



BAB III

METODOLOGI PENELITIAN

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

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

A. Objek Penelitian

Pada penelitian ini, yang menjadi obyek penelitian adalah keputusan pembelian Honda CB150R di Jakarta. Subyek penelitian ini adalah para konsumen yang Memiliki Honda CB150R. Penelitian ini dilakukan dengan menyebarkan kuesioner kepada responden secara langsung, dengan subyek penelitian sejumlah 100 orang responden yang dilakukan pada bulan Agustus 2016- September 2016.

B. Desain Penelitian

Menurut Cooper dan Schindler (2006:158), desain penelitian dikelompokkan atas delapan perspektif sebagai berikut :

1. Derajat kristalisasi pertanyaan riset : Merupakan tingkat sejauh mana masalah penelitian telah dirumuskan. Berdasarkan tingkat perumusan masalah, studi yang berkaitan dengan penelitian ini adalah studi formal, yang dimulai dengan hipotesis atau pertanyaan penelitian, mencakup prosedur-prosedur yang cermat dan spesifikasi mengenai sumber data. Tujuan dari studi formal ini adalah untuk menguji hipotesis dan menjawab pertanyaan-pertanyaan penelitian 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 pertanyaan-pertanyaan melalui kuesioner kepada subyek penelitian dan mengumpulkan jawaban-jawabannya melalui cara personal.

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



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. Mereka hanya bisa melaporkan apa yang telah terjadi atau apa yang sedang terjadi.
4. Tujuan penelitian : Berdasarkan tujuan penelitian, 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 pengaruh citra merek, harga dan kualitas produk terhadap keputusan pembelian Honda CB150R
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 kuesioner kepada para pemilik Honda CB150 R.
6. Cakupan topik : Penelitian ini merupakan desain studi statistik, karena ini bertujuan untuk mengetahui karakteristik atau ciri-ciri populasi melalui penarikan kesimpulan berdasarkan karakteristik atau ciri-ciri sampel. Hipotesis dalam penelitian ini diuji secara kuantitatif.
7. Lingkungan penelitian : Penelitian ini tergolong dalam penelitian lapangan, karena data diambil langsung dengan menyebarkan kuesioner, serta subyek dan obyek penelitiannya berada dalam lingkungan nyata yang sebenarnya (bukan simulasi).

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

Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian

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.



8. Persepsi subyek : Persepsi peserta atau subyek penelitian dapat mempengaruhi kesimpulan atau 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 yang sebenarnya.

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

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

C. Variabel Penelitian

Berdasarkan batasan masalah yang akan diteliti, terdapat empat variabel dalam penelitian yang akan digunakan sebagai bahan analisis, yaitu citra merek, harga, kualitas produk dan keputusan pembelian yang dioperasionisasikan sebagai berikut :

1. Keputusan Pembelian

Keputusan pembelian adalah saat konsumen memilih salah satu dari berbagai alternatif pilihan yang ada. Indikator yang digunakan untuk mengukur keputusan pembelian konsumen menurut Shareef et al (2008) adalah *purchase intention*, *overall satisfaction* dan *purchase frequency*. Pengukuran variabel keputusan pembelian disajikan pada tabel 3.1.

Tabel 3.1
Indikator dan Item Pertanyaan Keputusan Pembelian

Variabel	Indikator	Item Pertanyaan	Skala
<i>Purchase Decision</i> (Diadaptasi dari Shareef et al, 2008)	<i>Purchase Intention</i>	Saya memiliki keinginan untuk membeli produk Honda CB150r	Interval
	<i>Overall Satisfaction</i>	Secara keseluruhan, saya puas terhadap Produk Honda CB150r	Interval
	<i>Purchase Frequency</i>	Saya akan melakukan pembelian kembali model terbaru produk Honda CB150r	Interval

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



2. Citra Merek (*Brand Image*)

Citra merek merupakan suatu persepsi yang tercipta di dalam benak konsumen tentang suatu merek. Menurut Ali Raza dan Zia Rehman (2012), citra merek memiliki tiga indikator yaitu *reputation*, *responsibility* dan *delivered*.

Pengukuran variabel citra merek disajikan pada tabel 3.2.

Tabel 3.2
Indikator dan Item Pertanyaan Citra Merek

Variabel	Indikator	Item Pertanyaan	Skala
Brand Image (Diadaptasi dari Ali Raza dan Zia Rehman, 2012)	<i>Reputation</i>	Merek Honda memiliki reputasi yang baik di benak masyarakat	Interval
		Merasa puas menggunakan produk Honda	
	<i>Responsibility</i>	Sepeda motor Honda adalah sepeda motor yang mudah dalam mencari suku cadangnya	Interval
		Honda telah memberikan pertanggung jawaban yang baik atas pelayanan yang diberikan	
	<i>Delivered</i>	Sepeda motor Honda merupakan sepeda motor yang irit dalam penggunaan bahan bakar	Interval
		Sepeda motor Honda merupakan sepeda motor yang peduli terhadap kebutuhan konsumennya	

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

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

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.



3. Harga

Menurut William Stanton (1994), harga adalah sejumlah nilai yang ditukarkan konsumen dengan manfaat dari memiliki atau menggunakan produk atau jasa yang lainnya ditetapkan oleh pembeli atau penjual untuk satu harga yang sama terhadap semua pembeli. Pengukuran dari variabel harga adalah keterjangkauan harga, kesesuaian harga dengan kualitas produk, daya saing harga dan kesesuaian harga dengan manfaat produk. Pengukuran variabel harga disajikan pada tabel 3.3

Tabel 3.3
Indikator dan Item Pertanyaan Harga

Variabel	Indikator	Item Pertanyaan	Skala
Harga (Diadaptasi dari William J. Stanton, 1994)	Keterjangkauan Harga	Harga produk Honda CB150r terjangkau bagi saya.	Interval
		Harga honda CB150r sesuai dengan kemampuan atau daya beli masyarakat	
	Kesesuaian Harga dengan Kualitas Produk	Harga yang ditawarkan Honda CB150r sesuai dengan kualitas produknya.	Interval
		Varian Honda cb150r (<i>special edition</i>) yang lebih mahal, sebanding dengan kualitas yang diberikan	
	Daya Saing Harga	Harga Honda CB150r lebih murah daripada pesaing sejenisnya	Interval
		Harga jual kembali Honda CB150r lebih tinggi daripada pesaing sejenisnya	
	Kesesuaian Harga dengan Manfaat Produk	Harga yang ditawarkan Honda CB150r sesuai dengan manfaat produk yang saya dapatkan.	Interval

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

© Hak cipta milik IBI KKG (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.



4. Kualitas Produk (*Product Quality*)

Ⓒ Kualitas Produk dapat diartikan sebagai kemampuan sebuah produk untuk memberikan hasil atau kinerja yang sesuai dari apa yang diinginkan oleh konsumen (Kotler & Armstrong, 2012). Pengukuran variabel kualitas produk menurut Tjiptono (2008) terdiri dari *performance*, *durability*, *conformance to specification*, *features*, *reliability*, *aesthetics*, *perceived quality*, dan *serviceability*.

Pengukuran variabel kualitas pelayanan disajikan pada tabel 3.4

Tabel 3.4
Indikator dan Item Pertanyaan Kualitas Produk

Variabel	Indikator	Item Pertanyaan	Skala
Product Quality (Diadaptasi dari Tjiptono, 2008)	<i>Performance</i>	Honda CB150r memiliki performa mesin yang baik dalam produk nya	Interval
		Honda CB150r mudah dikemudikan	
	<i>Durability</i>	Daya tahan mesin Honda CB150r tangguh untuk jarak menengah hingga jauh	Interval
		Honda CB150r memiliki umur ekonomis yang lebih lama (jarang mengalami kerusakan yang parah)	
	<i>conformance to specification</i>	Honda CB150r memiliki kinerja produk sesuai dengan spesifikasi yang di janjikan oleh perusahaan	Interval
		Tidak ditemukannya ke cacatan dalam produk CB150r yang honda tawarkan	
	<i>features</i>	Honda CB150r memiliki fitur yang lebih (unggul) dibanding dengan produk pesaing	Interval
		Honda mengusung teknologi yang canggih ke dalam fitur Honda CB150r	
<i>Reliability</i>	Honda CB150r memiliki keandalan yang tinggi, dimana dalam penggunaannya sedikit mengalami kegagalan	Interval	

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

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

Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie

1. Dilarang menyalin atau seluruhnya atau sebagian 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.



<p>© Hak cipta milik IBI KKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)</p> <p>Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang</p>		Honda cb150r merupakan motor yang dapat di handalkan dalam segala macam cuaca	Interval
	<i>Aesthetics</i>	Honda CB150r memiliki penampilan produk yang menarik	Interval
		Honda CB150r memiliki design yang inovatif	
	<i>perceived quality</i>	Honda CB150r memiliki kesan yang baik bagi penggunanya, baik itu dari citra perusahaan, atau merek dari produk tersebut	Interval
		Honda CB150r merupakan motor yang irit, dengan kemampuan menempuh jarak 40 km dalam 1lt bensin (dalam pemakaian normal)	
	<i>serviceability</i>	Honda CB150r merupakan motor yang mudah dalam perawatannya	Interval
		Honda CB150r merupakan produk yang mudah dalam melakukan reparasi, serta mekanik handal dan berkompeten dalam melayani	

D. Teknik Pengumpulan Data

Dalam penelitian ini, teknik pengumpulan data yang digunakan adalah teknik komunikasi dengan menggunakan instrumen kuesioner yang disebarakan kepada 100 responden yaitu konsumen yang memiliki produk *Honda CB150r*. Jenis kuesioner yang disebarakan adalah pertanyaan tertutup, yang artinya pertanyaan telah disusun sebelumnya dengan memberikan alternatif-alternatif jawaban yang sudah disiapkan oleh penulis. 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, pendapat dan persepsi seseorang atau sekelompok orang tentang fenomena sosial. Pada penelitian ini menggunakan tingkat

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.



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 Sangat Tidak Setuju dan nilai 5 untuk jawaban Sangat Setuju.

Tabel 3.5
Skala Likert

Sangat Tidak Setuju	Tidak Setuju	Netral	Setuju	Sangat Setuju
1	2	3	4	5

E. Teknik Pengambilan Sampel

Populasi dalam penelitian ini adalah konsumen yang memiliki produk Honda CB150r. Teknik pengambilan sampel yang digunakan dalam penelitian ini adalah *nonprobability sampling*, dimana semua elemen populasi belum tentu memiliki peluang yang sama untuk dipilih menjadi anggota sampel. Oleh karena itu, dengan metode *nonprobability sampling* peneliti dapat meyakinkan bahwa sampel merupakan perwakilan populasi dari mana sampel ditarik dan error dalam pengambilan sampel juga dapat dikurangi.

Teknik pendekatan yang digunakan adalah *judgement sampling*, yaitu pengambilan sampel dilakukan dengan terlebih dahulu menentukan batasan-batasan atau kriteria bahwa sampel yang diambil dapat mewakili populasi tersebut. Dalam hal ini, penulis menetapkan kriteria responden yang dipilih adalah responden dengan minimal usia 17 tahun yang memiliki produk Honda CB150r di Jakarta, yaitu pada bulan Agustus 2016 – September 2016.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

Hak cipta milik IBI Kwik Kian Gie (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.



Menurut Joseph F. Hair, et al (1998) jumlah sampel yang sebaiknya diambil

adalah antara 100 sampai 200 orang responden. Maka diputuskan jumlah sampel yang diambil adalah 100 orang responden.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

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

Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian

F. Teknik Analisis Data

Evaluasi Model Pengukuran

a. Uji Validitas

Uji validitas merupakan suatu pengujian yang bertujuan untuk menentukan kemampuan suatu indikator dalam mengukur variabel laten. Validitas suatu indikator dapat dievaluasi dengan tingkat signifikansi pengaruh antara suatu variabel laten dengan indikatornya. Suatu pernyataan dianggap valid apabila mampu mengukur apa yang diinginkan (Simamora, 2004:58). Item pernyataan dikatakan valid apabila $p\text{-value} < 0,05$ dan $factor\ loading > 0,5$ (Ghozali dan Latan, 2014:106).

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. Indikator pernyataan dinyatakan reliable apabila nilai dari Cronbach's Alpha $> 0,7$.

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. Analisis Deskriptif

Menurut Simamora (2004:231), analisis deskriptif adalah transformasi data mentah ke dalam bentuk yang lebih mudah dipahami atau diinterpretasi. Analisis deskriptif bertujuan untuk mengetahui karakteristik setiap variabel dalam sampel.

Alat-alat analisis yang dipakai adalah :

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

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

a. Rata-rata hitung (*mean*)

Rata-rata hitung atau *mean* dilakukan dengan menjumlahkan seluruh nilai data suatu kelompok sampel, kemudian dibagi dengan jumlah sampel tersebut.

Maka bisa dihitung rata-rata dari sampel tersebut dengan rumus berikut :

$$\bar{X} = \frac{\sum X_i}{n}$$

Keterangan :

\bar{X} = Rata-rata hitung

X_i = Nilai sampel ke- i

n = Jumlah sampel

b. Analisis Persentase

Analisis presentase adalah analisis yang digunakan untuk mengetahui karakteristik responden, yang terdiri dari jenis kelamin, usia, pekerjaan, dan sebagainya. Analisis profil dilakukan dengan menghitung presentase dengan menggunakan rumus berikut :

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

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

Keterangan :

P = Presentase responden

f_i = Jumlah responden kategori tertentu

$\sum f_i$ = Total responden

c. Rata-rata tertimbang

Dalam analisis rata-rata tertimbang, rumus yang digunakan adalah :

Keterangan :

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

f_i = Frekuensi

X_i = Bobot nilai

$\sum f_i$ = Jumlah responden

d. Rentang Skala

Setelah nilai rata-rata diperoleh, maka selanjutnya digambarkan rentang skala untuk menentukan posisi responden dengan menggunakan nilai skor setiap variabel. Untuk itu, perlu dihitung dengan rumus rentang skala sebagai berikut :

$$Rs = \frac{m - 1}{m}$$

Keterangan :

Rs = Rentang skala penelitian

m = Banyaknya kategori

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





Skor terbesar adalah 5, skor terkecil adalah 1 dan jumlah kelas atau kategori

adalah 5, maka dapat ditentukan rentang skalanya seperti berikut :

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

Tabel 3.6
Skor Rentang Skala

Rata-Rata Skor	Keterangan
1 – 1,80	Sangat Tidak Setuju
1,81 – 2,60	Tidak Setuju
2,61 – 3,40	Netral
3,41 – 4,20	Setuju
4,21 – 5,00	Sangat Setuju

3. Uji asumsi klasik.

Regresi linier yang baik adalah regresi linier yang tidak bias, untuk memenuhi kriteria tersebut maka harus memenuhi kriteria dalam uji klasik, diantaranya adalah

a) Uji Normalitas

Uji normalitas bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi data terdistribusi normal. Salah satu cara untuk mendeteksi apakah data terdistribusi normal atau tidak. Dasar pengambilan keputusan dalam uji ini adalah jika nilai $\text{sig} \geq 0.05$ maka data berdistribusi normal

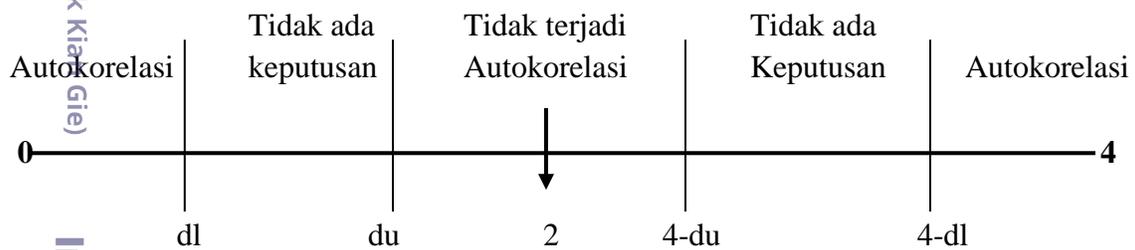


b) Uji Multikolinieritas

Uji multikolinieritas berguna untuk mengetahui apakah pada model regresi ditemukan adanya korelasi antar variabel independent. Untuk mendeteksinya dilakukan uji regresi dengan spss, dengan cara melihat nilai *variance inflation factor* (VIF). Syarat untuk bebas multikolinieritas adalah nilai $VIF < 2$

c) Uji Autokorelasi

Uji autokorelasi berguna untuk mengetahui apakah dalam sebuah model regresi linier terdapat hubungan yang kuat baik positif maupun negatif antara data yang ada pada variabel variabel penelitian. Uji autokorelasi yang digunakan adalah uji *durbin watson*. Untuk melihat apakah terjadi autokorelasi atau tidak yaitu dengan cara menghitung batas atas dan batas bawah, kemudian melihat angka yang ada pada *durbin watson*, seperti pada gambar berikut :



keterangan :

dl = batas bawah

du= batas atas

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

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

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



d) Uji heteroskedastisitas

Uji heteroskedastisitas untuk mengetahui apakah dalam sebuah model regresi terjadi ketidaksamaan varians dari residual suatu pengamatan ke pengamatan lain. Penulis menggunakan uji glejser. Dasar pengambilan keputusan dalam uji ini adalah jika nilai sig pada *output coefficient* harus > 5% agar tidak terjadi heteroskedastisitas.



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

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

4. analisis Regresi Linier Berganda

Analisis regresi linier berganda ini digunakan selain mengetahui seberapa besar pengaruh variabel terhadap variabel lain, juga menunjukkan arah hubungan antara variabel dependen dan variabel independen.

Rumus yang digunakan adalah sebagai berikut:

$$y = \beta_0 + \beta_1x_1 + \beta_2x_2 + \beta_3x_3$$

Keterangan :

X = variabel bebas

Y = variabel terikat

β_0 = konstanta

$\beta_1, \beta_2, \beta_3$ = koefisien regresi variabel

Analisis regresi berganda dibantu dengan software spss 20. Output persamaan regresi berganda akan menghasilkan korelasi (R^2) yang menunjukkan hubungan antara variabel dependen dengan independen, koefisien determinasi (R^2) yang mampu menunjukkan seberapa jauh kemampuan model dalam menerangkan variasi variabel dependen.

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. Uji F

Uji F dilakukan untuk mengetahui apakah semua variabel independen yang dimasukkan dalam model mempunyai pengaruh secara bersama sama terhadap variabel dependen. Pada uji f dapat dilihat signifikansi model regresi apakah model regresi penelitian layak atau tidak untuk digunakan.

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

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

$$i = 1,2,3,4$$

Kriteria pengujiannya adalah sebagai berikut:

- 1) Jika nilai sig ≤ 0.05 atau $F_{hitung} \geq F_{tabel}$ maka tolak H_0 yang berarti model regresi tersebut dapat digunakan untuk memprediksi Y.
- 2) Jika nilai sig ≥ 0.05 atau $F_{hitung} \leq F_{tabel}$ maka terima H_0 yang berarti model regresi tersebut tidak dapat digunakan untuk memprediksi Y.

6. Uji signifikasi korelasi (Uji t)

Uji t digunakan untuk menunjukkan seberapa jauh pengaruh suatu variabel independen secara individual dalam menerangkan variabel dependen. Hipotesis statistik dari penelitian ini adalah sebagai berikut :

$$H_0 : \beta_1 = 0$$

$$H_a : \beta_1 > 0$$

$$I = 1,2,3,4$$

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



Kriteria pengujiannya adalah sebagai berikut

- © Hak cipta milik IBI KKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)
- 1) Jika nilai $\text{sig} \leq \alpha$ maka tolak H_0 , yang berarti variabel independen berpengaruh signifikan terhadap variabel dependen sehingga dapat digunakan untuk memprediksi Y.
 - 2) Jika nilai $\text{sig} \geq \alpha$ maka tolak H_0 , yang berarti variabel independen tidak berpengaruh signifikan terhadap variabel dependen.

7. Koefisien determinasi (R^2)

Koefisien determinasi menunjukkan besarnya pengaruh variabel bebas yang diberikan terhadap variabel terikat dalam penelitian (Imam Ghazali, 2011:97). Nilai R^2 yang kecil berarti kemampuan variabel independen dalam menjelaskan variabel dependen amat terbatas. Sedangkan nilai yang mendekati 100% berarti variabel independen memberikan hampir semua informasi yang dibutuhkan untuk memprediksi variabel dependen. Nilai koefisien determinasi berada dalam selang $0\% \leq R^2 \leq 100\%$ dimana :

- a) $R^2 = 0$, berarti variabel independen (X) tidak memiliki kemampuan untuk menjelaskan variabel dependen (Y)
- b) $R^2 = 1$, berarti variabel independen (X) secara sepenuhnya mampu menjelaskan variabel dependen (Y)

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.