihak dari PT. Rajawali Hiyoto selalu memberikan pesan kepada konsumen untuk cara pemakaian yang baik dan benar.	0,752	0,361	Valid
Media promosi yang digunakan oleh PT. Rajawali Hiyoto dalam melakukan promosi menggunakan media sosial dan media cetak.	0,725	0,361	Valid
Untuk waktu promosi yang dilakukan oleh PT. Rajawali Hiyoto setiap hari.	0,688	0,361	Valid
Untuk jumlah promosi yang digunakan oleh pihak PT. Rajawali Hiyoto dilakukan hanya dalam kurun waktu tertentu saja.	0,931	0,361	Valid
Media promosi yang digunakan hanya sebagai media pelengkap untuk menawarkan produk kepada konsumen.	0,871	0,361	Valid

Sumber: Hasil Penelitian (2023)

Berdasarkan dari tabel diatas dapat dilihat bahwa nilai dari seluruh pernyataan dari variabel Promosi (X1)  $r_{hitung}$  lebih besar dari  $r_{tabel}$ , maka sesuai dengan kriteria dalam menentukan validitas suatu kuisioner  $r_{hitung} > r_{tabel}$  maka pertanyaan tersebut dinyatakan valid.

**Tabel 3.5**  
**Hasil Uji Validitas Harga Jual (X2)**

No. Item	$R_{hitung}$	$R_{tabel} Df= N-2$	Keterangan
Untuk harga yang ditetapkan oleh pihak PT. Rajawali Hiyoto cukup terjangkau.	0,869	0,361	Valid
Harga yang diberikan pihak PT. Rajawali Hiyoto sudah sesuai dengan kualitas produk yang diberikan.	0,763	0,361	Valid
Untuk harga yang ditetapkan oleh PT. Rajawali Hiyoto dapat dikatakan bisa bersaing dengan produk lain.	0,843	0,361	Valid
Harga yang ditetapkan oleh pihak PT. Rajawali Hiyoto sudah sesuai dengan manfaat yang diperoleh oleh konsumen.	0,827	0,361	Valid
Setiap harga yang ditetapkan oleh pihak PT. Rajawali Hiyoto sesuai dengan keinginan konsumen.	0,920	0,361	Valid

Sumber: Hasil Penelitian (2023)

Berdasarkan dari tabel diatas dapat dilihat bahwa nilai dari seluruh pernyataan dari variabel Harga Jual (X2)  $r_{hitung}$  lebih besar dari  $r_{tabel}$ , maka sesuai dengan kriteria dalam menentukan validitas suatu kuisioner  $r_{hitung} > r_{tabel}$  maka pertanyaan tersebut dinyatakan valid.

**Tabel 3.6**  
**Hasil Uji Validitas Saluran Distribusi (X3)**

No. Item	$R_{hitung}$	$R_{tabel} Df= N-2$	Keterangan
Untuk jumlah yang dibeli oleh konsumen tidak memiliki batasan jumlah pembelian.	0,731	0,361	Valid
Untuk waktu pengiriman dan waktu tunggu hanya memerlukan jangka satu hari saja.	0,437	0,361	Valid
Kenyamanan dalam membeli adalah tugas utama dari perusahaan.	0,828	0,361	Valid
Terdapat banyak varian merek yang di jual oleh PT. Rajawali Hiyoto.	0,746	0,361	Valid
Konsumen dari PT. Rajawali Hiyoto hanya hanya menyukai satu produk saja.	0,912	0,361	Valid

Sumber: Hasil Penelitian (2023)

Berdasarkan dari tabel diatas dapat dilihat bahwa nilai dari seluruh pernyataan dari variabel Saluran Distribusi (X3)  $r_{hitung}$  lebih besar dari  $r_{tabel}$ ,

maka sesuai dengan kriteria dalam menentukan validitas suatu kuisioner

$r_{hitung} > r_{tabel}$  maka pertanyaan tersebut dinyatakan valid.

**Tabel 3.7**  
**Hasil Uji Validitas Volume Penjualan (Y)**

No. Item	$R_{hitung}$	$R_{tabel}$ Df= N-2	Keterangan
Kemampuan produk dari perusahaan PT. Rajawali Hiyoto memiliki daya tahan dan kualitas yang baik.	0,825	0,361	Valid
Konsumen pada PT. Rajawali Hiyoto rata-rata memiliki pengaruh besar terhadap kelangsungan bisnis.	0,618	0,361	Valid
Pihak dari PT. Rajawali Hiyoto memahami kebutuhan pasar dan mengetahui apa yang di cari oleh konsumen.	0,757	0,361	Valid
Pihak PT. Rajawali Hiyoto mampu menangani keluhan konsumen dengan baik.	0,736	0,361	Valid
Pihak dari PT. Rajawali Hiyoto selalu memberikan potongan harga kepada konsumen yang membeli.	0,892	0,361	Valid

Sumber: Hasil Penelitian (2023)

Berdasarkan dari tabel diatas dapat dilihat bahwa nilai dari seluruh pernyataan dari variabel Volume Penjualan (Y)  $r_{hitung}$  lebih besar dari  $r_{tabel}$ , maka sesuai dengan kriteria dalam menentukan validitas suatu kuisioner  $r_{hitung} > r_{tabel}$  maka pertanyaan tersebut dinyatakan valid.

### 3.6.2 Uji Reliabilitas

Reliabilitas adalah alat untuk mengukur suatu kuesioner yang merupakan indikator dari variabel. Suatu kuesioner dikatakan reliabel atau handal jika jawaban seseorang terhadap pertanyaan adalah konsisten atau stabil dari waktu ke waktu (Ghozali, 2018). Reliabilitas menunjukkan bahwa suatu instrument cukup dapat dipercaya untuk digunakan sebagai alat pengumpul data karena instrument tersebut sudah baik. Dalam menghitung

reliabilitas, peneliti menggunakan rumus Cronbach's Alpha. Metode ini diukur berdasarkan Cronbach's Alpha 0 sampai 1. Berikut kriteria pengujian untuk uji reliabilitas:

1. Apabila nilai cronbach's alpha  $\geq 0,60$  artinya indikator kuesioner penelitian yang digunakan dalam penelitian ini dinyatakan reliabel atau terpercaya.
2. Apabila cronbach's alpha  $< 0,60$  artinya indikator kuesioner penelitian yang digunakan dalam penelitian ini dinyatakan tidak reliabel atau tidak terpercaya.

**Tabel 3.8**  
**Hasil Uji Reabilitas**

No.	Variabel	Nilai Cronbac's Alpha	Keterangan
1.	Promosi	0,854	Reliable
2.	Harga Jual	0,898	Reliable
3.	Saluran Distribusi	0,792	Reliable
4.	Volume Penjualan	0,825	Reliable

Sumber: Hasil Uji SPSS Versi 25

Berdasarkan tabel diatas bahwa pengujian reliabilitas terhadap 5 pernyataan kuesioner dari variabel Promosi (X1), Harga Jual (X2), Saluran Distribusi (X3), dan Volume Penjualan (Y) didapatkan hasil Cronbach's Alpha secara keseluruhan lebih besar dari 0,60, sehingga dapat disimpulkan 5 pernyataan kuesioner semua variabel dalam penelitian ini dinyatakan reliable.

### **3.7 Teknik Analisis Data**

Analisis data adalah suatu cara yang digunakan untuk pengolahan data yang telah diperoleh dalam penelitian, untuk menguji hipotesis dalam penelitian digunakan teknik analisis data. Menurut Sugiyono (2018),

analisis data penelitian diarahkan untuk menjawab rumusan masalah atau menguji hipotesis yang telah dirumuskan dalam proposal.

### **3.7.1 Statistik Deskriptif**

Metode analisis statistik deskriptif memberikan gambaran atau deskripsi suatu data yang dilihat dari nilai rata-rata (mean), standar deviasi, maksimum, dan minimum. Statistik deskriptif dimaksudkan untuk memberikan gambaran mengenai distribusi dan perilaku data sampel tersebut (Ghozali 2019, hal. 109).

### **3.7.2 Uji Asumsi Klasik**

Uji Asumsi Klasik adalah pengujian terhadap model regresi untuk mengindari adanya penyimpangan pada model regresi dan untuk mendapatkan model regresi yang lebih akurat. Pengujian asumsi klasik terdiri dari empat pengujian, yaitu uji normalitas, uji multikolinearitas dan uji heteroskedastisitas. Dalam mengolah data penulis dibantu dengan *Software SPSS 25.0 for Windows*.

#### **3.7.2.1 Uji Normalitas**

Uji Normalitas, Uji normalitas residual digunakan untuk menguji apakah nilai residual yang dihasilkan dari regresi terdistribusi secara normal atau tidak. Ghozali (dalam Cahyani Sitohang, 2018) Bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi, variabel pengganggu atau residual memiliki distribusi normal. Dalam penelitian ini menggunakan uji statistik Kolmogorov-Smirnov.

Dasar pengambilan keputusan bisa dilakukan berdasarkan probabilitas (*Asymtotic Significance*), yaitu :

- a. Jika probabilitas  $> 0,05$  maka distribusi dari model regresi adalah normal.
- b. Jika probabilitas  $< 0,05$  maka distribusi dari model regresi adalah tidak normal.

### **3.7.2.2 Uji Multikolinearitas**

Uji multikolinieritas bertujuan untuk melihat ada atau tidaknya korelasi yang tinggi antara variabel variabel independen dalam suatu model regresi linier berganda. Jika ada korelasi yang tinggi di antara variabel variabel independennya, maka hubungan antara variabel independen terhadap variabel dependennya menjadi terganggu. Uji multikolinieritas dilakukan juga bertujuan untuk menghindari kebiasaan dalam pengambilan kesimpulan mengenai pengaruh pada uji parsial masing masing variabel independen terhadap variabel dependen. Model regresi yang baik seharusnya tidak terjadi korelasi diantara variabel bebas.

Uji multikolinieritas bertujuan untuk melihat ada atau tidaknya korelasi yang tinggi antara variabel variabel independen dalam suatu model regresi linier berganda. Jika ada korelasi yang tinggi di antara variabel variabel independennya, maka hubungan antara variabel independen terhadap variabel dependennya menjadi terganggu. Uji multikolinieritas dilakukan juga bertujuan untuk menghindari kebiasaan dalam pengambilan kesimpulan mengenai pengaruh pada uji parsial

masing masing variabel independen terhadap variabel dependen. Model regresi yang baik seharusnya tidak terjadi korelasi diantara variabel bebas. Uji multikolinieritas dapat dilakukan dengan melihat VIF (*variance inflation factors*) dan nilai tolerance. Pengambilan keputusan dengan melihat nilai tolerance.

1. Tidak terjadi multikolinieritas, jika nilai tolerance  $> 0,10$
2. Terjadi multikolinieritas, jika nilai tolerance  $\leq 0,10$

Dengan melihat nilai VIF

1. Tidak terjadi multikolinieritas, jika nilai VIF  $< 10,00$
2. Terjadi multikolinieritas, jika nilai VIF  $\geq 10,00$

### **3.7.2.3. Uji Heteroskedastisitas**

Dalam menguji heterokedastisitas peneliti menggunakan cara uji Glejser. Dasar pengambilan keputusan uji heterokedastisitas Dasar pengambilan keputusan adalah sebagai berikut.

- a. Jika Nilai Signifikan, lebih besar dari 0,05, maka kesimpulannya adalah tidak terjadi gejala heterokedastisitas dalam model regresi.
- b. Sebaliknya, jika nilai signifikan lebih kecil dari 0,05, maka kesimpulannya adalah terjadi gejala heterokedastisitas dalam model regresi.

### **3.7.3 Analisis Regresi Linear Berganda.**

Menurut Ghozali (2018, hal. 95) analisis regresi linear berganda adalah analisis untuk mengetahui pengaruh variabel bebas (independen) yang jumlahnya lebih dari satu terhadap satu variabel terikat (dependen).

Model analisis regresi linier berganda digunakan untuk menjelaskan hubungan dan seberapa besar pengaruh variabel-variabel bebas (independen) terhadap variabel terikat (dependen). Untuk keperluan analisis, variabel bebas akan dinyatakan dengan X sedangkan variabel tidak bebas dinyatakan dengan Y. Analisis regresi linier berganda dilakukan setelah uji asumsi klasik karena memastikan terlebih dahulu apakah model tersebut tidak terdapat masalah normalitas, multikolinieritas, autokorelasi, dan heteroskedastisitas. Persamaan regresi linier berganda sebagai berikut :

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

Keterangan ;

Y	= Volume Penjualan
$\alpha$	= Konstanta
$\beta_1 \beta_2$	= Koefisien Regresi
X <sub>1</sub>	= Promosi
X <sub>2</sub>	= Harga Jual
X <sub>3</sub>	= Saluran Distribusi
e <sub>1</sub>	= Error

### 3.7.4 Uji Hipotesis

#### a. Uji t (Parsial)

Menurut Ghozali (2019), uji statistik t pada dasarnya menunjukkan seberapa jauh pengaruh satu variabel independen secara individual dalam menerangkan variabel dependen. Pengambilan keputusan dengan tingkat signifikansi ( $\alpha$ ) = 5% ditentukan dengan cara sebagai berikut:

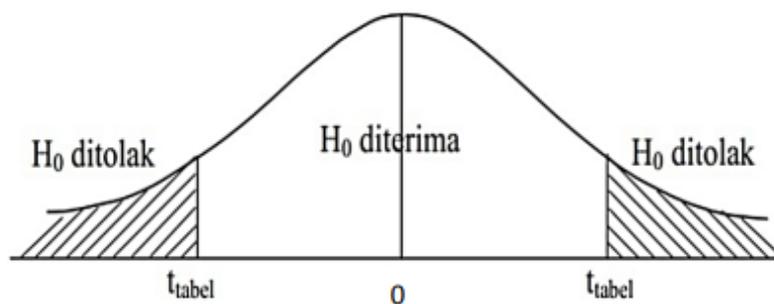
1. Jika tingkat signifikansi  $t$  hitung  $< 5\%$  atau  $t$  hitung  $> t$  tabel, maka hipotesis diterima.
2. Jika tingkat signifikansi  $t$  hitung  $> 5\%$  atau  $t$  hitung  $< t$  tabel, maka hipotesis ditolak.

$t$  = Distribusi

$r$  = Koefisien korelasi parsial

$r^2$  = Koefisien determinasi

$n$  = jumlah data

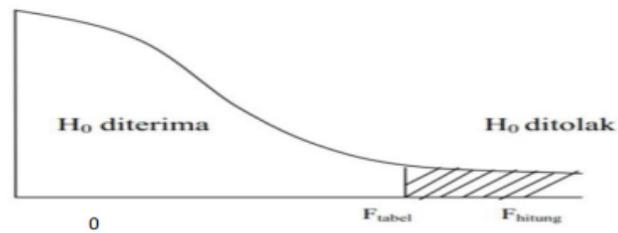


**Gambar 3.1**  
**Daerah Penerimaan dan Penolakan Uji-t**

#### **b. Uji F (Simultan)**

Uji statistik F pada dasarnya menunjukkan apakah semua Variabel bebas yang dimasukkan dalam model mempunyai pengaruh secara bersama-sama terhadap variabel terikat. Kriteria pengujian pada uji F adalah sebagai berikut:

1. Jika tingkat signifikansi  $F < 5\%$  atau  $F$  hitung  $> F$  tabel, maka hipotesis diterima.
2. Jika tingkat signifikansi  $F > 5\%$  atau  $F$  hitung  $< F$  tabel, maka hipotesis ditolak.



**Gambar 3.2**  
**Kurva Daerah Penerimaan dan Penolakan Uji-F**

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

Menurut Ghozali (2018) uji koefisien determinasi ( $R^2$ ) digunakan untuk mengukur seberapa besar kemampuan model dalam menerangkan variasi variabel dependen. Koefisien Determinasi ( $R^2$ ) pada dasarnya mengukur proporsi atau persentase sumbangan variabel independen yaitu variabel Promosi (X1) Harga Jual (X2) dan Saluran Distribusi (X3) terhadap variasi naik turunnya variabel dependen yaitu Volumen Penjualan (Y) secara serempak, dimana  $0 \leq R^2 \leq 1$ . Nilai  $R^2$  yang kecil berarti kemampuan variabel-variabel independen dalam menjelaskan variasi variabel dependen sangat terbatas. Nilai yang mendekati satu berarti variabel-variabel independen memberikan hampir semua informasi yang dibutuhkan untuk memprediksi variasi variabel dependen (Ghozali, 2019). rumus determinasi sebagai berikut.

$$\mathbf{Kd = r^2 \times 100\%}$$

Keterangan:

Kd = Koefisien determinasi

r = Koefisien korelasi

