KWIK KIAN GIE
SCHOOL OF BUSINESS
Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang
1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.
b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.
© Hak cipta milik IBIKKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)
Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie

BAB III

METODOLOGI PENELITIAN

A. Objek Penelitian

Objek penelitian ini adalah pengaruh kualitas layanan dan kepuasan pelanggan terhadap loyalitas pelanggan pada layanan jasa GrabBike di Kwik Kian Gie School of Business. Sedangkan subjek penelitian ini adalah konsumen yang menggunakan jasa layanan Grabbike di Kwik kian Gie School of Business

B. Desain Penelitian

Menurut Cooper dan Schindler (2011:140), desain penelitian diklasifikasikan dengan delapan perspektif. Berikut adalah desain penelitian yang diutarakan oleh Cooper dan Schindler dalam Business Research Method :

a. Tingkat perumusan masalah

Suatu penelitian dapat bersikap penyelidikan atau formal. Berdasarkan tingkat perumusan masalah, studi yang digunakan berkaitan dengan penelitian ini adalah studi formal. Dimana studi formal dimulai dengan hipotesis atau pertanyaan penelitian dan mencakup prosedur-prosedur yang cermat dan rincian mengenai sumber data. Tujuan dari desain formal adalah menguji hipotesis dan menjawab pertanyaan-pertanyaan penelitian yang diajukan.

b. Metode pengumulan data

Berdasarkan perspektif metode pengumpulan data, pengumpulan data untuk penelitian ini menggunakan studi komunikasi. Metode yang digunakan adalah dengan survey, dimana peneliti menyebarkan kueisioner yang berisi daftar

pertanyaan kepada responden dengan mengajukan pertanyaan kepada subjek penelitian berkaitan dengan variabel-variabel penelitian.

c. Pengendalian variabel-variabel peneliti

Pengendalian variabel peneliti menggunakan desain *ex post facto*. Pada desain *ex post facto*, peneliti tidak memiliki kontrol atas variabel dalam pengertian bahwa peneliti tidak memiliki kemampuan untuk memanipulasi, peneliti hanya melaporkan apa yang terjadi atau sedang terjadi

d. Tujuan Penelitian

Penelitian ini termasuk studi kausal, yang bermaksud untuk menguji apakah terdapat hubungan antara variabel-variabel yang akan diteliti yaitu apakah terdapat pengaruh kualitas layanan dan kepuasan pelanggan terhadap loyalitas pelanggan.

e. Dimensi waktu

Dilihat dari dimensi waktunya penelitian ini merupakan penelitian yang menggunakan studi lintas bagian atau *cross-sectional*, yaitu studi yang dilaksanakan satu kali dan mencerimankan suatu keadaan pada satu saat tertentu

f. Berdasarkan cakupan topik

Penelitian ini menggunakan studi statistik dimana hipotesis dalam penelitian ini akan diuji secara kuantitatif dengan menggunakan uji statistik. Generalisasi mengenai hasil-hasil temuan yang disajikan adalah berdasarkan tingkat sejauh mana sampel dapat mempresentasikan subjek yang diteliti dan tingkat validitas atau kesalaham sampel.

g. Lingkungan penelitian

Penelitian ini termasuk dalam penelitian lapangan (*field studies*), dimana subjek dan objek penelitian berada dalam lingkungan nyata

KWIK KIAN GIE SCHOOL OF BUSINESS
© 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.

KWIK KIAN GIE SCHOOL OF BUSINESS
Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang
1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.
b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.
© Hak cipta milik IBI KKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)
Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie

h. Berdasarkan persepsi subjek

Dalam penelitian ini presepsi subjek yang diusahakan adalah subjek tidak merasa ada penyimpangan dari situasi sehari-hari sampai subjek merasa ada penyimpangan, tetapi tidak dikaitkan dengan penelitian

C. Variabel Penelitian

Dalam batasan masalah yang akan diteliti, diperoleh beberapa variabel yang digunakan dalam penelitian ini adalah kualitas layanan, kepuasan pelanggan, serta loyalitas konsumen. Variabel independen berupa kualitas layanan dan kepuasan pelanggan, sedangkan variabel dependen berupa loyalitas pelanggam. Dimensi dan indikator setiap variabel dijabarkan sebagai berikut:

1. Variabel bebas (independen variabel)

a. Kualitas Layanan

Tabel 3.1

Variabel-Variabel dan Indikator-Indikator Kualitas Layanan

Variabel	Dimensi dan Definisi	Indikator	Skala
Kualitas Layanan Kotle dan Keller (2012)	Keandalan (*Reliability*) adalah Kesanggupan untuk melakukan jasa yang telah dijanjikan secara akurat dan memuaskan	1. Pengemudi GrabBike mengemudikan motor dengan menaati peraturan tata tertib berlalu lintas 2. Armada kendaraan tersebar di daerah yang berbeda-beda	Interval Interval Interval

		3. Pasti mendapatkan GrabBike pada jam normal maupun sibuk	
	Daya tanggap (*Responsivness*) adalah kemampuan dalam membantu para pelanggan	1. Pengemudi GrabBike segera datang setelah pelanggan melakukan order melalui aplikasi Grab 2. Pengemudi GrabBike mengantarkan konsumen dengan waktu yang singkat 3. Pengemudi GrabBike mengkonfirmasikan konsumen dengan menelefon dan pesan singkat setelah sampai ditempat pemesanan	Interval Interval Interval
	Jaminan (*Assurance*) adalah kemampuan dalam menumbuhkan rasa percaya dan keaykinan pelanggan	1. Pengemudi GrabBike memperlakukan pelanggan dengan sopan 2. Pengemudi GrabBike memiliki pengetahuan jalan yang dapat diandalkan	Interval Interval

KWIK KIAN GIE SCHOOL OF BUSINESS
© 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.

	Empati (*Empathy*) adalah kemampuan untuk memberikan perhatian dan pemahaman akan kebutuhan individual para pelanggan	1. Pelanggan merasa nyaman dengan layanan yang diberikan oleh GrabBike 2. Pelanggan dapat memberikan penilaian / *feedback* terkait kinerja pelayanan	Interval Interval
	Bukti fisik (*Tangible)* berkenaan dengan penampilan fisik kualitas layanan, peralatan/perlengkapan, sumber daya manusia dan materi komunikasi	1. Kondisi kendaraan dalam keadaan baik 2. Pelanggan dapat menggunakan aplikasi GrabBike dimana saja dan kapan saja 3. Penampilan pengemudi GrabBike	Interval Interval Interval

b. Kepuasan Pelanggan

Tabel 3.2

Variabel-Variabel dan Indikator-Indikator Kepuasan Pelanggan

Variabel	Dimensi dan Definisi	Indikator	Skala

KWIK KIAN GIE SCHOOL OF BUSINESS
© 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.

Kepuasan Pelanggan Dutka dalam jurnal Basrah Saidani dan Samsul Arifin (2012)	*Atribute related to product* adalah dimensi yang berkaitan dengan atribut produk seperti penetapan nilai yang didapatkan dari harga, menentukan keputusan, benefit dari produk tersebut	1. Saya puas dengan kondisi motor GrabBike 2. Saya puas dengan harga GrabBike sebanding dengan layanan yang diberikan	Interval Interval
	Atribute related to service yaitu dimensi yang berkaitan dengan atribut dari pelayanan misalnya garansi yang di janjikan, proses pemenuhan pelayanan atau pengiriman, dan proses penyelesaian	1. Saya puas dengan pengemudi GrabBike yang sopan 2. Saya puas dengan pengemudi GrabBike yang ramah	Interval Interval

KWIK KIAN GIE SCHOOL OF BUSINESS
© 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.

	masalah yang dibeikan		
	Atribute related to purchase yaitu dimensi yang berkaitan dengan atribut dari keputusan untuk membeli atau tidaknya dari produsen seperti kemudahan mendapat informasi, kesopanan karyawan dan juga pengaruh reputasi perusahaan	1. Saya puas karena proses memesan GrabBike sangat mudah dan cepat 2. Saya puas dengan reputasi GrabBike yang baik dimata masyarakat	Interval Interval

3. Variabel Terikat (*dependen variabel*)

a. Loyalitas Pelanggan

Tabel 3.3

Variabel-Variabel dan Indikator-Indikator Kepuasan Pelanggan

Variabel	Dimensi dan Definisi	Indikator	Skala

KWIK KIAN GIE SCHOOL OF BUSINESS
© 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.

Loyalitas Pelanggan Menurut Thing Thuing Liuni dan Tumpal J.R Stitinjak dalam jurnal *Manajemen Pemasaran*	Perilaku pembelian ulang merupakan idikator paling umum untuk mengukur loyalitas	1. Saya akan menggunakan kembali layanan GrabBike di kemudian hari 2. Saya akan tetap menggunakan jasa GrabBike meski terkadang harus menunggu lama	Interval Interval
	Rekomendasi dari mulut ke mulut (*Word of Mouth*) merekomendasikan pada orang lain untuk membeli produk	1. Saya merekomendasikan GrabBike pada kerabat 2. Saya membicarakan hal positif mengenai layanan GrabBike	Interval Interval
	Periode dalam penggunaan adalah konsumen yang mengkonsumsi produk secara	1. Saya menggunakan layanan GrabBike secara rutin	Interval Interval

KWIK KIAN GIE SCHOOL OF BUSINESS
© 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.

	terus menerus dalam interval waktu tertentu	2. Saya memiliki keinginan melakukan pemakaian rutin pada GrabBike	
	Toleransi terhadap harga adalah konsumen tetap mengkonsumsi walau ada kenaikan harga	1. Saya tidak keberatan menggunakan GrabBike walau harganya lebih mahal dari ojek online lainnya 2. Saya tidak keberatan menggunakan GrabBike walau ada tambahan biaya pada jam sibuk (05:00-09:00 atau 16:00-20:00)	Interval Interval
	Intesitas pembelian ulang adalah perilaku pembelian ulang konsumen untuk secara rela mengkonsumsi produk dari perusahaan yang sama	1. Saya menggunakan jasa layanan Grab yang lain seperti GrabCar, GrabFood, GrabExpress, GrabTaxi. 2. Saya tidak keberatan apabila menggunakan layanan Grab yang lain seperti GrabCar dan GrabTaxi apabila keadaan tidak	Interval Interval

KWIK KIAN GIE SCHOOL OF BUSINESS
© 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.

		memungkinkan untuk menggunakan GrabBike	
	Preferensi adalah perilaku konsumen yang benar-benar loyal menunjukan preferensi yang kuat	1. Saya akan lebih memilih layanan GrabBike dibanding merek lain 2. Saya akan menggunakan layanan Grab sebagai pilihan saya daripada transportasi online yang lain	Interval Interval
	Adanya pilihan dalam mengurangi pilihan produk adalah tindakan konsumen untuk mengurangi motivasi mencari produk lain yang sejenis	1. Saya tidak pernah berfikir untuk berpindah dari merek Grab terutama layanan GrabBike 2. Saya merasa aplikasi Grab sudah memenuhi seluruh layanan yang saya inginkan sehingga tidak perlu mengunduh aplikasi online yang lain	Interval Interval
	Pertama diingat (*first in mind*), konsumen akan mengingat nama	1. Jika saya mengingat layanan ojek online maka layanan yang diingat adalah GrabBike	Interval

KWIK KIAN GIE SCHOOL OF BUSINESS
© 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.

	produk sebagai pilihan pertama		

D. Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini adalah pendekatan survey. Penelitian ini dilakukan dalam populasi besar maupun kecil, tetapi data yang dipelajari adalah dari sampel yang diambil dari populasi tersebut, sehingga ditemukan kejadian-kejadian relative, distribusi, dan hubungan-hubungan antar variabel sosiologis maupun psikologis. Pendekatan yang dilakukan oleh penulis adalah dengan pendekatan survey yang dilakukan dengan menggunakan kueisioner. Kuesioner merupakan data yang dilakukan dengan cara memberi seperangkat pertanyaan tertulis kepada responden untuk dijawabnya. Kueisioner tersebut diberikan kepada responden yang pernah menggunakan layanan GrabBike dengan harapan responden memberikan respon terhadap pertanyaan tersebut. Pertanyaan diajukan dengan bentuk pertanyaan tertutup. Dengan kueisioner akan diperoleh informasi mengenai kualitas layanan dan kepuasan pelanggan GrabBike

E. Teknik Pengambilan Sampel

Teknik pengambilan sampel yang dilakukan adalah *non-probability sampling* atau disebut juga penarikan sampel secara tidak acak. Jenis teknik yang dipilih adalah Pengambilan sampel penilaian *(Judgement Sampling)* dimana peneliti memilih anggota-anggota sampel untuk memenuhi suatu kriteria tertentu . Dalam penelitian ini, kriterianya adalah mahasiswa di Kwik Kian Gie School of Business yang pernah menggunakan jasa layanan GrabBike.

KWIK KIAN GIE SCHOOL OF BUSINESS
© 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.

Dalam penelitian ini dilakukan beberapa kali pembagian kuesioner secara sistematis dengan perincian : kuesioner pra survei disebarkan sebanyak 30 lembar, dan kuesioner atas kualitas layanan, kepuasan pelanggan dan loyalitas pelanggan sebanyak 100 responden dengan membagikan langsung kuesioner kepada responden

F. Teknik Analisis Data

Setelah melakukan pengumpulan data melalui kuisioner, maka penulis mengolah data tersebut untuk dianalisis agar dapat menjadi informasi yang berguna untuk menjawab masalah yang ada. Alat bantu berupa software komputer yang digunakan unutk menganalisis data adalah SPSS 20.0 adapun teknik analisis data yang digunakan penelitian ini adalah :

1. Uji Validitas

Instrumen yang valid adalah alat ukur yang digunakan untuk mendapatkan data yang valid dan dapat digunakan untuk mengukur apa yang hendak diukur (Sugiyono & Susanto 2015:377). Pengujian validitas tiap butir digunakan analisis item, yaitu mengkorelasikan skor tiap butir dengan skor total yang merupakan jumlah tiap skor butir. Salah satu kriteria validitas yang telah umum digunakan adalah *Construct validitas*. Suatu instrumen penelitian dikatakan valid, apabila: (Syofian Siregar, 2016:77)

a. Koefisien korelasi product moment melebihi 0,3
b. Koefisien korelasi product moment > r-tabel (α ; n-2) n= jumlah sampel.
c. Nilai *sig* ≤ α

Rumus yang dapat digunakan untuk uji validitas konstruk dengan teknik korelasi *product moment*, yaitu:

KWIK KIAN GIE SCHOOL OF BUSINESS
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.

$$r_{XY} = \frac{n\sum XY - \sum X \sum Y}{\sqrt{n\sum X^2 - \left(\sum X\right)^2}\sqrt{n\sum Y^2 - \left(\sum Y\right)^2}}$$

Dimana: r = korelasi product moment

n = jumlah anggota sampel

X = skor variabel (jawaban responden)

Y = skor total dari variabel untuk responden ke- n

2. Uji Reliabilitas

Menurut Syofian Siregar (2015:87), Uji Reliabilitas bertujuan untuk mengetahui sejuah mana hasil pengukuran tetap konsisten, apabila dilakukan pengukuran dua kali atau lebih terhadap gejala yang sama dengan menggunakan alat pengukur yang sama pula. Suatu kuesioner dikatakan reliable atau handal jika jawaban seorang terhadap pertanyaan adalah konsisten atau stabil dari waktu ke waktu. Uji reliabilitas untuk alternatif jawaban yang lebih dari dua akan digunakan uji *Cronbach's Alpha.* Kriteria suatu instrumen penelitian dikatakan reabel dengan menggunakan teknik ini, bila koefisien reliabilitas (r_{11}) > 0,6. Rumus untuk reliabilitas adalah:

a. $\sigma_i^2 = \frac{\sum X_i^2 - \frac{(\sum X_i)^2}{n}}{n}$ Menentukan nilai varian setiap butir pertanyaan

b. $\sigma_t^2 = \frac{\sum X^2 - \frac{(\sum X)^2}{n}}{n}$ Menentukan nilai varian total

c. Menentukan reliabilitas instrument

$$r_{11} = \left[\frac{k}{k-1}\right]\left[1 - \frac{\sum \sigma_b^2}{\sigma_t^2}\right]$$

KWIK KIAN GIE SCHOOL OF BUSINESS
© 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.

Keterangan:

n = jumlah sampel

X_i = Jawaban responden untuk setiap butir pertanyaan

$\sum X$= Total jawaban responden untuk setiap butir pertanyaan

σ_t^2= Varian total

$\sum \sigma_b^2$= Jumlah varian butir

k = Jumlah butir pertanyaan

r_{11} = Koefisien reliabilitas instrumen

3. Tabulas Tunggal / Presentase

Tabulasi tunggal ini digunakan untuk mengukur jawaban kuesioner berdasarkan pertanyaan-pertanyaan mengenai jenis kelamin responden, usia responden dan domisili responden. Seluruh data kuesioner yang berasal dari profil responden ditabulasikan dari keseluruhan responden dengan menggunakan alat analisis sebagai berikut :

$$\boldsymbol{Pj = \frac{Xj}{N}\ x\ 100\%}$$

Keterangan :

Pj = Presentase dari responden yang memiliki kategori tertentu

Xj = Banyak responden yang menjawab satu jenis jawaban tertentu

N = Jumlah total responden

4. Skor Rata-Rata

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

$$X = \frac{\Sigma fi.xi}{fi}$$

Keterangan :

KWIK KIAN GIE SCHOOL OF BUSINESS
© 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.

X = Rata-rata skor

Fi = Frekuensi pengamatan

xi = Skor 1-2-3-4-5

5. Rentang Skala Penelitian / Skala Likert

Dengan skala likert, maka variabel yang akan diukur dijabarkan sebagai titik tolak untuk menyusun item-item instrument menggunakan skala likert mempunyai gradasi dari sangat positif sampai sangat negatif, yang dapat berupa kata-lata antara lain

Tabel 3.4

Jawaban Skala Likert

Jawaban	Nilai
Sangat Setuju	5
Setuju	4
Ragu-ragu/ Netral	3
Tidak Setuju	2
Sangat Tidak Setuju	1

Rentang skala yang digunakan adalah :

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

keterangan :

Rs = Rentang skala penelitian

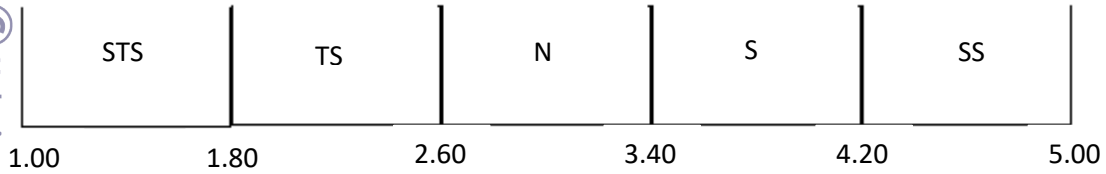
m = Banyaknya kategori

skor terbesar 5 dan skor terkecil 1, dan jumlah kategori ada 5, maka dapat ditentukan skalanya sebagai berikut:

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

KWIK KIAN GIE SCHOOL OF BUSINESS
© 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.

se



ngga pos utusan m sebagai b

Keterangan :

0 - 1.80 = Sangat Tidak Setuju (STS)

1.81 -2.60 = Tidak Setuju (TS)

2.61 -3.40 = Netral (N)

3.41 - 4.20 = Setuju (S)

4.21 -5.00 = Sangat Setuju (SS)

6. Analisis Regresi Berganda

Menurut Duwi Priyanto (2014: 148) Analisis regresi linier berganda digunakan untuk mengetahui pengaruh atau hubungan secara linier antara dua atau lebih variabek independen dengan satu variabel dependen. Regresi linier berganda menggunakan dua atau lebih variabel independen dalam satu model regresi.

Persamaan regresi berganda :

$Y' = a + b_1X_1 + b_2 + X_2$

Keterangan :

Y' : nilai prediksi variabel dependen

a : Konstanta, yaitu nilai Y' jika X_1 dan $X_2 = 0$

$b_1 b_2$ = koefisien regresi

$x_1 x_2$ = variabel independen

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

KWIK KIAN GIE SCHOOL OF BUSINESS
© 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.

KWIK KIAN GIE SCHOOL OF BUSINESS
© 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.

a. Uji keberatian model (uji F)

Uji statistik F dasarnya menunjukan apakah semua variabel independen atau bebas yang dimasukkan dalam model mempunyai pengaruh secara bersama-sama terhadap variabel dependen/terikat. Hipotesis nol (H0) yang hendal diuji adalah apakah semua paramweter dalam model sama dengan nol, atau

$$H0 : \beta_1 = \beta_2 = \cdots = \beta k = 0$$

Artinya, apakah semua variabel independen bukan merupakan penjelasan yang signifikan terhadap variabel dependen. Hipotesis alternatifnya (Ha) tidak semua parameter secara stimulan sama dengan nil, atau :

$$H0 : \beta_1 = \beta_2 = \cdots = \beta k \neq 0$$

Artinya, semua variabel independen secara simultan merupakan penjelas yang signifikan terhadap variabel dependen.

(1) Dari tabel ANOVA diperoleh nilai F hitung dan Sig.F untuk model regresi

(2) Bandingkan nilai Sig.F dengan α = 0,05

(a) Jika nilai Sig.F ≥ 0,05 maka model tidak fit dan tidak layak untuk digunakan dalam penelitian

(b) Jika nilai Sig,F ≤ 0,05 maka model fit dan layak unutk digunakan dalam penelitian

b. Uji signifikasi koefisien (uji statistik t)

Menurut Dwi Priyanto (2014:181), uji t (uji koefisien regresi secara parsial) digunalam untuk menunjukan seberapa jauh pengaruh satu variabel penjelas/ independen secara individual dalam menerangkan variasi variabel dependen. Hipotesis nol (H0) yang hendak diuji adalah apakah suatu parameter (bi) sama d engan nol atau :

$$H0 : \beta i = 0$$

Artinya, apakah suatu variabel independen bukan merupakan penjelas syang signifikan terhadap variabel dependen. Hipotesis alternatifnya (Ha) parameter suatu variabel tidak sama dengan nol atau :

$H0 : \beta i \neq 0$

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

c. Koefisien Determinasi (R^2)

Menurut Dwi Priyanto (2014:156) R Square atau R^2 atau kuadrat dari R , yaitu menunjukkan koefisien determinasi. Angka ini akan diubah jke bentuk persen, yang artinya presentase sumbangan pengaruh variabel independen terhadap dependen.

7. Uji Asumsi Klasik

a. Uji normalitas

Menurut Dwi Priyanto (2014:69) Normalitas data merupakan hal penting karena dengan data yang berdistribusi normal, maka data tersebut dianggap dapat mewakili populasi. Seperti diketahui bahwa uji t dan F mengansumsikan 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-parametik Kolmogorov-Smirnov (K-S). Uji K-S dilakukan dengan membuat hipotesis ;

Ho: data residual berdistribusi normal

Ha: data residual tidak berdistribusi normal

Dengan signifikan (α = 5%), dasar pengambilan keputusan :

(1) Jika P-value > α (0,05) maka data berdistribusi normal

(2) Jika P-value < α (0,05) maka data tidak berdistribusi secara normal

KWIK KIAN GIE SCHOOL OF BUSINESS
© 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 Gie

b. Uji multikolonieritas

Menurut Dwi Priyanto (2014:99), Multikolinieritas artrinya antarvariabel independen yang terdapat dalam model regresi memiliki hubungan linier yang sempurna atau mendekati sempurna (koefisien korelasinya tinggi atau bahkan 1). Model regresi yang baik seharusnya tidak terjadi korelasi sempurna atau mendekati sempurna di antara variabel bebasnya .Hipotesis yang terbentuk:

H0 : tidak terdapat multikolonieritas

Ha : terdapat multikolonieritas

Pengambilan keputusan :

(1) Jika VIF < 10 dan Tolerance > 0,1 tidak terdapat multikolonieritas

(2) Jika VIF > 10 dan Tolerance < 0,1 terdapat multikolonieritas

c. Uji heteroskedastistas

Menurut Dwi Priyanto (2014:108) Heteroskedastisitas adalah varian yang tidak sama pada pengamatan di dalam model regresi. Regresi yang baik seharusnya tidak terjadi heteroskedastisitas. Jika varians dari residual satu pengamatan ke pengematan lain tetap, maka disebut Homoskedastisitas dan jika berbeda disebut Hetroskedastisitas. Model regresi yang baik adalah yang Homoskedastisitas atau tidak terjadi Hetroskedastisitas.

H0 : tidak terdapat hetroskedastisitas

Ha : terdapat hetroskedastisitas

Pengambilan keputusan :

(1) Jika P-value > α (0,05) tidak terdapat heteroskedastisitas

(2) Jika P-value < α (0,05) terdapat heteroskedastisitas

d. Uji autokorelasi

KWIK KIAN GIE SCHOOL OF BUSINESS
© 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.

Menurut Dwi Priyanto (2014:106), Autokorelasi merupakan korelasi anatara anggota observasi yang disusun menurut waktu atau tempat. Model regresi yang baik seharusnya tidak terjadi autokorelasi. Jika terjadi korelasi, maka dinamakan ada problem autokorelasi. Dalam SPSS uji autokorelasi dapat dilihat dari uji Durbin-Watson. Hipotesis yang berbentuk :

H0 : tidak ada autokorelasi (r = 0)

Ha : ada autokorelasi ($r \neq 0$)

Pengambilan keputusan ada tidaknya autokorelasi :

(1) DU< DW <4 – DU maka H0 diterima, artinya tidak terjadi autokorelasi

(2) DW < DL atau DW > 4 – DL maka Ho ditolak, artinya tidak terjadi autokorelasi

(3) DL < DW < DU atau 4 – DU < DW < 4 – DL, artinya tidak ada kepastian atau kesimpulan yang pasti.

KWIK KIAN GIE SCHOOL OF BUSINESS
© 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.