

BAB III

METODE PENELITIAN

Dalam bab ini akan dibahas mengenai obyek penelitian, desain penelitian, variabel penelitian, teknik pengambilan sample, teknik pengumpulan data dan teknik analisis data yang akan peneliti gunakan dalam penelitian ini.

A. Obyek Penelitian

Obyek penelitian dalam penelitian ini adalah citra merek, kepercayaan merek dan loyalitas pelanggan Starbucks Coffee. Penelitian ini dilakukan melalui pengisian kuesioner dengan subyek penelitian adalah konsumen yang pernah membeli Starbucks Coffee di Mall Kelapa Gading, Jakarta Utara.

B. Desain Penelitian

Menurut Cooper dan Schindler (2017: 149), desain penelitian dikelompokkan dengan memakai delapan perspektif. Berikut adalah desain penelitian yang digunakan dalam penelitian ini berdasarkan delapan perspektif :

1) Tingkat perumusan masalah

Merupakan tingkat sejauh mana masalah penelitian telah dirumuskan. Studinya dapat bersifat eksploratif atau formal. Berdasarkan tingkat perumusan masalah, studi yang digunakan berkaitan dengan penelitian ini adalah studi formal.

2) Metode Pengumpulan Data

Metode ini menggunakan metode studi komunikasi, dengan mengajukan pertanyaan-pertanyaan melalui kuesioner kepada subyek penelitian yang berkaitan variabel-variabel dalam penelitian.



3) Pengendalian Variabel-variabel oleh Peneliti

Perspektif ini melihat dari aspek kemampuan peneliti untuk memanipulasi variabel-variabel. Studinya dapat berupa desain eksperimental dan desain *ex post facto*. Penelitian ini menggunakan desain *ex post facto*. Pada desain *ex post facto* tersebut, peneliti hanya dapat melaporkan apa yang telah terjadi atau tidak terjadi.

4) Tujuan Penelitian

Berdasarkan tujuan penelitian, terdapat dua jenis studi penelitian, yaitu studi deskriptif dan kausal. Penelitian ini menggunakan studi deskriptif dan kausal.

5) Dimensi Waktu

Berdasarkan dimensi waktu, penelitian ini berupa studi lintas seksi (*cross-sectional study*). Studi ini dilaksanakan satu kali dan mencerminkan potret dari suatu keadaan pada saat tertentu.

6) Cakupan Topik

Bahasan Ruang lingkup topik bahasan melihat dari luas dan kedalaman penelitian. Penelitian ini berupa studi statistik.

7) Lingkungan Penelitian

Berdasarkan lingkungan penelitian, studi penelitian berupa kondisi lapangan. Kondisi lapangan sejalan dengan kondisi lingkungan aktual atau kondisi-kondisi yang lain.

8) Persepsi Subjek

Hasil kesimpulan dari penelitian ini bergantung pada jawaban-jawaban yang diberikan oleh subyek penelitian. Oleh karena itu, persepsi subjek yang

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.



diusahakan adalah subjek yang tidak merasa adanya penyimpangan dari situasi sehari-hari.



C. Variabel Penelitian

Variabel yang digunakan dalam penelitian ini terdiri dari variabel Independent, yaitu: variabel citra merek dan variabel kepercayaan merek, sedangkan variabel dependent, yaitu: variabel loyalitas pelanggan.

Berikut ini penjelasan mengenai dimensi variabel yang digunakan dalam penelitian ini:

1) Variabel Bebas (*Independent Variable*)

a) Citra Merek

Tabel 3.1

Operasionalisasi Variabel Citra Merek

Variabel	Dimensi	Indikator	Skala
Citra Merek Aaker dan Biel (1993)	<i>Corporate Image</i>	Starbucks Coffee merupakan salah satu kedai kopi terbesar di Indonesia	Interval
		Starbucks Coffee merupakan kedai kopi yang dikenal luas	
		Starbucks Coffee merupakan kedai kopi yang memiliki reputasi yang baik	
	<i>Product Image</i>	Merek Starbucks Coffee mudah untuk diingat	Interval
		Starbucks Coffee memiliki harga yang terjangkau	
		Starbucks Coffee memberikan produk yang berkualitas	



Tabel 3.1 (Lanjutan)

Operasionalisasi Variabel Citra Merek

Citra Merek Aaker dan Biel (1993)	<i>User Image</i>	Mengkonsumsi Starbucks Coffee membuat saya merasa percaya diri	Interval
		Ada kepuasan tersendiri saat mengonsumsi produk Starbucks Coffee	
		Mengkonsumsi produk Starbucks Coffee memberikan kesan minum kopi di kedai kopi berkelas	

b) Kepercayaan Merek

Tabel 3.2

Operasionalisasi Variabel Kepercayaan Merek

Variabel	Dimensi	Indikator	Skala
Kepercayaan Merek Delgado (2005: 188)	<i>Brand Reliability</i>	Saya percaya dengan Starbucks Coffee	Interval
		Starbucks Coffee tidak pernah mengecewakan konsumen	
	<i>Brand Intentions</i>	Starbucks Coffee akan mengganti kerugian jika ada masalah dengan produknya	Interval
		Starbucks Coffee akan berusaha memuaskan kebutuhan konsumen	

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

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie

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) Variabel Terikat (*Dependent Variable*)

Tabel 3.3

Operasionalisasi Variabel Loyalitas Pelanggan

Variabel	Dimensi	Indikator	Skala
Loyalitas Pelanggan Griffin dalam Sopiah dan Sangadji (2013: 105)	Melakukan pembelian secara teratur	Saya akan kembali berkunjung ke Starbucks Coffee Mall Kelapa Gading	Interval
		Saya akan terus membeli produk Starbucks Coffee	
	Merekomendasikan produk kepada orang lain	Saya akan merekomendasikan Starbucks Coffee kepada teman atau keluarga bila diminta	Interval
		Saya akan mengajak teman atau keluarga ketika berkunjung ke Starbucks Coffee	
	Menunjukkan kekebalan dari daya tarik produk sejenis dari pesaing	Saya akan tetap memilih Starbucks Coffee walaupun ada kedai kopi lain dengan harga yang lebih murah	Interval
		Saya akan berkomitmen terhadap Starbucks Coffee walaupun terjadi kenaikan harga	

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

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

D. Teknik Pengambilan Sampel

Teknik pengambilan sampel yang digunakan dalam penelitian ini adalah *non-probability sampling*. Menurut Sugiyono (2012: 120) *non-probability sampling* adalah teknik pengambilan sampel yang tidak memberi peluang atau kesempatan yang sama bagi setiap unsur atau anggota populasi untuk dipilih menjadi sampel.

Pendekatan yang digunakan adalah *judgmental sampling*, yaitu pengambilan sampel yang berdasarkan kriteria tertentu atau pertimbangan tertentu. Dalam penelitian ini penulis telah menetapkan bahwa sampel yang diambil adalah para konsumen yang telah melakukan pembelian atau menjadi pelanggan Starbucks Coffee Mall Kelapa Gading.



E. Teknik Pengumpulan Data

- C Hak cipta milik IBI KKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)**
- Teknik pengumpulan data dalam penelitian ini menggunakan teknik komunikasi dengan cara menyebarkan kuesioner kepada pelanggan Starbucks Coffee Mall Kelapa Gading yang menjadi objek untuk mendapatkan data primer. Kuesioner adalah teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan cara memberi seperangkat pertanyaan atau pernyataan tertulis kepada responden untuk dijawab. Responden dalam penyebaran kuesioner pada penelitian ini adalah konsumen Starbucks Coffee Mall Kelapa Gading sebanyak 110 responden. Teknik pengolahan data hasil kuesioner menggunakan skala likert dimana alternatif jawaban bernilai 5 sampai dengan 1.

F. Teknik Analisis Data

Teknik analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah:

1. Rentang skala menggunakan Skala Likert

Menurut Sugiyono (2012: 132), skala likert digunakan untuk mengukur sikap, pendapat dan persepsi seseorang atau kelompok tentang fenomena sosial. Dengan skala likert, maka variabel yang akan diukur dijabarkan menjadi indikator variabel. Kemudian indikator tersebut dijadikan sebagai titik tolak untuk menyusun item-item instrumen yang dapat berupa pertanyaan atau pernyataan.

<u>Skala Peringkat</u>	<u>Bobot</u>
Sangat Tidak Setuju (STS)	1
Tidak Setuju (TS)	2
Netral (N)	3
Setuju (S)	4

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. Uji Validitas

Menurut Imam Ghazali (2016: 52), uji validitas digunakan untuk mengukur sah atau valid tidaknya suatu kuesioner. Suatu kuesioner dikatakan valid jika pertanyaan pada kuesioner mampu untuk mengungkapkan sesuatu yang akan diukur oleh kuesioner tersebut. Dengan kata lain, validitas berkaitan dengan apakah kita mengukur konsep yang tepat, dan keandalan dengan stabilitas dan konsistensi pengukuran. Validitas dan keandalan pengukuran memperlihatkan keketatan ilmiah yang melekat dalam studi penelitian. Menurut Husein Umar (2010:52), uji validitas berguna untuk mengetahui apakah ada pertanyaan-pertanyaan pada kuesioner yang harus dibuang atau diganti karena dianggap tidak relevan. Penelitian ini melakukan pengujian validitas menggunakan korelasi *product moment*, rumusnya adalah:

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

Dimana:

r = korelasi product moment

X = skor setiap pertanyaan

n = jumlah anggota sampel

Y = skor total

Dasar pengambilan keputusan terhadap koefisien atau r hitung adalah sebagai berikut:

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. 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.

Jika r hitung (pada nilai *corrected item total correlation*) $> r$ tabel (0,361), maka pernyataan kuesioner valid.

Jika r hitung (pada nilai *corrected item total correlation*) $< r$ tabel (0,361), maka pernyataan kuesioner tidak valid. Butir yang tidak valid tersebut akan dibuang.

3. Uji Reliabilitas

Jika alat ukur telah dinyatakan valid, maka berikutnya alat ukur tersebut diuji reliabilitasnya. Reliabilitas menurut Imam Ghazali (2016:47) adalah alat untuk mengukur suatu kuesioner yang merupakan indikator dari variabel atau konstruk. Suatu kuesioner dikatakan reliabel atau handal jika jawaban seseorang terhadap pernyataan adalah konsisten atau stabil dari waktu ke waktu. Jadi reliabilitas merupakan instrumen yang dipakai untuk menunjukkan sejauh mana suatu hasil pengukuran relatif konsisten apabila alat ukur digunakan berulang kali. Dari sekian banyak teknik untuk mengukur reliabilitas, penulis menggunakan teknik *Cronbach Alpha*, rumusnya adalah sebagai berikut:

$$r_{\alpha} = \left[\frac{k}{(k-1)} \right] \left[1 - \frac{\sum s_b^2}{\sum s_t^2} \right]$$

Keterangan:

r_{α} = Reliabilitas Instrumen

k = Jumlah butir pertanyaan

$\sum s_b^2$ = Jumlah Varian Butir

s_t^2 = Varian total

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.

Sebelum menghitung dengan *Cronbach Alpha*, jumlah varian butir dicari terlebih dahulu dengan cara mencari nilai varian tiap butir, kemudian jumlahkan. Rumus varian yang digunakan adalah sebagai berikut:

$$s_b^2 = \frac{\sum x^2 - \frac{(\sum x)^2}{n}}{n - 1}$$

Dimana:

n = jumlah responden

x = nilai skor yang dipilih

Suatu variabel dikatakan reliabel jika memberikan nilai *Cronbach's Alpha* > 0,70. Jika r hitung > r tabel maka reliabel, sebaliknya jika r hitung < r tabel maka tidak reliabel.

4. Analisis Deskriptif

a. Analisis Presentase/Proporsi

Analisis presentase digunakan untuk mengetahui jumlah jawaban terbanyak dalam bentuk presentase. Rumus yang digunakan adalah:

$$P = \frac{f_i}{\sum f_i} \times 100\%$$

Keterangan:

P = Presentase dari responden

f_i = Jumlah responden kategori tertentu

$\sum f_i$ = Jumlah responden

b. Rata-rata (Mean)

Rata-rata merupakan ukuran pemusatan yang sangat sering digunakan. Keuntungan dari menghitung rata-rata adalah angka tersebut dapat digunakan sebagai gambaran atau wakil dari data yang diamati. Rumus rata-rata 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.

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

Keterangan :

$\bar{X}$ = Rata-rata hitung

X_i = Data

n = Jumlah data

c. Rata-Rata Tertimbang

Cara menghitung dengan menggunakan seluruh perkalian antara frekuensi dengan nilai skor masing-masing dibagi dengan jumlah total frekuensi.

$$\bar{X} = \frac{\sum f_i x_i}{\sum f_i}$$

Keterangan :

$\bar{X}$: Rata-rata tertimbang

f_i : Frekuensi pemilihan nilai

X_i : Skor (1, 2, 3, dst)

$\sum f_i$: Jumlah total frekuensi/data yang digunakan

5. Analisis Regresi Berganda

Menurut Imam Ghozali (2016: 95), ketepatan fungsi regresi sampel dalam mengukur nilai aktual dapat diukur dari *Goodnes of fit*-nya. Secara statistik, hal ini dapat diukur dari nilai koefisien determinansi, nilai statistik F, dan nilai statistik t. Analisis regresi ganda pada penelitian ini digunakan untuk menguji pengaruh antara variabel independen terhadap variabel dependen. Model regresi ganda adalah sebagai berikut:

$$Y = a + \beta_1 X_1 + \beta_2 X_2 + e$$

Keterangan :

Y: variabel dependen yang nilainya akan diprediksi

a : konstanta

β_1 : koefisien regresi variabel X_1

β_2 : koefisien regresi variabel X_2

e : error

Dalam analisis regresi linier berganda dilaksanakan uji koefisien regresi dengan melakukan uji F dan uji t.

a. Uji Kecocokan Model (Uji F)

Menurut Ghazali (2016: 96), uji statistik F menguji joint hipotesis bahwa $\beta_1, \beta_2, \beta_3$ secara simultan sama dengan nol, atau:

$$H_0 : \beta_1 = \beta_2 \dots \dots \dots = \beta_k = 0$$

$$H_a : \beta_1 \neq \beta_2 \dots \dots \dots \neq \beta_k \neq 0$$

Uji hipotesis seperti ini dinamakan uji signifikansi secara keseluruhan terhadap garis regresi yang diobservasi maupun estimasi, apakah Y berhubungan linear terhadap X_1, X_2, X_3 .

Untuk menguji hipotesis ini digunakan statistik F dengan kriteria pengambilan keputusan dengan membandingkan nilai F hasil perhitungan dengan nilai F menurut tabel. Bila nilai F hitung lebih besar daripada nilai F tabel, maka H_0 ditolak dan menerima H_a .

b. Uji Signifikansi Koefisien (Uji t)

Menurut Ghazali (2016: 97), uji statistik t pada dasarnya menunjukkan seberapa jauh pengaruh satu variabel penjelas/



independen secara individual dalam menerangkan variabel-variabel dependen.

$$H_0 : \beta_{1,2} = 0$$

$$H_a : \beta_{1,2} > 0$$

Artinya, variabel tersebut merupakan penjelas yang signifikan terhadap variabel dependen.

Cara melakukan uji t adalah dengan membandingkan antara nilai t hitung masing-masing variabel bebas dengan nilai t tabel dengan derajat kesalahan 5% ($\alpha = 0.05$). Apabila nilai t hitung $< t$ tabel, maka variabel bebasnya memberikan pengaruh signifikan terhadap variabel terikat. (Jika $\text{sig} < 0.05$ tolak H_0 , jika $\text{sig} > 0.05$ terima H_0)

c. Uji Koefisien Determinasi (Uji R^2)

Menurut Imam Ghazali (2016 : 95), koefisien determinasi pada intinya mengukur seberapa jauh kemampuan model dalam menerangkan variasi variabel dependen. Nilai koefisien determinasi adalah antara nol dan satu. Nilai R^2 yang kecil berarti kemampuan variabel-variabel independen dalam menjelaskan variasi variabel dependen sangat terbatas.

6. Uji Asumsi Klasik

a. Uji Multikolinearitas

Menurut Ghazali (2016: 103), uji multikolinearitas bertujuan untuk menguji apakah model regresi ditemukan adanya korelasi antar variabel independen. Model regresi yang baik seharusnya tidak terjadi korelasi di antara variabel independen. Jika variabel independen saling berkorelasi, maka variabel-variabel ini tidak orthogonal. Variabel ortogonal adalah

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.



variabel independen yang nilai korelasi antar sesama variabel independen sama dengan nol.

Dasar pengambilan keputusan uji multikolinearitas adalah sebagai berikut:

- 1) Jika $VIF < 10$ dan $Tolerance > 0.10$ maka bebas multikolinearitas.
- 2) Jika $VIF > 10$ dan $Tolerance < 0.10$ maka terdapat multikolinearitas.

b. Uji Normalitas

Menurut Ghazali (2016: 154), uji normalitas bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi, variabel pengganggu atau residual memiliki distribusi normal. Seperti diketahui bahwa uji t dan uji F mengasumsikan bahwa nilai residual mengikuti distribusi normal. Kalau asumsi ini dilanggar maka uji statistik menjadi tidak valid untuk jumlah sampel kecil. Uji statistik yang dapat digunakan untuk menguji normalitas residual adalah uji statistik non-parametrik Kolmogorov-Smirnov (K-S). Uji K-S dilakukan dengan membuat hipotesis :

H_0 : data residual berdistribusi normal

H_a : data residual berdistribusi tidak normal

Dengan signifikan ($\alpha = 5\%$), dasar pengambilan keputusan:

- 1) Jika $P\text{-value} > \alpha$ (0,05) data dikatakan berdistribusi normal atau tidak tolak H_0
- 2) Jika $P\text{-value} < \alpha$ (0,05) data dikatakan tidak berdistribusi normal atau tolak H_0

c. Uji Heteroskedastisitas

Menurut Ghazali (2016: 134), uji heteroskedastisitas bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi terjadi ketidaksamaan

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 menggunakan 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)

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.

varians dari residual satu pengamatan ke pengamatan yang lain. Jika varians dari residual satu pengamatan ke pengamatan lain tetap, maka disebut Homoskedastisitas dan jika berbeda disebut Heteroskedastisitas. Model regresi yang baik adalah yang Homoskedastisitas atau tidak terjadi Heteroskedastisitas.

Ho : tidak terdapat heteroskedastisitas

Ha : terdapat heteroskedastisitas

Pengambilan keputusan:

- 1) Jika $P\text{-value} > \alpha (0,05)$ tidak terdapat heteroskedastisitas
- 2) Jika $P\text{-value} < \alpha (0,05)$ terdapat heteroskedastisitas