



BAB III

METODE PENELITIAN



Hak cipta milik IBI KKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

Pada bab III ini akan dijelaskan mengenai obyek penelitian, desain penelitian, operasional variabel dan indikator penelitian, teknik pengumpulan data, teknik pengambilan sampel dan teknik analisis data.

A. Obyek Penelitian

Seerti yang sudah diuraikan pada batasan penelitian di bab I , objek penelitian yang akan diteliti adalah produk cokelat *SilverQueen*. Sedangkan subjek penelitiannya adalah konsumen yang mengonsumsi cokelat *SilverQueen* khususnya di wilayah Kelapa Gading. Jumlah responden dari penelitian ini adalah 150 orang responden. Penelitian ini dilakukan oleh peneliti pada rentang waktu November 2017.

B. Desain Penelitian

Menurut Cooper dan Schindler (2014: 126-129), setiap awal dari suatu riset penelitian, setiap peneliti akan dihadapkan kepada desain spesifik seperti apa yang akan digunakan. Ada banyak pendekatan desain yang berbeda-beda, namun tidak ada definisi tunggal yang menjelaskan keseluruhan variasi yang dipertimbangkan.

Pendekatan dalam penelitian ini apabila ditinjau dari perspektif yang berbeda yaitu:

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.
2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.



1. Derajat Kristalisasi Pertanyaan Riset

- Penelitian ini merupakan penelitian yang bersifat formal, karena penelitian ini bertujuan untuk menguji hipotesis dan menjawab pertanyaan-pertanyaan penelitian yang diajukan.

Metode Pengumpulan Data

Pengumpulan data untuk penelitian ini dilakukan dengan cara komunikasi yaitu menyebarkan kuesioner. Metode pengumpulan data dengan cara ini dipilih untuk mendapatkan data primer yang bersumber langsung dari responden *SilverQueen* di Kelapa Gading.

Pengendalian Variabel-Variabel oleh Peneliti

Penelitian ini menggunakan *ex post facto study* dimana peneliti tidak memiliki kontrol atas variable, dalam arti peneliti tidak mampu memanipulasi variable, peneliti hanya melaporkan peristiwa yang telah terjadi atau yang sedang terjadi.

4. Tujuan Penelitian

Penelitian ini tergolong kedalam penelitian deskriptif dan kausal. Penelitian deskriptif bertujuan untuk menggambarkan penilaian konsumen yang terkait untuk mencari tahu apa, siapa, dimana, kapan dan berapa banyak. Sedangkan penelitian kausal tujuannya untuk mengamati dan menjelaskan hubungan antar variabel yang terdapat pada penelitian ini. Sehingga dapat dikatakan tujuan dari penelitian ini adalah untuk menguji apakah terdapat pengaruh antara Kualitas Produk, Citra Merek, Kepuasan Konsumen terhadap Loyalitas Konsumen *SilverQueen* di Kelapa Gading.



5. Dimensi waktu

- Ⓒ Dilihat dari sisi dimensi waktunya, penelitian ini merupakan penelitian *cross-sectional* yang artinya pengumpulan data hanya dilakukan satu kali yaitu pada saat penyebaran kuesioner kepada responden *SilverQueen* di Kelapa Gading.

6. Cakupan Topik

Penelitian ini adalah penelitian statistik yang mencoba untuk menjelaskan karakteristik populasi dengan membuat kesimpulan dari karakteristik sampel. Hipotesis dalam penelitian ini akan diuji secara kuantitatif.

7. Lingkungan Penelitian

Penelitian ini termasuk dalam kondisi lingkungan aktual (kondisi lapangan), karena data –data didapatkan secara langsung dari responden *SilverQueen* di Kelapa Gading dengan menyebarkan kuesioner.

8. Persepsi subyek

Hasil kesimpulan dari penelitian ini bergantung pada jawaban - jawaban yang diberikan oleh subyek penelitian. Dimana persepsi subyek penelitian dapat mempengaruhi hasil penelitian. Persepsi yang baik adalah persepsi yang nyata dan tidak terdapat penyimpangan dari situasi sehari-hari.

9. Variabel Penelitian

Berdasarkan batasan penelitian yang akan diteliti, diperoleh beberapa variabel yang akan digunakan sebagai bahan analisis dari penelitian ini, yaitu Kualitas Produk, Citra Merek, Kepuasan Konsumen, dan Loyalitas Konsumen.



1. Kualitas Produk

Ⓒ Kualitas produk terdapat sembilan dimensi, namun yang dapat digunakan dalam penelitian ini terdapat enam dimensi, yaitu bentuk, ciri produk, kesesuaian, kehandalan, gaya, dan kinerja. Pengukuran dimensi tersebut akan disajikan dalam bentuk pernyataan pada tabel 3.1

Tabel 3.1
Dimensi Kualitas Produk

Variabel	Dimensi	Item pertanyaan	Skala
Kualitas Produk (Menurut Hasan, 2013)	Bentuk	Produk <i>SilverQueen</i> memiliki bentuk yang menarik	Interval
	Ciri produk	<i>SilverQueen</i> memiliki produk yang bervariasi	Interval
	Kesesuaian	Produk <i>SilverQueen</i> memenuhi ekspektasi Anda	Interval
	Kehandalan	Produk <i>SilverQueen</i> memiliki produk yang lebih baik dari pesaingnya	Interval
	Gaya	<i>SilverQueen</i> memiliki kemasan produk yang unik	Interval
	Kinerja	Produk <i>SilverQueen</i> memiliki kualitas yang tinggi	Interval

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

Ⓒ Hak Cipta dimiliki IBI KKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)

Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.



2. Citra Merek

Citra merek didefinisikan sebagai sebuah persepsi yang terbentuk dalam pikiran konsumen berdasarkan informasi dan pengalaman selama menggunakan produk dari merek tertentu. Indikator pengukuran akan ditampilkan dalam bentuk pernyataan pada tabel 3.2.

Tabel 3.2
Dimensi Citra Merek

Variabel	Dimensi	Item pertanyaan	Skala
Citra Merek (Menurut Ali Raza dan Zia Rehman, 2012)	Reputasi	<i>SilverQueen</i> memiliki reputasi yang baik di mata Anda	Interval
	Responsibility	<i>SilverQueen</i> telah memberikan pertanggung jawaban sosial yang baik	Interval
	Delivered	<i>SilverQueen</i> menciptakan kesan positif kepada Anda	Interval

3. Kepuasan Konsumen

Kepuasan konsumen merupakan pernyataan konsumen akan apa yang diharapkan sebanding dengan kenyataan yang didapatkan. Pada penelitian ini menggunakan indikator

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

Hak cipta milik IBI KKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)

Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.

b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.



pengukuran kualitas produk, harga, faktor emosional, dan kemudahan. Pengukuran indikator tersebut dinyatakan dalam bentuk pernyataan pada tabel 3.3

Tabel 3.3

Dimensi Kepuasan Konsumen

Variabel	Dimensi	Item pertanyaan	Skala
Kepuasan Konsumen (Menurut Handi Irawan, 2002)	Kualitas Produk	Anda puas setelah membeli produk <i>SilverQueen</i> yang berkualitas	Interval
	Harga	Anda puas dengan harga yang ditawarkan pada produk <i>SilverQueen</i>	Interval
	Faktor emosional	Anda bangga menjadi penikmat dari produk <i>SilverQueen</i>	Interval
	Kemudahan	Anda mudah dalam mendapatkan produk <i>SilverQueen</i>	Interval

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

Hak cipta milik IBKKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)

4. Loyalitas Konsumen

Menurut Ali Hasan (2013:120) menjelaskan bahwa dalam jangka panjang, loyalitas pelanggan menjadi tujuan bagi perencanaan strategik sebagai dasar pengembangan keunggulan kompetitif yang berkelanjutan. Loyalitas pelanggan akan menjadi kunci sukses, tidak hanya dalam jangka pendek tetapi keunggulan bersaing secara berkelanjutan. Hal ini karena loyalitas pelanggan memiliki nilai strategik bagi perusahaan. Dimensi dari loyalitas adalah melakukan pembelian secara teratur (*regular repeat purchases*), membeli diluar lini produk/jasa (*purchase across product and*

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.

b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBKKG.

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBKKG.



services lines), merekomendasikan produk lain (*refers other*), menunjukkan kekebalan dari daya tarik produk sejenis dari pesaing (*demonstrates an immunity to the full of the competition*). Namun yang digunakan pada penelitian ini adalah pembelian secara teratur, merekomendasikan produk, dan kekebalan dari daya tarik produk sejenis. Indikator tersebut disajikan dalam bentuk pernyataan pada tabel 3.4.

Tabel 3.4

Dimensi Loyalitas Konsumen

Variabel	Dimensi	Item pertanyaan	Skala
Loyalitas Konsumen (Menurut Griffin dalam Ratih Huriyati, 2015)	Pembelian secara teratur	Anda berniat untuk membeli produk <i>SilverQueen</i> kembali	Interval
	Rekomendasi	Anda merekomendasikan produk cokelat <i>SilverQueen</i> ke orang lain	Interval
	Kekebalan terhadap produk lain	Anda tidak akan beralih mengonsumsi produk cokelat lain selain cokelat <i>SilverQueen</i>	Interval

D. Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data yang digunakan didalam penelitian ini adalah teknik komunikasi, yaitu dengan menyebarkan kuisioner kepada 150 orang responden. Sedangkan untuk sumber data yang digunakan dalam penelitian ini terdiri dari data primer dan data

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

Hak cipta milik IBI KKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)

Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.



sekunder. Data primer diperoleh peneliti dengan menggunakan kuisioner yang disebarakan kepada responden *SilverQueen*. Data sekunder diperoleh melalui refrensi buku-buku, jurnal, dan website yang berhubungan dengan permasalahan yang akan dibahas dalam penelitian ini dengan tujuan untuk memperoleh informasi yang dibutuhkan.

E. Teknik Pengambilan Sampel

Teknik sampling yang digunakan dalam penelitian ini adalah *non-probability sampling* atau yang juga disebut pengambilan sampel secara tidak acak. Pendekatan yang digunakan adalah *judgement sampling*, dimana pengambilan anggota sampelnya dilakukan berdasarkan kriteria penelitian yakni konsumen penikmat *SilverQueen*.

F. Teknik Analisis Data

Menurut Duwi Priyatno (2016: 1) , analisis data adalah kegiatan menghitung data agar dapat disajikan secara sistematis dan dapat dilakukan interpretasi. Analisis data pada penelitian kuantitatif bisa dilakukan secara manual dengan menghitung menggunakan rumus-rumus statistik atau menggunakan program bantu statistik seperti SPSS. Contoh analisis data yaitu analisis korelasi, regresi linier, Independent Test, Paired Sample t Test, One way ANOVA, dan lain-lain.

Setelah melakukan pengumpulan data melalui kuesioner, data harus diolah agar dapat berguna bagi penelitian. Dalam pengolahan data, peneliti menggunakan alat bantu berupa *software* SPSS 20.0. Teknik analisis data yang digunakan peneliti di dalam penelitian ini adalah sebagai berikut :



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.

1. Uji Instrumen Penelitian

a. Uji Validitas

Menurut Duwi Priyatno (2016: 143), validitas merupakan suatu uji yang digunakan untuk mengetahui seberapa cermat suatu instrumen atau item-item dalam mengukur apa yang ingin diukur. Item kuesioner yang tidak valid berarti tidak dapat mengukur apa yang ingin diukur sehingga hasil yang didapatkan tidak dapat dipercaya, sehingga item yang tidak valid harus dibuang atau diperbaiki. Sedangkan suatu kuesioner dikatakan valid jika pertanyaan pada kuesioner mampu untuk mengungkapkan sesuatu yang akan diukur oleh kuesioner tersebut. Item pernyataan dikatakan valid apabila $P\text{-value} < 0,05$ dan $\text{factor loading} > 0,5$.

b. Uji Reliabilitas

Menurut Duwi Priyanto (2016: 154) Uji Reliabilitas digunakan untuk menguji konsistensi alat ukur, apakah hasilnya tetap konsisten atau tidak jika pengukuran diulang. Suatu kuesioner dikatakan reliabel atau handal jika jawaban seseorang terhadap pernyataan adalah konsisten atau stabil dari waktu ke waktu. Jawaban responden terhadap pertanyaan ini dikatakan reliabel jika masing-masing pertanyaan dijawab secara konsisten atau jawaban tidak boleh acak oleh karena masing-masing pertanyaan hendak mengukur hal yang sama. Jika jawaban terhadap indikator ini acak,



maka dapat dikatakan bahwa tidak reliabel .Pengukuran realibilitas dapat dilakukan dengan *One Shot* atau pengukuran sekali saja. Disini pengukurannya hanya sekali dan kemudian hasilnya dibandingkan dengan pertanyaan lain atau mengukur korelasi antar jawaban pertanyaan.

Alat untuk mengukur reliabilitas adalah *Cronbach Alpha*. Suatu variabel dikatakan reliabel, apabila: Hasil $\alpha > 0,70$ = reliabel dan Hasil $\alpha < 0,70$ = tidak reliable.

Rumus Reabilitas :

$$r_{ii} = \left[\frac{k}{k-1} \right] \left[1 - \frac{\sum \sigma^2}{\sigma_1^2} \right]$$

$$\text{dimana rumus } \sigma^2 = \frac{\sum X^2 - \frac{(\sum X)^2}{N}}{N}$$

r_{ii} = reliabilitas instrumen

k = banyaknya butir pertanyaan

$\sum \sigma^2$ = jumlah ragam dari seluruh pernyataan

σ_1^2 = varians total

2. Analisis Deskriptif

Analisis deskriptif memberikan gambaran atau deskripsi suatu data yang dilihat dari nilai rata-rata (mean), standar deviasi, varian, maksimum, minimum, sum, range, kurtosis, skewness (kemencengan distribusi).

a. Rata - rata hitung (*mean*)

Rata-rata hitung adalah penjumlahan nilai - nilai pengamatan dalam suatu distribusi yang dibagi oleh jumlah pengamatan. Rumus rata - rata hitung populasi adalah:

© Hak cipta milik IBI KKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.



© Hak cipta milik IBI KKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.

$$\bar{X} = \sum_{i=1}^n \frac{Xi}{n}$$

Keterangan :

\bar{X} = Rata-rata hitung

Xi = Data

n = Jumlah data

b. Analisis Persentase (%)

Analisis persentase digunakan untuk mengetahui jumlah jawaban terbanyak dalam bentuk persentase terutama dalam mendeskripsikan data responden yaitu jenis kelamin, usia, frekuensi mengkonsumsi dan pekerjaan. Rumus yang digunakan adalah:

$$Fr_i = \frac{\sum fi}{n} \times 100\%$$

Keterangan:

Fr_i = frekuensi relatif ke-i setiap kategori

$\sum fi$ = jumlah kategori yang termasuk kategori i

n = total responden

c. Rata-Rata Tertimbang

Rumus yang digunakan untuk rata-rata tertimbang adalah:



© Hak cipta milik IBI KKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.

$$X = \frac{\sum f_i \cdot X_i}{\sum f_i}$$

Keterangan :

- Fi : Frekuensi
 Xi : Bobot nilai
 $\sum f_i$: Jumlah responden

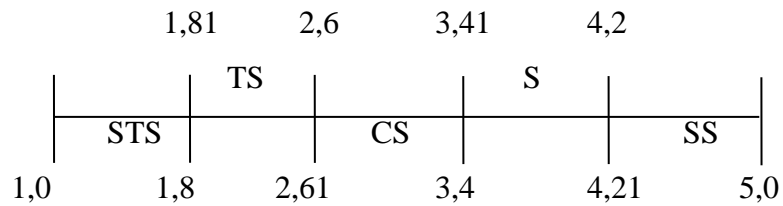
d. Rentang Skala

Rumus yang digunakan adalah :

$$Range = \frac{m - p}{b}$$

Keterangan :

- m : Rata - rata nilai tertinggi
 p : Rata - rata nilai terendah
 b : Jumlah kelas / banyaknya kategori



Keterangan:

- 1,00 – 1,80 = Sangat Tidak Setuju (STS / Sangat Buruk /Sangat tidak Loyal)
 1,81 – 2,60 = Tidak Setuju (TS / Buruk / Tidak Loyal)



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.
2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.

2,61 – 3,40 = Cukup Setuju (CS / Cukup Baik / Cukup Loyal)

3,41 – 4,20 = Setuju (S / Baik / Loyal)

4,21 – 5,00 = Sangat Setuju (SS / Sangat Baik / Sangat Loyal)

3. Analisis Regresi

Menurut Priyatno (2016:47) Analisis regresi digunakan untuk mengetahui hubungan variabel independen terhadap variabel dependen dengan persamaan linier. Jika menggunakan satu variabel independen maka disebut analisis regresi linier sederhana, karena penelitian ini terdapat tiga variabel independen maka regresi linier yang digunakan adalah regresi ganda.

Model persamaan regresi ganda adalah sebagai berikut:

a. Persamaan

$$Y = \beta_0 + \beta_1 X_1 + \beta_2 X_2 + \beta_3 X_3 + \varepsilon$$

Dimana \hat{Y} = loyalitas konsumen

X_1 = kualitas produk

X_2 = citra merek

X_3 = kepuasan konsumen

β_1 = koefisien X_1

β_2 = koefisien X_2

β_3 = koefisien X_3



b. Asumsi Klasik

Uji asumsi klasik adalah metode untuk menguji sebuah model/persamaan regresi yang akan diujikan dengan tujuan untuk mengetahui apakah model regresi ganda layak dipakai atas variabel-variabel yang digunakan dalam penelitian dan bebas dari adanya gejala heterokedastisitas, gejala multikolinearitas dan gejala autokorelasi. Pengujian asumsi klasik yang sering dilakukan yaitu uji normalitas, uji multikolinearitas, uji heteroskedastisitas, dan uji autokorelasi.

1) Uji Normalitas

Menurut Duwi Priyatno (2016:118), uji normalitas dilakukan untuk mengetahui apakah dalam sebuah model regresi, nilai residual memiliki distribusi normal atau tidak. Nilai residual adalah selisih antara variabel Y dengan variabel X yang diprediksikan. Model regresi yang baik adalah memiliki nilai residual yang terdistribusi normal sehingga data layak untuk diuji secara statistik. Uji normalitas dapat dilakukan dengan metode *One sample Kolomogrov Smirnov*. Metode pengambilan keputusan untuk uji normalitas yaitu jika signifikansi $> 0,05$ maka data residual berdistribusi secara normal. Sebaliknya, bila angka probabilitas $< 0,05$ maka data residual tidak berdistribusi secara normal.

2) Uji Heterokedastisitas

Menurut Duwi Priyatno (2016:131) heteroskedastisitas adalah keadaan dimana terjadinya ketidaksamaan varian dari residual pada

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.

b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBKKG.

2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBKKG.

model regresi. Model regresi yang baik mensyaratkan tidak adanya masalah heterokedastisitas. Untuk melakukan uji ini ada beberapa metode antara lain dengan cara uji Spearman's rho, uji Park, uji Glejser dan lainnya. Uji heteroskedastisitas dalam penelitian ini dilakukan dengan uji Spearman's rho. jika angka probabilitas $< 0,05$ maka model regresi mengandung masalah heteroskedastisitas. Sebaliknya, bila angka probabilitas $> 0,05$ maka model regresi tidak mengandung masalah heteroskedastisitas.

3) Uji Multikolinieritas

Menurut Duwi Priyatno (2016:129) multikolinieritas adalah keadaan dimana antara dua variabel independen atau lebih pada model regresi terjadi hubungan linier yang sempurna atau mendekati sempurna. Model regresi yang baik mensyaratkan tidak adanya masalah multikolinieritas. Alat statistik yang sering dipergunakan untuk menguji gangguan multikolinieritas adalah dengan *VIF* (*Variance Inflation Factor*) dan nilai *tolerance* pada *tabel coefficient*. Metode pengambilan keputusan yaitu jika *tolerance* $> 0,1$ dan *VIF* < 10 maka tidak terjadi multikolinieritas.

C Hak cipta milik IBI KKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.





4) Uji Autokorelasi

Menurut Duwi Priyatno (2016:139) Autokorelasi adalah keadaan dimana terjadinya korelasi dari residual untuk pengamatan satu dengan pengamatan yang lain yang disusun menurut runtun waktu. Model regresi yang baik mensyaratkan tidak adanya masalah autokorelasi. Untuk mendeteksi keberadaan autokorelasi, uji yang sering digunakan ialah uji Durbin-Watson (uji DW) dan RUN Test. Dengan melihat hasil pada tabel DW. Untuk responden 150 dan 3 variabel bebas, maka batas bawahnya sebesar 1,6926 dan batas atasnya sebesar 1,7741.

Ada otokorelasi positif	Tidak ada kesimpulan	Tidak ada otokorelasi	Tidak ada kesimpulan	Ada otokorelasi negatif	
0	dL	du	4 - du	4 - dL	4

Keterangan:

dL = batas bawah

du = batas atas

c. Uji F

Uji kecocokan model (Uji F) untuk pengujian hipotesis pertama

Uji ini digunakan untuk mengetahui apakah seluruh variabel bebasnya secara bersama-sama mempunyai pengaruh yang bermakna terhadap variabel terikat. Pengujian dilakukan dengan membandingkan *p-value* dengan alpha 5% ($\alpha = 0.05$). Apabila nilai *p-value* < dari nilai alpha, maka

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.
2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.

berarti variabel bebasnya secara bersama-sama memberikan pengaruh yang signifikan terhadap variabel terikat atau hipotesis pertama dinyatakan dapat diterima.

d. Uji t

Uji besar pengaruh dan prediksi (Uji t) adalah untuk mengetahui apakah pengaruh masing-masing variabel bebas terhadap variabel terikat apakah signifikan atau tidak. Pengujian dilakukan dengan membandingkan antara nilai sig (*p-value*) masing-masing variabel bebas dengan alpha 5% ($\alpha = 0.05$). Apabila nilai *p-value* < alpha, maka variabel bebasnya memberikan pengaruh signifikan terhadap variabel terikat.

© Hak cipta milik IBI KKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.

