



## BAB 3

### METODOLOGI PENELITIAN



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

Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian

#### A. Pengantar

Penelitian ini menggunakan Minimarket Alfamart Sunter sebagai objek penelitian, sedangkan subjek yang diteliti adalah pengaruh kualitas layanan dan Promosi Penjualan terhadap kepuasan pelanggan di Minimarket Alfamart Sunter.

Dalam bab III ini, akan dijelaskan mengenai desain penelitian, objek penelitian, definisi operasional dan pengukuran variable penelitian, teknik pengumpulan data, teknik pengambilan sampel. Dan teknik analisis data.

#### B. Desain Penelitian

Menurut Cooper dan Schindler (2012: 141), metode penelitian dibagi menjadi dua macam perspektif, yaitu:

##### 1. Derajat Kristalisasi Pertanyaan Riset

Penelitian ini termasuk penelitian formal karena penelitian ini diawali dengan adanya batasan masalah dan hipotesis penelitian dimana tujuan akhirnya adalah menguji hipotesis dan menjawab batasan masalah.

##### 2. Metode Pengumpulan Data

Penelitian ini dilakukan dengan cara survey, yaitu menyebarkan kuisioner dengan mengajukan pertanyaan-pertanyaan kepada subjek dan mengumpulkan jawaban-jawabannya melalui kuisioner tersebut.

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.



### 3. Pengendalian Variabel-Variabel oleh penelitian

3. Penelitian ini merupakan penelitian *ex post facto*, karena penelitian ini dilakukan setelah kejadian sesudah fakta atau peristiwa yang telah terjadi sehingga penulis tidak dapat mengontrol variable bebasnya dan sifatnya tidak dapat dimanipulasi.

### 4. Tujuan Penelitian

Penelitian ini menggunakan metode *causal-predictive* (sebab akibat). Metode ini bertujuan untuk mempelajari mengapa suatu variable dapat mengakibatkan perubahan atau pengaruh persepsi pelanggan terhadap suatu produk tertentu.

### 5. Dimensi Waktu

Penelitian ini merupakan studi cross-section dimana penelitian hanya dilakukan sekali dan mewakili satu periode tertentu

### 6. Ruang Lingkup Topik

Penelitian ini menggunakan studi desain statistic dengan tujuan untuk memperluas studi bukan untuk memperdalamnya. Hipotesis dalam penelitian ini akan diuji secara kuantitatif dengan menggunakan uji statistic.

### 7. Lingkungan penelitian

Penelitian ini termasuk dalam kondisi lingkungan actual, karena data-data yang didapatkan langsung dari lapangan dengan penyebaran kuesioner kepada pelanggan yang pernah membeli atau pernah mengkonsumsi produk tersebut, khususnya di wilayah Jakarta Utara.

### 8. Persepsi Subjek

Hasil kesimpulan dari penelitian ini bergantung kepada jawaban-jawaban yang diberikan oleh subjek penelitian. Dimana persepsi subjek penelitian dapat

3. 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.



mempengaruhi hasil penelitian secara tidak terlihat. Oleh karena itu, penulis berusaha memberikan pemahaman kepada subjek penelitian untuk menghindari persepsi negative terhadap penelitian yang sedang penulis lakukan.

**C**

**Objek Penelitian**

Objek penelitian dalam penelitian ini adalah Minimarket Alfamart. Sedangkan yang dijadikan sample dalam penelitian ini adalah pelanggan yang membeli produk di Minimarket Alfamart di Sunter, Jakarta Utara. Penelitian ini dilakukan dengan cara menyebarkan kuesioner khususnya di wilayah Sunter, Jakarta Utara.

**D**

**Definisi Operasional dan Pengukuran Variable Penelitian**

Berdasarkan batasan masalah yang akan diteliti, diperoleh beberapa variabel yang akan digunakan sebagai bahan analisis dan penelitian ini, yaitu kualitas layanan, Promosi Penjualan terhadap kepuasan pelanggan sebagai berikut:

**Tabel 3.1**  
**Operasionalisasi Variabel**

Variabel	Dimensi	Indikator	Skala
Kualitas Layanan	Tangible	Alfamart memiliki fasilitas display barang yang baik	Interval
		Alfamart memiliki karyawan yang berpenampilan rapi	Interval
		Alfamart memiliki karyawan yang berpenampilan menarik	Interval
		Alfamart memiliki suasana yang nyaman	Interval
	Emphaty	Karyawan Alfamart memberikan perhatian secara personal kepada konsumennya	Interval
		Karyawan Alfamart peduli dengan keluhan-keluhan dari konsumennya	Interval
	Reliability	Alfamart memberikan pelayanan yang memuaskan	Interval

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

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



<p><b>C Hak cipta milik IBI KKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)</b></p> <p>Hak Cipta Dilindungi Undang-undang</p> <p>1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruhnya tanpa izin tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumbernya. 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>		Alfamart menyediakan jasa pelayanan dengan baik dari awal masuk hingga keluar dari pintu	Interval
		Alfamart memiliki keakuratan dalam penanganan administrasi struk belanja	Interval
	Responsiveness	Pelayanan Alfamart yang responsif	Interval
		Kesediaan Karyawan kasir untuk membuka jalur kasir baru jika antrian panjang	Interval
		Keluangan waktu karyawan Alfamart untuk menanggapi permintaan konsumen dengan cepat Keluangan waktu karyawan Alfamart untuk menanggapi permintaan konsumen dengan cepat	Interval
	Assurance	Reputasi Alfamart yang terjamin	Interval
		Karyawan Alfamart memberikan layanan dengan ramah	Interval
		Karyawan Alfamart memberikan layanan dengan sabar	Interval
	Price Packs	Penawaran Paket Harga (buy 1 get 1) sangat efektif dan menarik	Interval
		Anda menyukai penawaran paket harga yang ditawarkan Alfamart	Interval
		Penawaran paket harga umumnya produk yang sering digunakan	Interval
	Rebates	Potongan-potongan harga yang dilakukan Alfamart menarik untuk konsumen	Interval
		Potongan-potongan harga yang diberikan Alfamart mampu meningkatkan minat beli	Interval
	Promotional Product	Anda berharap ada lebih banyak lagi promosi produk dari alfamart	Interval
		Produk yang dijual dapat menjadi produk yang bermanfaat dan efektif bagi konsumen dalam jangka panjang	Interval
	Kepuasan Pelanggan	Willingness to recommend	Anda akan mengatakan hal positif mengenai Alfamart
Overall Customer Satisfaction		Anda merasa senang setelah belanja di Alfamart	Interval
Confirmation of Expectation		Alfamart telah memenuhi harapan anda	Interval
Repurchase		Anda akan kembali berbelanja di Alfamart lagi	Interval

Sumber: Kumpulan Teori



## E. Teknik Pengumpulan Data

Ⓒ Teknik pengumpulan data yang digunakan penulis adalah teknik komunikasi. Teknik komunikasi yang digunakan dalam penelitian ini yaitu dengan menyebarkan kuesioner kepada responden. Kuesioner adalah metode pengumpulan data dengan memberi sejumlah pertanyaan tertulis kepada responden. Jenis kuesioner yang digunakan adalah pertanyaan tertutup, yaitu pertanyaan yang telah disusun sebelumnya beserta alternatif jawaban yang sudah ditetapkan.

Pengumpulan data kuesioner yang dilakukan penulis menggunakan skala likert. Skala likert merupakan skala yang meminta persetujuan atas suatu pernyataan. Skala likert digunakan untuk mengukur sikap, pendapat, dan persepsi seseorang atau sekelompok orang tentang fenomena sosial. Skala likert yaitu skala yang berisi lima tingkat preferensi jawaban berupa angka yang dimulai dari 1 sampai dengan 5, dimana 1 menunjukkan nilai terendah sedangkan angka 5 menunjukkan nilai tertinggi.

**Tabel 3.2**

**Tabel Bobot Nilai**

Skala	Bobot
1) Sangat Tidak Setuju	1
2) Tidak Setuju	2
3) Ragu-ragu	3
4) Setuju	4
5) Sangat Setuju	5

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

© Hak Cipta Milik IBI IKKG (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.



## F. Teknik Pengambilan Sample

Di dalam penelitian ini, data yang diperoleh dari sumber data yang akan diteliti dan diambil dengan cara non-probability atau yang disebut dengan penarikan sampel secara tidak acak. Sedangkan teknik pendekatan yang digunakan penulis adalah judgement sampling yaitu pengambilan sampel dilakukan dengan pertimbangan bahwa sampel yang diambil dapat mewakili pelanggan Alfamart. Kriteria yang digunakan adalah yang pernah berbelanja di Alfamart. Dalam penelitian ini jumlah sample yang ditentukan sebanyak 130 responden yang berdomisili di Sunter , Jakarta Utara.

## G. Teknik Analisis data

### 1. Uji Validitas

Uji Validitas digunakan untuk mengukur sah atau valid tidaknya suatu kuesioner. Suatu kuesioner dikatakan valid jika indikator pada kuesioner mampu untuk mengungkapkan sesuatu yang akan diukur oleh kuesioner tersebut.

Dalam Penelitian ini akan digunakan rumus korelasi *Pearson Product Moment*.

Rumusnya dapat diformulasikan sebagai berikut:



## RUMUS PERSON PRODUCTS MOMENT

$$r = \frac{n (\sum XY) - (\sum X)(\sum Y)}{\sqrt{[n\sum X^2 - (\sum X)^2] [n\sum Y^2 - (\sum Y)^2]}}$$

Keterangan:

r : koefisien korelasi  
 $\sum X$  : jumlah skor item  
 $\sum Y$  : jumlah skor total item  
n : jumlah responden

### © 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.

## 2 Uji Realibilitas

Uji Reliabilitas adalah alat untuk mengukur suatu kuesioner yang merupakan indicator dari variable atau konstruk. Suatu kuesioner dikatakan reliable atau handal jika jawaban seseorang terhadap pernyataan adalah konsisten atay stabil dari waktu ke waktu (Ali Ghozali 2012 : 45). Uji reliabilitas dilakukan dengan menggunakan SPSS dengan uji statistic Cronbach's Alpha. Suatu konstruk atau variable dikatakan reliable jika memberikan nilai cronbach's alpha > 0,60.

Rumus yang digunakan dalam penelitian ini:

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

Keterangan:

k : banyaknya butir pertanyaan  
 $\sigma_t^2$  : varian total  
 $\sum \sigma_i^2$  : jumlah varian butir pertanyaan  
 $r_{11}$  : reliabilitas instrument



### 3. Analisis Presentasi

© Data-data yang dikumpulkan dari kuesioner dibuat table untuk kategori data secara keseluruhan, selanjutnya data dalam data tersebut dipresentasikan untuk mengetahui tingkatan ranking terhadap masing-masing pertanyaan rumus presentase dapat dilibat sebagai berikut:

$$Fr = \frac{\sum F}{n} \times 100\%$$

Keterangan

Fr= frekuensi relative

F= frenkuensi

n=responden

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

### 4. Skala Likert

Pengukuran pelaksanaan unsur-unsur yang mempengaruhi kualitas layanan dilakukandengan menggunakan skala likert yang merupakan serangkaian pernyataan mengenai pendapat responden mengenai pelayanan Giant.

Menurut Purwanto dan Sulistyastuti (2017:63), skala likert digunakan untuk mengukur sikap, pendapat, dan persepsi seseorang atau sekelompok orang tentang fenomena sosial. Untuk pengolahan data dalam penelitian ini, kuesioner didesain dengan menggunakan rentang sklasa pada pertanyaan di dalam kuesioner. Setiap kategori jawaban diberikan nilai rentang skala 1 sampai 5 dengan kategori berikut:

Sangat tidak puas = 1

Tidak puas = 2





Cukup puas = 3

Puas = 4

Sangat puas = 5

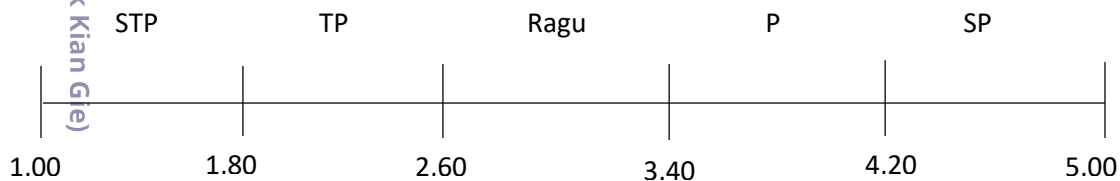
Untuk menghitung skala penilaian, menggunakan rumus:

$$Skala = \frac{Skor\ tertinggi - skor\ terendah}{banyaknya\ kelas}$$

Skor penelitian tertinggi untuk setiap pernyataan adalah 5. Skor terendah adalah 1, sehingga rentang skala yang diperoleh:

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

Sehingga posisis jawaban menjadi sebagai berikut:



1,00 – 1,80 = sangat tidak puas

1,81 – 2,60 = tidak puas

2,61 – 3,40 = ragu – ragu

3,41 – 4,20 = puas

4,21 – 5,00 = sangat puas



## 5. Uji asumsi Klasik



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

Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

### a. Uji Normalitas residual

Uji normalitas residual dilakukan untuk melihat apakah residual yang dihasilkan dalam metode regresi berdistribusi normal atau tidak. Model regresi yang baik adalah model yang memiliki residual yang berdistribusi normal. Uji asumsi klasik pada penelitian ini menggunakan uji Kolmogorov- Smirnov.

Ho: residual data berdistribusi normal

Ha: residual data tidak berdistribusi normal

Dasar pengambilan keputusan :

Terima Ho bila probabilitas  $\geq 0.05$

Tolak Ho bila probabilitas  $< 0.05$

### b. Uji multikolinieritas

Multikolinieritas terjadi jika terdapat korelasi linier yang sangat tinggi diantara beberapa atau semua variable independent. Uji multikolinieritas bertujuan untuk menguji apakah pada model regresi ditemukan adanya korelasi antar variable bebas. Model regresi yang baik seharusnya tidak terjadi multikolinieritas diantara variable bebas. Adanya multikolinieritas dapat dilihat dari nilai tolerance atau VIF dari masing-masing variable dengan menggunakan software SPSS.

Dasar pengambilan keputusan:

1) Jika nilai tolerance  $\geq 0.10$  atau VIF  $< 10$  maka tidak terdapat multikolinieritas

2) Jika nilai tolerance  $< 0.10$  atau VIF  $\geq 10$  maka terdapat multikolinieritas

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.



### c. Uji heteroskedastisitas

Heteroskedastisitas terjadi jika ada ketidaksamaan varian dari satu pengamatan ke pengamatan lainnya. Jika varianms residual dan satu pengamatan ke pengamatan yang lain tetap, maka disebut homoskedastisitas dan jika berbeda disebut heteroskedastisitas, model regresi yang baik seharusnya homoskedastisitas. Uji heteroskedastisitas dalam penelitian ini menggunakan uji korelasi spearman.

### d. Uji Autokorelasi

Uji Autokorelasi untuk mengetahui apakah residual sebuah model regresi lkinier terdapat hubungan yang kuat baik positif maupun negative antar data yang ada pada variabel-variabel penelitian. Model regresi yang baik seharusnya tidak ada autokorelasi. Uji autokorelasi yang digunakan adalah uji durbin-watson. Untuk melihat apakah terjadi autokorelasi atau tidak dengan cara menghitung batas atas dan batas bawah, kemudian melihat angka yang ada pada durbin Watson, dapat dilihat pada gambar berikut:

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

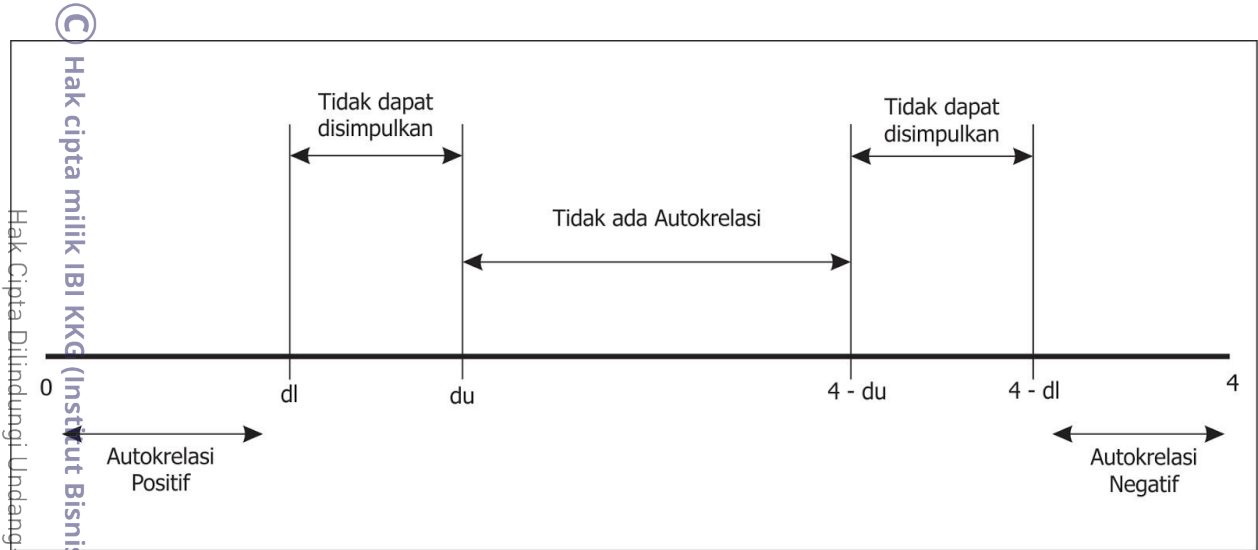
Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

**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.



Tabel 3.3 Analisa Durbin Watson



©

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

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

6. Analisis regresi berganda

Penulis menggunakan analisis regresi berganda dengan bantuan computer program SPSS untuk mengetahui regresi berganda berikut:

$$Y = a + b_1X_1 + b_2X_2$$

Dimana: Y = Variable terikat (Kepuasan Konsumen)

X<sub>1</sub> = Variable Promosi Penjualan

X<sub>2</sub> = Variable Kualitas Layanan

a = nilai konstanta

b<sub>1,2</sub> = koefisien regresi

Hipotesis untuk penelitian ini adalah:

H<sub>0</sub> = Tidak ada pengaruh Promosi Penjualan dan Kualitas Layanan terhadap Kepuasan Konsumen

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.



$H_a$  = Ada pengaruh Promosi Penjualan dan Kualitas Layanan terhadap Kepuasan Konsumen



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

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian

Dasar pengambilan keputusan adalah:

1. Terima  $H_0$ , jika  $\text{sig} > 0,05$
2. Tolak  $H_0$ , jika  $\text{sig} < 0,05$

Beberapa pengujian yang perlu dilakukan untuk hasil persamaan regresi ganda diatas menurut Gujarati(2003:249) adalah:

**a. Uji keberatian Model(Uji F)**

Uji F digunakan untuk melihat signifikasi model regresi, apakah model regresi penelitian fit dan layak untuk digunakan dalam penelitian. Kriteria yang digunakan dalam menentukan suatu model regresi signifikan atau tidak signifikan dengan menggunakan SPSS adalah sebagai berikut:

$$H_0 = b_1 = b_2$$

$H_a$  = tidak semua sama

- 1) Dari table ANOVA diperoleh nilai F hitung dan Sig. F untuk model regresi.
- 2) Bandingkan nilai Sig.F dengan  $\alpha = 0,05$ 
  - a) Jika nilai  $\text{sig.F} \geq 0.05$  maka model tidak fit dan tidak layak untuk digunakan dalam penelitian
  - b) Jika nilai  $\text{Sig.F} < 0.05$  maka model fit dan layak untuk digunakan dalam penelitian.

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.



## b. Uji Signifikan Koefisien ( Uji t)

Uji t digunakan untuk melihat signifikansi mode regresi, apakah setiap variabel independent berpengaruh pada variable dependent. Pengambilan keputusan untuk menerima atau menolak hipotesis dari penelitian didasarkan pada pertimbangan signifikansi koefisien dari setiap variable independent pada pertimbangan signifikansi koefisien dari setiap variable independent terhadap variable dependent. Kriteria yang digunakan dalam menentukan suatu variable independent signifikan atau tidak signifikan dengan menggunakan SPSS adalah sebagai berikut:

$$H_0: b_i = 0$$

$$H_a: b_i > 0$$

- 1) Dari table coefficient diperoleh nilai t hitung dan Sig.1 untuk masing-masing variable independent yang diuji
- 2) Bandingkan nilai Sig. t (one tailed) dengan  $\alpha=0.55$ 
  - a) Jika nilai Sig. t  $\geq \alpha$  maka variable independent tidak akan berpengaruh signifikan terhadap variable dependent.
  - b) Jika nilai Sig. t  $< \alpha$  maka variable independent berpengaruh signifikan terhadap variable dependent.

## c. Koefisien determinasi( $R^2$ )

Koefisien Determinasi menunjukkan seberapa besar variabel independent dalam model dapat menjelaskan variable dependent. Nilai koefisien determinasi adalah berkisar

$$0 \leq R^2 \leq 1, \text{ dimana:}$$

- 1) Jika  $R^2 = 0$ , berarti tidak ada hubungan antara X dan Y, atau model regresi yang terbentuk tidak tepat untuk meramalkan Y.
- 2) Jika  $R^2 = 1$ , berarti garis regresi yang terbentuk dapat meramalkan Y secara sempurna

**C 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.

