



BAB III

METODE PENELITIAN

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

A. Objek Penelitian

Menurut Sugiyono (2011:38), objek penelitian adalah atribut atau sifat atau nilai dari individu, objek atau kegiatan yang mempunyai variabel tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan ditarik kesimpulan.

Objek penelitian yang diteliti pada penulisan skripsi ini adalah promosi produk yang dilakukan Sephora Indonesia dalam Instagram. Pada penelitian ini, yang akan diteliti adalah seberapa besar efektivitas promosi produk Sephora Indonesia dalam Instagram terhadap keputusan pembelian di kalangan Mahasiswi Institut Bisnis Informatika Kwik Kian Gie. Penelitian dilakukan dengan survei yang dimaksud dengan penyebaran kuesioner kepada seluruh mahasiswi Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie dengan pertimbangan bahwa produk Sephora Indonesia merupakan produk kecantikan wanita yang biasanya dikonsumsi oleh khalayak muda.

B. Desain Penelitian

Metode penelitian yang digunakan adalah metode penelitian kuantitatif. Dalam pengertiannya, menurut Sugiyono (2013:9):

"Metode penelitian kuantitatif merupakan metode penelitian yang berlandaskan pada filsafat positivisme, digunakan untuk meneliti pada populasi atau sampel tertentu, pengumpulan data menggunakan instrumen penelitian, analisis data bersifat kuantitatif/statistik, dengan tujuan untuk menguji hipotesis yang telah ditetapkan."

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.



Secara umum, jenis penelitian yang digunakan peneliti adalah pendekatan kuantitatif secara deskriptif. Berdasarkan Kriyanto (2012:69), jenis penelitian deskriptif adalah jenis penelitian yang bertujuan untuk membuat deskripsi secara sistematis, faktual, dan akurat tentang fakta-fakta dan sifat-sifat populasi atau objek tertentu. Peneliti menggunakan kuantitatif deskriptif dengan tujuan untuk menggambarkan secara sistematis fakta dan karakteristik objek yang diteliti secara tepat sehingga hasil penelitian akan bersifat objektif.

C. Variabel Penelitian

Jenis variabel yang peneliti gunakan dalam penelitian adalah variabel bebas (*independent*) dan variabel terikat (*dependent*). Variabel bebas adalah variabel yang menjadi sebab atau merubah/mempengaruhi variabel lain. Sedangkan variabel terikat merupakan variabel yang dipengaruhi atau yang menjadi akibat karena adanya variabel lain. (Siregar 2013:10)

Dalam penelitian ini peneliti menggunakan dua buah variabel yang masing-masing adalah variabel bebas (X) dan variabel terikat (Y). Adapun variabel-variabel yang digunakan dalam penelitian ini adalah:

1. Variabel Bebas (*Independent Variable*)

Variabel Bebas adalah variabel yang mempengaruhi variabel *dependent* atau variabel yang menyebabkan terjadinya variabel *dependent*. Variabel bebas dalam penelitian ini merupakan promosi produk yang dilakukan oleh Sephora Indonesia melalui Instagram..

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.



2. Variabel Terikat (*Dependent Variable*)

- Ⓒ Variabel Terikat adalah variabel yang nilainya dipengaruhi oleh variabel *independent*. Dalam penelitian ini variabel terikatnya adalah keputusan pembelian mahasiswi Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie .

3. Operasionalisasi Variabel

Tabel 3.1

Operasionalisasi Variabel Penelitian

Variabel	Dimensi	Indikator	Skala Pengukuran
Promosi (X)	Modifikasi Tingkah Laku	1.Pemikiran positif terhadap Instagram Sephora Indonesia 2.Tertarik pada produk Sephora Indonesia dalam Instagram	Likert
	Memberitahu	1.Produsen memberitahu tentang informasi produk yang ditawarkan melalui Instagram 2.Produsen memberitahu tentang promo yang ditawarkan melalui Instagram	Likert
	Membujuk	1.Produsen membujuk untuk melakukan pembelian produk	Likert

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.



<p>© Hak cipta milik IBI KKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)</p> <p>Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang</p> <p>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.</p> <p>2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.</p>		<p>yang dipromosikan dalam Instagram</p> <p>2. Produsen membujuk untuk mengikuti <i>event</i> yang diselenggarakan melalui Instagram</p>		
	Mengingatn	<p>1. Promosi produk dalam Instagram untuk mengingatkan akan merek Sephora Indonesia</p> <p>2. Sephora Indonesia termasuk dalam pilihan pertama untuk membeli produk kecantikan</p>	Likert	
	Keputusan Pembelian (Y)	Pengenal Kebutuhan	<p>1. Kebutuhan akan produk kecantikan konsumen melihat adanya Instagram Sephora Indonesia</p> <p>2. Kebutuhan tempat pembelian produk kecantikan</p>	Likert
		Pencarian Informasi	<p>1. Pencarian informasi melalui Instagram</p> <p>2. Ketersediaan produk yang diinginkan pada Sephora</p>	Likert



<p>C Hak cipta milik IBI KKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)</p> <p>Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang</p> <p>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.</p> <p>2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.</p>		Indonesia	
	Evaluasi Alternatif	<p>1. Keputusan dan kepercayaan dalam memilih produk di Sephora Indonesia karena promosi yang dilakukan dalam Instagram</p> <p>2. Membandingkan kelengkapan produk Sephora Indonesia dengan yang lain</p>	Likert
	Keputusan Pembelian	<p>1. Munculnya niat pembelian terhadap produk Sephora Indonesia karena promosi yang dilakukan dalam Instagram</p> <p>2. Keputusan pembelian karena promosi produk Sephora Indonesia dalam Instagram (faktor eksternal)</p>	Likert

D. Teknik Pengumpulan Data

Menurut Kriyantono (2014: 95), metode pengumpulan data adalah teknik atau cara-cara yang dapat digunakan periset untuk mengumpulkan data. Teknik pengumpulan data yang peneliti gunakan dalam penelitian ini adalah dengan penelitian lapangan.



E. Teknik Pengambilan Sampel

Menurut Sugiyono (2013:80), populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri atas: obyek/subyek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya. Jadi populasi bukan hanya orang tapi juga obyek/subyek yang dipelajari, tetapi meliputi karakteristik/sifat yang dimiliki oleh subyek atau obyek itu. Sedangkan sampel adalah bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi.

Teknik *sampling* yang digunakan dalam penelitian ini adalah dengan menggunakan *non-probability sampling* dengan pendekatan *purposive sampling*. Menurut Sugiyono (2013:85) *purposive sampling* merupakan pengambilan sampel yang dilakukan dengan sengaja untuk mencapai maksud tertentu, dengan kriteria-kriteria tertentu yang sudah ditentukan oleh penulis agar sesuai dengan tujuan penelitian. *Purposive sampling* sering juga disebut *judgement sampling*. Peneliti telah menetapkan sampel dan populasi yang ingin diteliti yaitu:

1. Wilayah penelitian adalah Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie
2. Responden adalah seluruh mahasiswi Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie angkatan 2013-2016
3. Responden adalah mahasiswi yang mengikuti akun Instagram Sephora Indonesia

Dalam penelitian ini, populasi keseluruhan mahasiswi Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie angkatan 2013-2016 yang hendak sebagai responden adalah 1.101 mahasiswi (data ini diperoleh dari BAAK Institut Bisnis Informatika Kwik Kian Gie) Dengan rincian sebagai berikut:

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

© Hak cipta milik IBI RKG (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 IBI RKG.

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

Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian



Tabel 3.2

Jumlah Populasi Mahasiswi Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian

Gie angkatan 2013-2016

ANGKATAN	JUMLAH
2013	267
2014	297
2015	280
2016	257
TOTAL	1.101

© 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.

Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian

Dalam menentukan ukuran sampel dari populasi yang diketahui, maka peneliti menggunakan rumus Slovin dalam menentukan jumlah sampel yang akan digunakan dalam pelaksanaan penelitian ini.

Rumus Slovin

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

Keterangan:

n = ukuran sampel

N = ukuran populasi

e = kelonggaran ketelitian karena kesalahan pengambilan sampel yang dapat ditolerir.

(Batas kesalahan yang ditolerir ini bagi setiap populasi tidak sama. Ada yang 1%, 2%, 3%, 4%, 5%, atau 10%)



Dengan menggunakan rumus Slovin maka peneliti dapat menentukan

jumlah sampel sebagai berikut:

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

$$n = \frac{1.101}{1 + (1.101)(0,1)^2}$$

$$n = \frac{1.101}{1 + 11,01}$$

$$n = \frac{1.101}{12,01} = 91,6736053 \approx 92$$

F. Teknik Analisis Data

Data yang dikumpulkan peneliti dari hasil kuesioner diolah melalui proses pengkodean. Menurut Kriyantono (2014:165), Pada tahap analisis data peneliti membaca data melalui proses pengkodean data sehingga mempunyai makna, proses pengkodean ini mencakup proses mengatur data, mengorganisasikan data ke dalam suatu pola kategori.

1. Uji Validitas

Pengertian validitas menurut Sugiyono (2013:109) adalah menunjukkan sejauh mana suatu alat ukur itu mengukur apa yang diukur. Uji validitas digunakan untuk mengetahui apakah alat ukur yang telah disusun benar-benar mampu mengukur apa yang harus diukur. Uji validitas ini biasanya digunakan untuk menguji seberapa cermat suatu alat ukur dalam melakukan fungsi ukurannya.

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.



Uji validitas akan dilakukan dengan rumus *Pearson's Correlation* atau *Product*

Moment dengan mengkorelasikan skor butir pada kuesioner dengan skor totalnya.

Pengujian validitas ini akan dibantu dengan program SPSS, adapun rumus *Product*

Moment adalah:

$$r = \frac{n \sum xy - \sum x \sum y}{\sqrt{(n \sum x^2 - (\sum x)^2)} \sqrt{(n \sum y^2 - (\sum y)^2)}}$$

Keterangan:

= Koefisien korelasi *Pearson's Product Moment*

= Jumlah individu dalam sampel

$\sum x$ = Jumlah skor butir variabel X

$\sum y$ = Jumlah skor butir variabel Y

Hasil dari r – hitung dibandingkan r – tabel dengan tingkat kepercayaan 1 atau 5% dari tabel r *product moment*. Jika r - hitung $>$ r – tabel maka butir pertanyaan yang diteliti dianggap valid, sebaliknya jika r – hitung $<$ r – table maka butir pertanyaan dianggap tidak valid.

2. Uji Reliabilitas

Reliabilitas adalah suatu angka indeks yang menunjukkan konsistensi suatu alat ukur dalam mengukur gejala yang sama. Makin kecil kesalahan pengukuran maka makin tidak reliabel alat pengukuran tersebut. Menurut Umar (2008:54) uji reliabilitas berguna untuk menetapkan apakah instrument (dalam hal ini kuesioner) dapat



digunakan lebih dari satu kali, paling tidak pada responden yang sama akan menghasilkan data yang konsisten. Nilai koefisien reliabilitas yang baik adalah diatas 0,6. Tujuannya adalah untuk mengetahui apakah alat pengumpulan data pada dasarnya menunjukkan tingkat ketepatan dan akurasi. Uji ini menggunakan teknik *Cronbach Alpha* dengan rumus:

$$r_n = \left[\frac{k}{k - 1} \right] \left[1 - \frac{\sum \delta b^2}{\sum \delta 1^2} \right]$$

Keterangan :

r_n = Reliabilitas instrumen

k = Banyaknya butir pertanyaan

$\sum \delta b^2$ = jumlah varian butir

$\sum \delta 1^2$ = Varian total

3. Analisis Deskriptif Variabel

Analisis deskriptif variabel untuk mengetahui pendapat responden mengenai efektivitas promosi produk Sephora Indonesia dalam Instagram terhadap keputusan pembelian di kalangan mahasiswi Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie, maka akan dicari rata-rata secara keseluruhan dan rata-rata variabel. Cara menghitungnya adalah seluruh perkalian antara frekuensi dengan nilai skor masing-masing dibagi dengan jumlah total frekuensi. Perhitungan tersebut menggunakan rumus sebagai berikut:

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.



$$\bar{x} = \frac{\sum f_i \cdot X_i}{n}$$

Keterangan :

\bar{x} = Rata-rata skor

f_i = Frekuensi pengamatan

X_i = Skor atau bobot nilai 1-2-3-4-5

n = Total jumlah frekuensi

4. Uji Normalitas

Menurut Ghozali (2011 : 160), uji normalitas bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi, variabel pengganggu atau residual memiliki distribusi normal.

Seperti diketahui bahwa uji t dan 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 tidak berdistribusi normal

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

a. Jika P-value $> \alpha$ (0,05) data dikatakan berdistribusi normal

b. Jika P-value $< \alpha$ (0,05) data dikatakan tidak berdistribusi normal



5. Analisis Korelasi

Menurut Gulo (2010:181), teknik statistik ini digunakan untuk mengetahui koefisien korelasi atau derajat kekuatan hubungan dan membuktikan hipotesis hubungan antara variabel/data/skala interval lainnya. Angka korelasi ini dihitung dengan rumus sebagai berikut :

(Rumus ini disebut juga dengan *Pearson Product Moment*)

$$r = \frac{n \sum xy - \sum x \sum y}{\sqrt{(n \sum x^2 - (\sum x)^2)} \sqrt{(n \sum y^2 - (\sum y)^2)}}$$

Keterangan :

n = Banyaknya pasangan data X dan Y

$\sum x$ = Total jumlah dari variabel X

$\sum y$ = Total jumlah dari variabel Y

$\sum x^2$ = Kuadrat dari total jumlah variabel X

$\sum y^2$ = Kuadrat dari total jumlah variabel Y

$\sum xy$ = Hasil perkalian dari total jumlah variabel X dan variabel Y

Untuk memudahkan melakukan interpretasi mengenai keeratan hubungan

antara dua variabel peneliti memberikan kriteria sebagai berikut (Sarwono 2006:87)

0 = Tidak ada korelasional antara dua variabel

$>0 - 0,5$ = Korelasi sangat lemah

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.



$>0,25 - 0,5 =$ Korelasi cukup

$>0,5 - 0,75 =$ Korelasi cukup kuat

$>0,75 - 0,99 =$ Korelasi sangat kuat

$=$ Korelasi sempurna

Hasil uji korelasi signifikan atau tidak dapat diketahui dari nilai signifikan (sig.). jika nilai Sig. $<0,05$ maka koefisien korelasi yang diuji adalah signifikan. Arah hubungan dapat dilihat dari tanda koefisien korelasi yang muncul. Apabila tanda (+) berarti semakin tinggi nilai variabel Y akan semakin tinggi, apabila tanda (-) maka sebaliknya akan semakin rendah. Nilai koefisien korelasi antara -1 sampai +1. Semakin besar nilai *absolute* koefisien korelasi (mendekati +1 atau -1), maka akan semakin kuat/tinggi hubungan liniernya. Semakin lemah/rendah kekuatan hubungan antar variabel, maka nilai koefisien korelasi akan semakin mendekati 0.

6. Uji Regresi Linier Sederhana

Uji Regresi linier sederhana untuk melihat hubungan antara dua variabel, serta untuk melihat dampak variabel terikat pada variabel bebas yang diteliti dan seberapa besar dampak tersebut. Dimana variabel terikat dalam penelitian ini adalah keputusan pembelian mahasiswa Instituit Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie dan variabel bebasnya adalah efektivitas promosi produk Sephora Indonesia dalam Instagram.

Secara lebih spesifik, Priyanto (2010:55), menjelaskan bahwa analisis regresi linier sederhana adalah uji untuk melihat hubungan secara linier dan signifikan antara satu variabel bebas (X) dengan variabel terikat (Y). Analisis ini juga digunakan untuk

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.



mengetahui arah hubungan, apakah positif atau negatif. Uji ini dilakukan juga untuk memprediksi nilai dari variabel terikat apabila nilai variabel bebas mengalami kenaikan atau penurunan. Data yang digunakan biasanya berskala interval atau rasio.

Dalam mengukur tingkat signifikansi biasanya digunakan 0,05. Tingkat signifikansi adalah probabilitas kesalahan tipe I, yaitu kesalahan menolak hipotesis ketika hipotesis itu benar. Tingkat kepercayaan pada umumnya sebesar 95%, yang dimaksud dengan tingkat kepercayaan adalah tingkat dimana 95% nilai sampel mewakili nilai populasi dimana sampel berasal.

Rumus regresi linier sederhana sebagai berikut:

$$Y' = a + bX$$

Keterangan :

- Y' = Variabel dependen (nilai yang diprediksikan)
- X = Variabel independen
- a = Konstanta (nilai Y' apabila X=0)
- b = Koefisien regresi (nilai peningkatan ataupun penurunan)

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.