

BAB III

METODE PENELITIAN

A. Desain Penelitian

Menurut Nazir (1988:63) dalam *Sample Book of Research Methods*, metode deskriptif adalah suatu strategi untuk menilai kondisi terkini dari suatu populasi, suatu item, sekumpulan kondisi, suatu teori, atau suatu kelas peristiwa. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk melukiskan gambaran yang lengkap dan akurat tentang fakta, karakteristik, dan hubungan antar fenomena yang diteliti. Menurut Sugiyono (2005:21), meskipun metode deskriptif berguna untuk memberikan penjelasan yang menyeluruh tentang suatu temuan penelitian, tidak tepat untuk membuat generalisasi yang luas. (Rokhmatin, 2018),

Penjelasan tersebut memberikan dasar untuk penelitian ini, yang menggunakan kerangka konseptual yang disajikan pada bab sebelumnya untuk menguji hubungan antara konten media sosial Instagram dan keputusan berkunjung wisatawan.

B. Obyek Penelitian

Menurut Sugiyono (2017: 38), objek penelitian adalah untuk mempelajari lebih lanjut tentang karakteristik atau signifikansi individu, benda, atau tindakan yang bervariasi dengan cara yang telah ditentukan dan kemudian ditarik kesimpulannya.

Dapat diartikan bahwa objek penelitian merupakan suatu objek yang diteliti dan dianalisis. Lingkup obyek yang ditentukan dalam penelitian ini adalah

keputusan berkunjung wisatawan yang menggunakan Instagram dan mengikuti akun Instagram @thegreatasiaafrica.id.

C. Populasi dan Sampel

1. Populasi

Populasi dapat diartikan sebagai wilayah generalisasi penelitian, generalisasi ini dapat terdiri dari objek dan subjek penelitian. Populasi bukan hanya sekedar jumlah, namun dapat berbentuk sifat serta katakteristiknya (Sugiyono, 2011).

Dalam hal ini populasi ditentukan dari jumlah *followers* Instagram @thegreataasiaafrica yaitu 90.100 *followers* yang diakses pada 8 April 2022.

2. Sampel

Menurut Sugiyono, (2017:81) sampel ialah bagian dari populasi yang menjadi sumber data dalam penelitian, dimana populasi merupakan bagian dari jumlah karakteristik yang dimiliki oleh populasi. Jika populasi besar, serta peneliti tidak mungkin mempelajari seluruh populasi karena dana, tenaga, keterbatasan waktu, dan lain-lain. Maka peneliti dapat menggunakan sampel yang diambil dari populasi tersebut (Sugiyono, 2012).

Penelitian ini menggunakan *non-probability sampling* dengan *simple random sampling*, Peneliti menggunakan teknik *simple random sampling* karena pengambilan sampel anggota populasi dilakukan secara acak tanpa memperhatikan strata yang ada dalam populasi itu. *Simple random sampling* termasuk dalam non-probabilitas dengan demikian setiap unit sampling sebagai unsur populasi yang terpencil memperoleh peluang yang sama untuk menjadi sampel atau mewakili populasi contohnya adalah dari 90.100 *followers* instagram TGAA akan diambil 400 responden secara acak.

Pada penelitian ini jumlah *followers* pada akun Instagram @thegreataasiaafrica.id yaitu 90.100 orang yang mengikuti @thegreataasiaafrica.id di Instagram, jadi dengan menggunakan rumus Slovin, peneliti dapat menghitung berapa banyak sampel yang diperlukan dengan membandingkan ukuran populasi dengan persentase penyisihan ketidaktepatan. Karena pengambilan sampel dapat ditoleransi atau diinginkan dengan cara berikut:

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

Rumus Slovin :

$$n = N / (1 + (N \times e^2))$$

Dimana :

n = ukuran sampel

N = ukuran populasi

e = Nilai Kritis/Batas Ketelitian (umumnya 0,5)

Berdasarkan Rumus Slovin, maka besarnya penarikan jumlah sampel penelitian adalah :

$$\begin{aligned} n &= \frac{90.100}{1 + 90.100 * 0,05^2} \\ &= \frac{90.100}{1 + 90.100 * 0,05} \\ &= \frac{625.104}{1 + 225,25} \end{aligned}$$

$$\begin{aligned} &= \frac{90.100}{225,25} \\ &= 398,2 \end{aligned}$$

Berdasarkan hasil dari rumus diatas, sampel penelitian ini berjumlah 398 responden yang dibulatkan menjadi 400 responden penelitian.

D. Metode Pengumpulan Data

1. Kuesioner

Mendistribusikan daftar pertanyaan atau prompt kepada responden dalam bentuk tertulis adalah inti dari kuesioner, metode pengumpulan data (Sugiyono, 2011). Para peneliti dalam penelitian ini membagikan kuesioner secara pribadi. Untuk mengumpulkan informasi untuk penelitian ini, kuesioner dikirim ke pengguna Instagram yang mengikuti @thegreatasiafrica.id serta pengunjung The Great Asia Africa.

2. Data Sekunder

Mendistribusikan daftar pertanyaan atau prompt kepada responden dalam bentuk tertulis adalah inti dari kuesioner, metode pengumpulan data (Sugiyono, 2011). Para peneliti dalam penelitian ini membagikan kuesioner secara pribadi. Untuk mengumpulkan informasi untuk penelitian ini, kuesioner dikirim ke pengguna Instagram yang mengikuti @thegreatasiafrica.id serta pengunjung The Great Asia Africa.

3. Skala Pengukuran

Menurut Sugiyono (2012: 93). skala likert dapat digunakan untuk menilai bagaimana perasaan orang terhadap suatu fenomena sosial (2012: 93). Apakah jawaban seseorang afirmatif atau negatif, seseorang harus mendukungnya

dengan bukti (negatif)., seorang responden harus memperlihatkan serta mendukung pertanyaan baik (positif) maupun mendukung pernyataan (negatif). Kuesioner yang akan dibagikan dalam penelitian ini yaitu menggunakan skala likert dan berbentuk checklist. Seperti yang dapat dilihat pada contoh di bawah ini, ada berbagai pilihan respons yang tersedia untuk setiap item pada skala Likert instrumen, dari sangat setuju hingga sangat tidak setuju seperti yang ditunjukkan pada contoh di bawah ini.

TABEL 2 SKALA LIKERT

Pertanyaan	Penilaian
Sangat Tidak Sejujut (STS)	5
Tidak Setuju (TS)	4
Cukup (C)	3
Setuju (S)	2
Sangat Setuju (SS)	1

Sumber : Sugiyono (2021:94)

Dikarenakan data yang diperoleh menggunakan skala likert adalah data ordinal, data ordinal yang diperoleh melalui penggunaan skala Likert akan diubah menjadi data interval melalui penerapan teknik *MSI (Method of Succesive Interval)*.

E. Definisi Operasional Variabel

1. Variabel Independen

Menurut (Sugiyono, 2015:96) variabel independen adalah variabel yang mempengaruhi atau yang menjadi sebab perubahannya atau timbulnya variabel

dependen (terikat). Adapapun dalam penelitian ini yang menjadi variabel independennya yaitu konten media sosial instagram (X).

2. Variabel Dependen

Menurut (Sugiyono, 2015:97) variabel Dependen merupakan variabel yang dipengaruhi atau yang menjadi akibat, karena adanya variabel bebas. Dalam penelitian ini yang menjadi variabel dependennya ialah keputusan berkunjung wisatawan (Y).

3. Matriks Operasional Variabel

Menurut Sugiyono (2015), Untuk menarik kesimpulan dari suatu penelitian, peneliti memerlukan pemahaman yang jelas tentang definisi operasional variabel penelitian, yaitu suatu atribut, sifat, atau nilai benda atau kegiatan dengan variasi yang telah ditentukan. Peneliti akan mengukur konten media sosial Instagram yang diukur menggunakan analogi dari *content marketing* menggunakan teori dari Karr, yang dikutip dari penelitian oleh (Bening & Kurniawati, 2019): *Reader Cognition*, *Sharing Motivation*, *Persuasion*, *Decision Making*, dan *Factor* sebagai Variabel X. Sedangkan untuk keputusan berkunjung wisatawan akan menggunakan teori dari (Hidayah, 2021) yaitu Faktor Internal dan Faktor Eksternal sebagai Variabel Y.

Tabel 3 Matriks Operasional Variabel

Variabel	Sub Variabel	Dimensi	Indikator	Skala	Instrumen
Media Sosial Instagram (X)	<i>Konten Marketing</i> , Karr dalam (Bening & Kurniawati, 2019)	<i>Read Cognition</i>	-Konten mudah dipahami oleh pembaca -Konten mampu diingat oleh para pembaca	Ordinal	Kuesioner
		<i>Sharing Motivation</i>	-Konten mampu menjelaskan produk yang ditawarkan	Ordinal	Kuesioner

			-Konten memiliki isi yang bernilai dan mengedukasi		
		<i>Persuasion</i>	-Konten dapat disukai oleh target Isi dapat dipercaya -Konten yang dibuat dapat memberikan feedback	Ordinal	Kuesioner
		<i>Decision Making</i>	-Konten memiliki nilai yang relevan -Isi Konten membantu dalam pengambilan keputusan	Ordinal	Kuesioner
		<i>Factors</i>	-Isi dalam Konten dapat memberikan suatu manfaat -Konten sesuai dengan kenyataan -Konten dibuat dengan kode etik yang berlaku serta tidak dimanipulasi.	Ordinal	Kuesioner
	Faktor Internal (Hidayah, 2021)	Waktu	Tingkat Ketersediaan Waktu	Ordinal	Kuesioner

Keputusan Berkunjung Wisatawan (Y)		Faktor Psikologis	Berminat untuk berkunjung ke TGAA Adanya ketertarikan mengunjungi TGAA	Ordinal	Kuesioner
		Pengalaman	Sudah pernah berkunjung ke TGAA	Ordinal	Kuesioner
		Ketersediaan pilihan destinasi	Adanya alternatif pilihan destinasi	Ordinal	Kuesioner
		Produk Destinasi	Aktivitas, akses dan adanya daya tarik yang menarik	Ordinal	Kuesioner
	Faktor Eksternal (Hidayah, 2021)	Aktivitas Pemasaran Destinasi	Konten dari media instagram menarik baik berupa foto maupun video dari TGAA	Ordinal	Kuesioner
		Citra Destinasi	Berkunjung, dikarenakan TGAA sudah terkenal	Ordinal	Kuesioner
		Teman, Kerabat, dan Keluarga	Mengetahui TGAA dari teman atau kerabat dekat	Ordinal	Kuesioner
		Kelompok Acuan	Dikarenakan adanya tugas dinas atau melakukan penelitian	Ordinal	Kuesioner

		Situasional	Dikarenakan kegiatan <i>study tour</i>	Ordinal	Kuesioner
--	--	-------------	--	---------	-----------

Sumber : Olahan Peneliti (2022)

F. Uji Validitas dan Reliabilitas

1. Uji Validitas

Besarnya kesenjangan validitas suatu instrumen merupakan salah satu indikator signifikansi kesenjangan tersebut (Riduawan & Sunarto, 2009). Sedangkan yang dimaksud dengan “data yang valid” adalah data penelitian yang sesuai dengan apa yang sebenarnya terjadi di lapangan, sebagaimana dikemukakan oleh Sugiyono (2011). Selanjutnya pengujian validitas dapat menggunakan rumus uji hubungan dengan *Pearson Product Moment* untuk menguji setiap butir pertanyaan dengan konstruknya dengan rumus sebagai berikut :

$$r_{xy} = \frac{N(\sum XY) - (\sum X)(\sum Y)}{\sqrt{(N(\sum X^2) - (\sum X)^2)(N(\sum Y^2) - (\sum Y)^2)}}$$

Dimana:

- r = Nilai korelasi
 - $\sum X$ = Jumlah skor keseluruhan pertanyaan X
 - $\sum Y$ = Jumlah skor keseluruhan pertanyaan Y
 - $\sum XY$ = Jumlah skor hasil kali pertanyaan X dengan pertanyaan Y
 - $\sum X^2$ = Jumlah skor hasil kali item pertanyaan X yang telah dikuadratkan
 - $\sum Y^2$ = Jumlah skor hasil kali item pertanyaan Y yang telah dikuadratkan
- Keputusan pengujian validitas item didasarkan sebagai berikut :
- Item pertanyaan valid jika $r_{hitung} > r_{tabel}$
 - Item pertanyaan tidak valid jika $r_{hitung} < r_{tabel}$

Dengan rumus diatas maka dalam penelitian ini akan menggunakan $n = 30$ sampel sebagai pengujian instrumen penelitian dengan nilai signifikansi sebesar 5% didapatkan dari $r = 0,349$.

TABEL 4 UJI VALIDITAS

Variabel	Pernyataan	R _{hitung}	R _{tabel}	Keputusan
----------	------------	---------------------	--------------------	-----------

Media Sosial Instagram (X)	Saya mudah memahami isi konten Instagram The Great Asia Africa	0,444	0,349	VALID
	Saya mengingat apa isi konten Instagram The Great Asia Africa	0,467	0,349	VALID
	Konten Instagram The Great Asia Africa mampu menjelaskan Informasi tentang TGAA	0,476	0,349	VALID
	Konten Instagram TGAA memiliki unsur bernilai dan dapat mengedukasi	0,724	0,349	VALID
	Saya menyukai isi konten Instagram TGAA	0,597	0,349	VALID
	Saya merasa isi konten Instagram TGAA dapat dipercaya	0,516	0,349	VALID
	Saya merasa terbantu dengan dibuatnya konten di Instagram TGAA	0,517	0,349	VALID
	Konten Instagram TGAA membantu saya untuk mengambil keputusan	0,628	0,349	VALID
	Konten Instagram TGAA dapat memberikan Solusi dalam mencari informasi TGAA	0,490	0,349	VALID
	Konten Instagram TGAA dapat memberikan manfaat bagi saya	0,355	0,349	VALID
	Konten Instagram TGAA dapat memenuhi ekspektasi saya	0,640	0,349	VALID
	Saya merasa konten Instagram TGAA tidak dimanipulasi	0,405	0,349	VALID
Keputusan Berkunjung (Y)	Saya mengunjungi TGAA dikarenakan dekat dengan domisili saya	0,644	0,349	VALID
	Saya mengunjungi TGAA dikarenakan adanya fasilitas yang lengkap	0,786	0,349	VALID
	Saya mengunjungi TGAA dikarenakan banyak aktivitas menarik yang saya lihat di Instagram TGAA	0,529	0,349	VALID
	Saya mengunjungi TGAA dikarenakan adanya aktivitas promosi dari Konten Foto dan Video di Instagram TGAA	0,576	0,349	VALID
	Saya mengunjungi TGAA dikarenakan TGAA sudah terkenal dikalangan pengguna Instagram	0,515	0,349	VALID
	Saya mengunjungi TGAA dikarenakan direkomendasikan oleh Kerabat/teman	0,552	0,349	VALID
	Saya mengunjungi TGAA dikarenakan tugas/melakukan penelitian di TGAA	0,471	0,349	VALID

	Saya pernah mengunjungi TGAA dikarenakan adanya kegiatan Study Tour yang dilakukan oleh sekolah/kampus saya	0,474	0,349	VALID
	Saya merasa ingin berkunjung ketika saya melihat konten Instagram TGAA dari reels, post, dan instastory	0,557	0,349	VALID
	Saya merasa fitur instastory sangat membantu saya dalam memberikan informasi TGAA	0,603	0,349	VALID
	Saya merasa fitur unggah an foto dan video sangat membantu saya dalam memberikan informasi TGAA	0,648	0,349	VALID
	Saya merasa fitur reels video instagram membantu saya dalam memberikan informasi TGAA	0,763	0,349	VALID

Sumber : Olahan Peneliti 2022

Berdasarkan hasil uji validitas di atas terhadap alat kumpul data mengenai indikator yang digunakan dapat terlihat keseluruhan indikator pada masing masing variabel memiliki nilai R_{hitung} yang lebih besar dari nilai R_{tabel} yaitu 0,349. Alhasil, keseluruhan indikator atau setiap butir 25 item pertanyaan memenuhi persyaratan dalam perhitungan.

2. Uji Reliabilitas

Pengujian reliabilitas sebagaimana dijelaskan oleh Arikunto (2010) dilakukan untuk membuktikan bahwa suatu instrumen dapat diandalkan dan digunakan sebagai alat pengumpulan data. Selain memfasilitasi pengumpulan data reguler, instrumen yang dapat diandalkan juga akan membantu dalam proses ini.

Sebuah kuesioner dapat dianggap reliabel jika jawaban responden konsisten dan stabil dari setiap butir pertanyaan. Pada SPSS terdapat fitur bernama *Cronbach Alpha* (α), adalah tes statistik yang tersedia dalam aplikasi SPSS untuk

melihat reliabilitas suatu instrumen jika nilai alpha lebih besar atau sama dengan $(\alpha) > 0,60$ (Ghozali, 2011:48).

$$r_{11} = \left(\frac{k}{(k-1)} \right) \left(1 - \frac{\sum \sigma_t^2}{\sigma_t^2} \right)$$

Dimana:

r_{11} = Reliabilitas Instrumen

k = Banyak Butir Pertanyaan

σ_t^2 = Varians Total

$\sum \sigma_t^2$ = Jumlah Varians Butir

Sedangkan untuk mencari variannya digunakan rumus:

$$\sigma = \frac{\sum X^2 - \frac{(\sum X)^2}{n}}{n}$$

Dimana:

n = Jumlah Sampel

X = Nilai Skor Yang Dipilih

Setelah dilakukan pengujian terhadap 30 sampel kuesioner dengan menggunakan perhitungan dari *IBM SPSS versi 26*, didapatkan hasil sebagai berikut :

TABEL 5 UJI RELIABILITAS

Variabel	Koefisien Reliabilitas	Nilai Kritis	Keputusan
Media Sosial Instagram (X)	0,818	0,800	RELIABEL
Keputusan Berkunjung (Y)	0853	0,800	RELIABEL

Sumber : Olahan Peneliti, 2022

Dapat dilihat diatas bahwa hasil analisis reliabilitas mendapatkan nilai koefisiensi reliabilitas sebagai berikut. Semua variabel penelitian yang digunakan memiliki nilai *Cronbach's Alpha* $> 0,8$. Sehingga seluruh variabel dari variabel terikat maupun variabel independen reliabel dan dapat dipakai untuk mendapatkan data yang konsisten dari responden.

G. Analisis Data

Analisis data merupakan proses yang dilakukan dalam mengubah data hasil penelitian yang dilakukan menjadi data atau informasi atas penelitian yang dilakukan yang nantinya dapat dipergunakan dalam pengambilan kesimpulan (Windy, 2018). Pada penelitian ini, peneliti menggunakan teknik analisis statistik deskriptif dan Regresi Linier Sederhana/Korelasi Tunggal dengan alat bantu *SPSS26*. Menurut Suharsaputra (2014), korelasi tunggal merupakan korelasi yang mencoba memahami hubungan antara satu variabel bebas (X) dengan satu variabel terikat (Y).

1. Analisis Statistik Dekriptif

Analisis deskriptif adalah analisis metode penelitian yang digunakan untuk menganalisa data dengan cara mendiskripsikan atau menggambarkan data yang telah terkumpul sebagaimana adanya tanpa bermaksud membuat kesimpulan yang berlaku untuk umum atau generalisasi. Analisis deskriptif menggunakan perhitungan metode Statistik deskriptif yaitu rata-rata (*mean*), median, modus, deviasi dan lain-lain.

2. *Method Successive Interval (MSI)*

Data yang didapatkan dari penelitian ini adalah skala ordinal yang digunakan dalam penelitian ini memerlukan *Method of Successive Interval (MSI)*. *Method of Successive Interval (MSI)* memungkinkan transformasi data skala ordinal menjadi data skala interval. *Method Successive Interval (MSI)* menurut Sugiyono (2013:25) Mengikuti Metode Sugiyono Interval Suksesi (MSI) (2013: 25). Regresi linier, korelasi Pearson, uji T, dan prosedur statistik lainnya memerlukan data skala interval Oleh karena itu, jika hanya mempunyai data

berskala ordinal, maka data tersebut harus diubah kedalam bentuk interval untuk memenuhi persyaratan prosedur-prosedur tersebut.

MSI menurut Riduwan dan Kuncoro (2012:30) adalah sebagai berikut:

- a. Perhatikan setiap butir jawaban responden dari angket yang telah disebarkan.
- b. Pada setiap butir ditentukan berapa orang yang mendapatkan skor 1, 2, 3, 4 dan 5 yang disebut sebagai frekuensi.
- c. Mencari proporsi dengan cara membagi setiap frekuensi dengan banyak responden.
- d. Menentukan nilai-nilai dengan menjumlahkan nilai-nilai proporsi secara berurutan perkolom skor.
- e. Dengan menggunakan Tabel Distribusi Normal, hitung nilai Z untuk setiap proporsi yang diperoleh.
- f. Menentukan tinggi densitas untuk setiap nilai Z yang diperoleh.
- g. Menentukan nilai skala dengan rumus:

$$\frac{\text{Kepadatan Batas Bawah} - \text{Kepadatan Batas Atas}}{\text{Daerah dibawah batas atas} - \text{Daerah dibawah batas bawah}}$$

- h. Menentukan nilai transformasi dengan rumus:

$$Y = NS + [1 + |NS_{min}|]$$

3. Uji Asumsi Klasik

Untuk memeriksa apakah model regresi itu layak, maka perlu dilakukan uji asumsi klasik. Pada penelitian ini, dilakukan uji asumsi klasik terlebih dahulu sebelum melakukan analisis regresi, yaitu :

a. Uji Normalitas

Salah satu metode uji normalitas data adalah dengan menggunakan teori atau rumus Kolmogorov-Smirnov. Jika uji normalitas *Kolmogorov-Smirnov* (K-S) jika suatu nilai signifikansi lebih dari 0,05 maka dinyatakan normal

b. Uji Linearitas

Tujuan uji linieritas adalah untuk memastikan apakah kedua variabel yang bersangkutan mempunyai hubungan linier. Ini adalah langkah pertama yang khas dalam analisis regresi linier. Uji linieritas dilakukan dengan tingkat kepercayaan 5 persen. Untuk membangun hubungan linier, nilai linieritas (signifikansi) harus lebih kecil dari 0,05.

4. Uji Asumsi Dasar

a. Analisis Regresi Linier Sederhana

Dengan menganalisis hubungan antara variabel terikat dengan dua atau lebih variabel bebas secara parsial dan simultan, analisis regresi sederhana dapat digunakan untuk mengetahui pengaruh variabel bebas terhadap variabel terikat. Konten Instagram (X) digunakan sebagai variabel bebas, dan keputusan berkunjung (Y) sebagai variabel terikat, menggunakan analisis regresi linier sederhana untuk mengetahui pengaruh masing-masing variabel bebas terhadap variabel terikat. Analisis regresi linear sederhana adalah suatu alat analisis yang digunakan untuk mengukur pengaruh antara variabel bebas (X) dan variabel terikat (Y) (Sugiyono, 2011). Persamaan regresi linear sederhana untuk mengukur variabel X terhadap variabel Y yaitu:

$$Y = a + bX$$

Dimana :

X = Variabel Bebas

Y = Variabel Terikat

a = Konstanta

b = Koefisien Regresi

5. Uji Hipotesis

a. Uji T

Tujuan uji statistik T yang juga dikenal sebagai uji signifikan "satu arah" atau "individual" adalah untuk menunjukkan sejauh mana satu variabel independen mempengaruhi variabel dependen lainnya. Adapun rumus yang digunakan menurut Sugiyono (2017:147) adalah:

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

Dimana:

r = Koefisiensi *Item* Variabel Yang Dicari (korelasi)

n = Banyaknya Sampel

t = Tingkat Signifikan t_{hitung} yang selanjutnya dibandingkan dengan t_{tabel}

Kemudian menentukan model keputusan dengan menggunakan statistic uji T dengan melihat asumsi berikut:

$$Interval\ keyakinan\ a = 0,05$$

$$Derajat\ kebebasan = n - 2$$

Jika dilihat dari hasil t_{tabel} hasil hipotesis t_{hitung} dibandingkan dengan t_{tabel} dengan kriteria uji sebagai berikut:

- a. Jika $t_{hitung} > t_{tabel}$ pada $\alpha = 5\%$ maka H_0 ditolak dan H_a diterima (berpengaruh)
- b. Jika $t_{hitung} < t_{tabel}$ pada $\alpha = 5\%$ maka H_0 diterima dan H_a ditolak (tidak diterima)

b. Uji F

Menurut Rangkuti (2012) digunakan untuk menguji keberartian dari koefisien regresi secara simultan dengan formulasi sebagai berikut

$$Uji\ F = R^2/k$$

$$(1 - R^2)/(n - k - 1)$$

Keterangan :

F = Diperoleh dari tabel distribusi k = Jumlah variabel independen

R^2 = Koefisien determinasi ganda n = Jumlah sampel

Berdasarkan kaidah pengambilan keputusan sebagai berikut :

Jika $f_{hitung} > f_{table}$ pada tingkat kepercayaan 95% ($\alpha = 0,05$), maka hipotesis diterima. Jika $f_{hitung} < f_{table}$ pada tingkat kepercayaan 95% ($\alpha=0,05$), maka hipotesis ditolak