

BAB III

METODE PENELITIAN

Pada Bab III ini akan dijelaskan mengenai objek penelitian, desain penelitian, variabel penelitian, teknik pengumpulan data, teknik pengambilan sampel, dan teknik analisis data.

A. Obyek Penelitian

Pada penelitian ini, yang menjadi obyek penelitian adalah green marketing mix dan minat beli konsumen TV Samsung. Penelitian ini dilakukan dengan menyebarkan kuesioner kepada 100 orang di wilayah Jakarta Utara.

B. Desain Penelitian

Menurut Cooper dan Schindler (2006:156), desain riset adalah rencana dan struktur investigasi yang dibuat sedemikian rupa sehingga diperoleh jawaban atas pertanyaan riset. Rencana ini mencakup garis besar dari apa yang akan dilakukan seorang investigator mulai dari penulisan hipotesis serta implikasi operasionalnya hingga ke analisis akhir data. Lebih lanjut, Cooper dan Schindler (2006:157) mengklasifikasikan desain penelitian dengan memakai delapan perspektif, antara lain sebagai berikut:

1. Derajat Kristalisasi Pertanyaan Riset

Merupakan tingkat sejauh mana masalah penelitian telah dirumuskan. Studi ini bersifat eksplorasi atau formal. Berdasarkan tingkat perumusan masalah, studi yang digunakan berkaitan dengan penelitian ini adalah studi formal. Studi formal dimulai dengan hipotesis atau pertanyaan penelitian dan mencakup prosedur – prosedur yang cermat dan

spesifikasi mengenai sumber data. Tujuan dari studi formal ini adalah untuk menguji hipotesis atau menjawab pertanyaan-pertanyaan riset yang diajukan.

2. Metode pengumpulan Data

Pengelompokan ini membedakan antara proses pembinaan dan proses komunikasi. Berdasarkan perspektif metode pengumpulan data, penelitian ini menggunakan metode komunikasi dengan mengajukan kuisioner yang berisi sejumlah pertanyaan yang diajukan kepada subyek penelitian, yaitu *green marketing mix* dan minat beli konsumen TV Samsung di wilayah Jakarta Utara.

3. Pengendalian Variabel Oleh Periset

Penelitian ini merupakan penelitian *ex post facto*, karena penelitian ini merupakan pencarian empirik yang sistematis dimana peneliti tidak dapat mengontrol variabel bebasnya, karena peristiwa telah terjadi atau sifatnya tidak dapat dimanipulasi.

4. Tujuan Studi

Berdasarkan tujuan studi, terdapat dua jenis studi penelitian, yaitu studi deskriptif dan kausal. Studi deskriptif berkaitan dengan mencari tahu tentang apa, siapa, dimana, bilamana, atau berapa banyak dan digunakan untuk menggambarkan penelitian konsumen terhadap suatu produk. Sedangkan studi kausal berusaha untuk menjelaskan hubungan - hubungan antara variabel. Penelitian ini menggunakan studi kausal atau metode sebab akibat untuk menunjukkan bagaimana peran *green marketing mix* mempengaruhi minat beli pada TV Samsung di Jakarta Utara.

© 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.



5. Dimensi Waktu

Penelitian ini merupakan penelitian studi *cross sectional*, yaitu pengumpulan data yang dilakukan hanya sekali dalam suatu periode tertentu. Pengumpulan data pada penelitian ini dilakukan hanya satu kali, yaitu pada saat pembagian kuisioner kepada para konsumen yang mengetahui TV Samsung.

6. Cakupan Topik

Penelitian ini menggunakan penelitian statistik, karena ini bertujuan untuk memperoleh karakteristik populasi dengan membuat kesimpulan dari karakteristik sampel. Hipotesis dalam penelitian ini diuji secara kuantitatif.

7. Lingkungan Penelitian

Penelitian ini menggunakan kondisi actual (kondisi lapangan), Penelitian ini mengkaji peran *green marketing mix* mempengaruhi minat beli pada TV Samsung di Jakarta Utara.

8. Persepsi Peserta

Persepsi peserta secara tidak langsung mempunyai pengaruh terhadap hasil penelitian. Dalam penelitian ini peneliti berusaha agar peserta tidak merasakan adanya penyimpangan dari rutinitas sehari-hari, sehingga persepsi yang dihasilkan adalah nyata sesuai dengan keadaan sebenarnya.

C. Operasionalisasi Konsep

Operasionalisasi adalah proses pemberian definisi operasional atau indikator pada sebuah variabel. Pada penelitian ini, terdapat lima variabel yang akan diukur yaitu produk ramah lingkungan, harga premium, saluran

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.

distribusi ramah lingkungan, dan promosi ramah lingkungan dan minat beli. Untuk lebih jelasnya, operasionalisasi konsep kelima variabel tersebut dijabarkan pada tabel 3.1 sebagai berikut :

Tabel 3.1

Variabel	Dimensi	Indikator
<i>Green Marketing Mix</i>	Produk Ramah Lingkungan	1. Menggunakan bahan-bahan aman bagi lingkungan
		2. Hemat energi
		3. Menggunakan sumber daya yang dapat diperbaharui
	Harga Premium	Harga lebih tinggi dibandingkan dengan harga produk pesaing
	Saluran Distribusi Ramah Lingkungan	Kemudahan konsumen memperoleh produk tanpa harus menghabiskan banyak tenaga dan bahan bakar
Promosi Ramah Lingkungan		1. Dapat mengubah kebiasaan konsumen
		2. Dapat menarik konsumen
		3. Dapat mempengaruhi perilaku konsumen
Minat Beli	Minat transaksional	Kecenderungan seseorang untuk membeli produk

© 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.





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.

	Minat prefrensial	Perilaku seseorang yang memiliki prioritas lebih menyukai suatu produk daripada produk lain yang sejenis
	Minat eksploratif	<ol style="list-style-type: none"> 1. Perilaku seseorang yang selalu mencari informasi mengenai produk yang diminati 2. Mencari informasi untuk mendukung sifat-sifat positif dari produk tersebut

Sumber: Pride dan Farel dalam Haryadi (2009:25), Suwarwan et al. (2012:235), Tiwari et al. (2011:3), Ferdinand (2002:129)

D. Teknik Pengumpulan Data

Dalam penelitian ini, penulis memperoleh data yang diperlukan dengan menggunakan teknik komunikasi, yaitu dengan menyebarkan kuesioner untuk mengumpulkan data primer. Kuesioner ini ditujukan kepada responden yaitu konsumen TV Samsung. Sampel diperoleh dari konsumen yang mengetahui TV Samsung.

Berdasarkan daftar pertanyaan pada kuesioner yang dibuat oleh peneliti, untuk menentukan penilaian skor atas jawaban yang diberikan oleh responden, peneliti menetapkan nilai masing – masing jawaban yang diperoleh berdasarkan skala Likert. Skala Likert digunakan untuk mengatur sikap, pendapatan dan persepsi seseorang atau sekelompok orang tentang fenomena sosial. Pada penelitian ini menggunakan tingkat kesetujuan skala Likert yaitu STS = Sangat Tidak Setuju, TS = Tidak Setuju, N = Netral, S = Setuju, SS = Sangat Setuju. Kemudian setiap

tingkat jawaban diberi skor dari 1 sampai 5. Nilai 1 untuk jawaban unfavourable dan nilai 5 untuk favourable.

E. Teknik Pengambilan Sampel

Penulis melakukan teknik pengambilan sampel dengan melakukan survey, pengambilan sampel dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Populasi: Konsumen TV Samsung di Jakarta Utara.
2. Penulis menggunakan teknik pengambilan sampel metode *judgement sampling* yaitu pengambilan sampel dilakukan dengan pertimbangan bahwa sampel yang diambil dapat mewakili konsumen TV Samsung. Kriteria yang digunakan adalah yang mengetahui produk TV ramah lingkungan Samsung.
3. Jumlah sampel yang diambil adalah 100 responden yang berlokasi di Jakarta Utara.

F. Teknik Analisis Data

Untuk analisis data, penulis menggunakan program SPSS 20 untuk mempermudah proses perhitungan. Teknik analisis data yang digunakan oleh penulis untuk membantu menganalisis data-data mendukung hasil penelitian ini, antara lain:

a. Uji Validitas

Uji validitas dilakukan untuk memastikan seberapa baik suatu instrumen digunakan untuk mengukur konsep yang seharusnya diukur. Menurut Sugiono (2010) untuk menguji validitas konstruk dilakukan dengan cara mengkorelasikan antara skor butir pertanyaan dengan skor totalnya.





Rumus yang digunakan untuk menguji validitas instrumen ini adalah Product Moment dari Karl Pearson, sebagai berikut:

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

Keterangan:

r = koefisien relative

n = banyaknya responden

i = skor pertanyaan

x = total skor seluruh atribut

b. Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas adalah suatu pengujian untuk menentukan konsistensi pengukuran indikator – indikator dari variabel suatu variabel laten. Uji reliabilitas dipakai untuk menunjukkan sejauh mana suatu pengukuran relatif konsisten apabila pengukuran dilakukan berulang dua kali atau lebih. Untuk mengetahui suatu instrumen dinyatakan reliabilitas, menurut Sugiyono (2012) mengemukakan bahwa : “Suatu instrumen dinyatakan reliabel, bila koefisien reliabilitas minimal 0.60”. Berdasarkan pendapat tersebut, maka dapat diketahui bahwa suatu instrumen dinyatakan reliabel jika nilai Alpha \geq 0.60, sedangkan suatu instrumen dinyatakan tidak reliabel jika nilai Alpha $<$ 0.60.

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. 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.

Uji reliabilitas dilakukan dengan rumus *cronbach alpha* sebagai berikut:

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

Dimana :

r_{11} = reliabilitas yang dicari

n = Jumlah item pertanyaan yang di uji

$\sum \sigma_t^2$ = Jumlah varians skor tiap-tiap item

σ^2 = varians total

c. Analisis Deskriptif

1. Analisis Persentase

Analisis persentase digunakan untuk mengetahui karakteristik dari responden, yang terdiri dari jenis kelamin, usia, dan pendidikan.

Rumusnya adalah sebagai berikut:

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

Keterangan:

P = persentase dari responden yang memilih kategori tertentu

f_i = jumlah responden yang memilih kategori

$\sum f_i$ = jumlah total responden

2. Untuk mengetahui atribut utama yang membuat konsumen berminat untuk membeli produk TV Samsung ini, digunakan perhitungan



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

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

nilai rata-rata (*mean score*). Sedangkan untuk mengetahui minat beli konsumen secara keseluruhan digunakan perhitungan keseluruhan nilai rata-rata (*overall mean score*) :

$$\bar{x} = \frac{\sum(f_i \cdot x_i)}{n}$$

f_i	= frekuensi ke - i
x_i	= data ke - i
$\sum(f_i \cdot x_i)$	= jumlah f_i dikali x_i
n	= total frekuensi

Setelah itu, nilai rata-rata (*mean score*) dari tiap-tiap indikator/ atribut dalam variabel minat beli akan dirata-ratakan kembali untuk memperoleh nilai rata-rata secara keseluruhan (*overall mean score*) dengan menggunakan rumus sebagai berikut:

$$\bar{\bar{X}} = \frac{\sum \bar{X}}{k}$$

Keterangan:

$\bar{\bar{X}}$ = rata-rata keseluruhan

\bar{X} = rata-rata butir pertanyaan

k = banyaknya pertanyaan

3. Untuk mendapatkan gambaran yang lebih terperinci mengenai minat beli, dibuat suatu skala interval. Adapun interval tersebut dapat dihitung dengan menggunakan rumus:

$$i = \frac{H - L}{k}$$

Keterangan:

H = nilai tertinggi dalam skala likert

L = nilai terendah dalam skala likert

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 Dilindungi Undang-Undang

K = banyaknya tingkatan dalam skala likert

Dengan demikian, interval yang digunakan untuk menggolongkan tingkat minat beli konsumen adalah sebagai berikut:

$$i = \frac{5 - 1}{5} = 0,8$$

Dengan menggunakan interval tersebut di atas, maka dapat dibentuk kelas interval sebagai berikut:

1. 1,00 – 1,80 → sangat tidak setuju
2. 1,81 – 2,60, → tidak setuju
3. 2,61 – 3,40, → netral
4. 3,41 – 4,20, → setuju
5. 4,21 – 5,00 → sangat setuju

d. Uji Asumsi Klasik

Dalam analisis regresi ganda perlu dilakukan pengujian asumsi klasik agar memenuhi kriteria BLUE (Best Linear Unbiased Estimate). Dimana untuk memenuhi kriteria BLUE harus terpenuhi residual berdistribusi normal, tidak terjadi otokorelasi, tidak terjadi heteroskedastisitas, dan tidak terjadi multikolinearitas. Adapun pengujian asumsi klasiknya adalah sebagai berikut:

1. Uji Normalitas

Pengujian ini bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi variabel pengganggu atau residual memiliki distribusi normal. Seperti diketahui, uji t dan uji F mengasumsikan bahwa nilai residual mengikuti distribusi normal. Jika asumsi ini dilanggar, 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.



uji statistik menjadi tidak valid untuk jumlah sampel yang kecil (Imam Ghozali, 2006:147). Uji normalitas ini dilakukan dengan bantuan program SPSS 20.

Uji normalitas ini menggunakan Uji Statistik Kolmogorov – Smirnov. Model regresi dikatakan berdistribusi normal jika hasil uji One Sample Kolmogorov – Smirnov test yang dinyatakan dalam signifikansi Asymp.Sig (2-tailed) lebih besar dari 0,05.

Hipotesis pengujian adalah sebagai berikut:

H₀ : data residual berdistribusi normal.

H_a : data residual tidak berdistribusi normal.

2. Uji Heteroskedastisitas

Pengujian ini bertujuan untuk mengetahui apakah dalam model regresi terdapat ketidaksamaan varians dari residual satu pengamatan ke pengamatan lain. Jika varians residual antar pengamatan tetap, maka disebut homoskedastisitas namun jika berbeda disebut heteroskedastisitas. Model regresi yang baik adalah yang homoskedastisitas. Umumnya data cross - section mengalami heteroskedastisitas karena data ini menghimpun data yang mewakili berbagai ukuran (kecil, sedang, dan besar) (Imam Ghozali, 2006:125). Untuk melakukan uji heteroskedastisitas, peneliti menggunakan bantuan program SPSS 20. Pengujian heteroskedastisitas menggunakan Uji Spearman. Uji Spearman

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.



dilakukan dengan cara mengkorelasikan nilai absolut residual dengan masing-masing variabel independen (x_1 , x_2 , x_3 , dan x_4).

Kriteria pengujian:

H_0 : Tidak ada gejala heteroskedastisitas

H_a : Ada gejala heteroskedastisitas

H_0 diterima apabila nilai p value atau signifikansi $> 0,05$.

3. Uji Autokorelasi

Pengujian ini bertujuan untuk mengetahui apakah dalam model regresi terdapat korelasi antara kesalahan pengganggu pada periode t dengan kesalahan pengganggu pada periode $t-1$ (periode sebelumnya). Jika terjadi korelasi, maka dinamakan terdapat masalah otokorelasi. Masalah ini timbul karena kesalahan pengganggu (residual) tidak bebas dari satu observasi ke observasi lainnya. Hal ini sering ditemukan pada data time series (Imam Ghozali, 2006:99).

Model regresi yang baik adalah yang bebas dari otokorelasi. Pengujian otokorelasi ini menggunakan Uji Durbin-Watson (DW Test). Hipotesis pengujian adalah sebagai berikut:

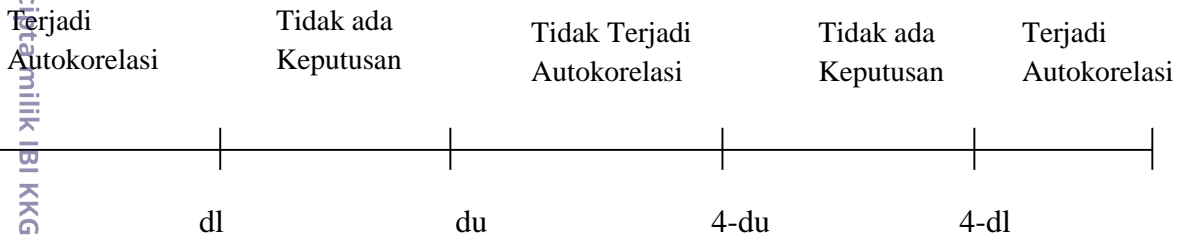
H_0 : tidak ada autokorelasi ($r = 0$).

H_a : ada autokorelasi. ($r \neq 0$)

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.

Gambar 3.1

Pengambilan keputusan ada tidaknya autokorelasi dinyatakan gambar berikut:



4. Uji Multikolinearitas

Multikolinearitas terjadi jika terdapat korelasi linear yang sangat tinggi diantara beberapa variabel independen. Uji multikolinearitas bertujuan untuk menguji apakah model regresi ditemukan adanya korelasi antar variabel independen. Model regresi yang baik seharusnya tidak terjadi multikolinearitas diantara variabel independen (Imam Ghozali,2006:95). Adanya multikolinearitas dapat dilihat dari nilai tolerance atau VIF (*Variance Inflation Factor*). Kriteria pengambilan keputusan untuk pengujian multikolinearitas adalah sebagai berikut:

- 1) Jika nilai VIF < 10, maka tidak terjadi multikolinearitas.
- 2) Jika nilai VIF ≥ 10 , maka terjadi multikolinearitas.

Setelah dilakukan pengujian asumsi klasik, maka akan dilakukan uji keberartian model dan uji koefisien regresi.



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. 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.

5. Uji Keberartian Model (Uji F)

Uji F digunakan untuk mengetahui apakah variabel independen secara bersama sama atau simultan mempengaruhi variabel dependen (Imam Ghozali 2006:163).

Uji F digunakan untuk melihat signifikansi model regresi, apakah model regresi penelitian layak digunakan. Dalam analisisnya, hipotesis statistik yang digunakan adalah sebagai berikut:

$$H_0: \beta_1 = \beta_2 = \beta_3 = \beta_4 = 0$$

$$H_a: \text{tidak semua } \beta_i = 0$$

Kriteria pengambilan keputusannya adalah sebagai berikut:

- a. Jika $\text{sig} \leq 0,05$ atau $F \text{ hitung} \geq F \text{ tabel}$, maka tolak H_0 yang berarti model regresi tersebut dapat digunakan untuk memprediksi Y.
- b. Jika nilai $\text{sig} > 0,05$ atau $F \text{ hitung} < F \text{ tabel}$, maka tidak tolak H_0 yang berarti model regresi tersebut tidak dapat digunakan untuk memprediksi Y.

Jika uji F tolak H_0 maka lakukan Uji t

6. Uji Koefisien Regresi (Uji t)

Uji statistik t digunakan untuk pengujian hipotesis penelitian, yaitu mengetahui pengaruh masing-masing variabel independen terhadap variabel dependen (Imam Ghozali 2006:164). Hipotesis statistik yang digunakan adalah sebagai berikut:

$$H_0: \beta_1 = 0 \quad H_0: \beta_2 = 0 \quad H_0: \beta_3 = 0 \quad H_0: \beta_4 = 0$$

$$H_a: \beta_1 \neq 0 \quad H_a: \beta_2 \neq 0 \quad H_a: \beta_3 \neq 0 \quad H_a: \beta_4 \neq 0$$

Kriteria pengambilan keputusan adalah sebagai berikut:

- a. Jika nilai $\text{Sig} \leq \alpha$ atau $t \text{ hitung} \geq t \text{ tabel}$, maka tolak H_0 yang berarti variabel independen berpengaruh signifikan terhadap variabel dependen.
- b. Jika nilai $\text{Sig} > \alpha$ atau $t \text{ hitung} < t \text{ tabel}$, maka tidak tolak H_0 yang berarti variabel independen tidak berpengaruh signifikan terhadap variabel dependen.

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