

BAB III

METODOLOGI PENELITIAN

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

A. Obyek Penelitian

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

Pada penelitian ini, yang menjadi obyek penelitian adalah dan citra merek terhadap loyalitas konsumen pada Sour Sally di Mal Kelapa Gading 3. Subyek penelitian yang diambil adalah konsumen yang pernah mengkonsumsi produk Sour Sally di Mal Kelapa Gading 3. Penelitian dilakukan dengan cara menyebarkan kuesioner secara online dengan menggunakan Google Form. Sehubungan dengan permasalahan yang disampaikan, maka akan dijelaskan mengenai desain penelitian, obyek penelitian, definisi operasional dan pengukuran variabel penelitian, metode pengumpulan data, teknik pengambilan sampel dan teknik analisis data.

B. Desain Penelitian

Dalam menyusun penelitian ini, penulis melakukan pengumpulan data dengan cara menyebarkan kuesioner melalui Google Form yang berisi daftar pertanyaan kepada responden dan mengumpulkan jawaban-jawaban dari pertanyaan dalam kuesioner tersebut. Tujuan dari metode ini adalah untuk mengetahui hubungan antara pengaruh yang ditimbulkan dari citra merek terhadap loyalitas konsumen.

C. Variabel Penelitian

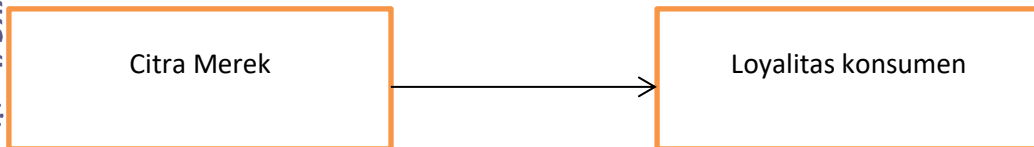
Variabel penelitian pada dasarnya adalah satu bentuk apa saja yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari sehingga diperoleh informasi tentang hal tersebut, kemudian ditarik kesimpulannya. Penelitian ini menggunakan multi

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.



Variabel dimana variabel yang diamati terdiri dari dua variabel yaitu variabel citra merek (X) sedangkan loyalitas konsumen (Y) yang terbentuk dalam hal ini disebut variabel terikat pada produk Yogurt Sour Sally.

Gambar 3.1
Masalah Yang Diteliti



Tabel 3.1
Variabel dan Indikator Penelitian
Citra Merek

Variabel	Indikator	Skala
Citra Merek, Wahyudi Ariadi (2010:42)	Kekuatan (<i>Strength</i>)	
	Saya Setuju Sour Sally memiliki kesan di benak saya sebagai “Delicious Doesn’t Have to be Sinful”.	Interval
	Saya Setuju mengkonsumsi Sour Sally adalah mengkonsumsi makanan yang sehat.	Interval
	Saya Setuju Sour Sally memberikan harga yang sesuai dengan manfaatnya.	Interval
	Saya Setuju gerai Sour Sally di Mal Kelapa Gading 3 saya mendapatkan layanan yang baik.	Interval
	Keunikan (<i>Uniqueness</i>)	

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

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

Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie

- Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.
 - Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.
- Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.



1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.
2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.

Saya Setuju Sour Sally memiliki cita rasa yang berbeda dengan frozen yogurt lainnya.	Interval
Saya Setuju Produk “Black Sakura” dalam Sour Sally sesuai dengan gaya hidup yang sehat.	Interval
Kesukaan (<i>Favourable</i>)	
Saya Setuju Sour Sally merupakan Brand yang mudah diucapkan.	Interval
Saya Setuju Sour Sally merupakan Brand yang mudah diingat.	Interval

Tabel 3.2

Variabel Dan Indikator Penelitian

Loyalitas Konsumen

Variabel	Indikator	Skala
	<i>Repeat Purchase</i>	
Loyalitas Konsumen, Utami (2006:140)	Saya Setuju Saya akan membeli kembali produk Sour Sally.	Interval
	Saya Setuju Saya akan tetap membeli produk Sour Sally walaupun ada merek lain yang menawarkan produk yang menarik.	Interval
	Saya Setuju Untuk waktu yang akan datang Sour Sally menjadi pilihan pertama saya.	Interval
	<i>Retention</i>	



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.

	Saya Setuju keputusan saya untuk menjadi konsumen Sour Sally adalah keputusan yang sudah tepat.	Interval
	Saya Setuju akan tetap mengkonsumsi Sour Sally meskipun terdapat informasi yang menceritakan kekurangan dari Sour Sally.	Interval
	Referalls	
	Saya Setuju Saya akan memberikan rekomendasi Sour Sally kepada orang lain.	Interval
	Saya Setuju Saya akan mengajak rekan saya untuk membeli Sour Sally.	Interval

D. Metode Pengumpulan Data

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

Pengumpulan data kuesioner yang dilakukan penulis menggunakan skala likert. Skala likert merupakan skala yang meminta persetujuan atas suatu pernyataan (*statement*). Skala likert digunakan untuk mengukur sikap, pendapat, dan persepsi seseorang atau sekelompok orang tentang fenomena social. Menurut Ghazali (2009:45), skala likert yaitu skala yang berisi lima tingkat preferensi



jawaban berupa angka yang dimulai dari angka 1 sampai dengan 5, dimana 1 menunjukkan nilai terendah sedangkan angka 5 menunjukkan nilai tertinggi.

Tabel 3.3
Skala Likert

Skala	Bobot
1) Sangat Tidak Setuju (STS)	1
2) Tidak Setuju (TS)	2
3) Netral (N)	3
4) Setuju (S)	4
5) Sangat Setuju (SS)	5

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

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

Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie

E. Teknik Pengambilan Sample

Pada penelitian ini, data yang diperoleh dari sumber data yang akan diteliti diambil dengan cara *non-probability sampling* atau yang disebut dengan penarikan sampel secara tidak acak. Sedangkan teknik pendekatan yang digunakan penulis adalah *judgemental sampling* yaitu pengambilan sampel dilakukan dengan pertimbangan bahwa sampel yang diambil dapat mewakili pelanggan Sour Sally. Kriteria yang digunakan adalah yang pernah mengonsumsi Sour Sally. Dalam penelitian ini jumlah sampel yang ditentukan adalah sebanyak 100 responden yang berdomisili di Mall Kelapa Gading, Jakarta Utara.

F. Uji Instrumen

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.
2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.



1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.

1. Uji Validitas

Uji validitas digunakan untuk mengukur sah atau valid tidaknya suatu kuesioner. Menurut Ghazali (2009:49), 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 :

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

Keterangan :

- r = Korelasi *Product Moment*
- X = Skor pertanyaan
- Y = Skor total responden
- n = Jumlah responden

Jika koefisien korelasi (r) yang diperoleh \geq koefisien table r *product moment* atau *Corrected Item-Total Correlation* berada di atas standard yaitu 0,361 maka indikator tersebut dinyatakan valid.

2. Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas adalah alat untuk mengukur suatu kuesioner yang merupakan indikator dari variabel atau konstruk. Menurut (Ghozali, 2009:45), Suatu kuesioner dikatakan reliabel atau handal jika jawaban seseorang terhadap pernyataan adalah konsisten atau stabil dari waktu ke waktu.

Perhitungan reliabilitas dapat ditulis sebagai berikut dengan menggunakan rumus *Cronbach's Alpha* :



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

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie

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

Keterangan :

- r_{11} = Reliabilitas instrument
- k = Jumlah butir dalam skala pengukuran
- $\sum \sigma_b^2$ = Ragam (*variance*) butir
- σ_t^2 = Ragam (*variance*) dari skor total

Rumus varians total yang digunakan :

$$\sigma^2 = \frac{\sum X^2 - \frac{(\sum X)^2}{n}}{n-1}$$

Keterangan :

- σ^2 = Varian sampel
- n = Jumlah responden
- X = Nilai skor yang dipilih (total nilai dari nomor-nomor butir pertanyaan)

G Teknik Analisis Data

Kuesioner yang disebar dan diisi oleh responden merupakan data yang masih harus diolah lebih lanjut agar dapat dijadikan informasi yang berguna bagi penelitian. Hasil dari penyebaran kuesioner akan menjadi data masukan untuk mengolah dan menganalisis data:

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.
2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.



1. Analisis Deskriptif

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

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie

a. Rata-rata

Setelah memperoleh data yang lengkap, maka harus dicari nilai rata-ratanya. Perhitungan nilai rata-rata skor adalah dengan menjumlahkan seluruh bobot dibagi dengan jumlah total responden secara sistematis, rata-rata dapat dihitung dengan rumus :

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

Dimana :

\bar{x} : Rata-rata hitung (mean)

f_i : Frekuensi ke-i

x_i : Data ke-i

b. Rentang Skala Penelitian

Untuk mempromosikan jawaban responden maka digunakan rentang skala yang menggambarkan posisi dari yang sangat negatif ke posisi yang sangat positif dengan rumus rentang skala sebagai berikut :

$$R_s = \frac{m-n}{b}$$

$$R_s = \frac{(5-1)}{5} = 0,8$$

Dimana: R_s = Rentang skala

m = skala tertinggi

n = skala terendah

b = banyaknya kriteria pilihan

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.

b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.

2. Dilarang menggunakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.



© 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.

Maka Skala yang digunakan:

1,00 – 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

Uji Asumsi Klasik

a. Uji Normalitas

Menurut Ghozali (2013:160), tujuan dari uji normalitas adalah menguji apakah dalam model regresi, variabel pengganggu atau residual memiliki distribusi normal. Uji normalitas dilakukan untuk melihat apakah distribusi data terdistribusi normal maka metode statistik parameter tidak bisa digunakan, dan untuk inferensi (perkiraan, peramalan, pengambilan keputusan, dsb) digunakan metode statistik non parametrik. Uji normalitas dapat diuji dengan menggunakan uji Kolmogorov-Smirnov dengan membuat hipotesis:

Ho : Data residual berdistribusi normal

Ha : Data residual tidak berdistribusi normal

Jika probabilitas > 0,05 maka Ho diterima

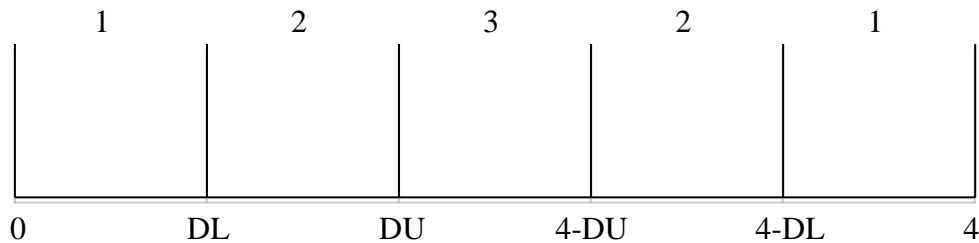


b. Uji Autokorelasi

Menurut Ghazali (2013:110), uji autokorelasi bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi linear ada korelasi antara kesalahan pengganggu pada periode t dengan kesalahan pengganggu pada periode $t-1$ atau sebelumnya. Biasanya terjadi pada data *time series*. Kesalahan yang terjadi pada $t-1$ diharapkan tidak terjadi lagi pada periode t . Pengujian dilihat dalam SPSS pada tabel *model summary* kolom Durbin Watson. Data yang baik adalah data yang tidak terjadi autokorelasi.

Autokorelasi adalah kondisi dimana terjadi korelasi antara anggota serangkaian observasi yang diurutkan menurut waktu atau ruang. Auto korelasi dideteksi dengan menggunakan percobaan Durbin Watson. Nilai Durbin Watson (dw) berkisar antara 0 sampai 4. Apabila nilai dw semakin mendekati nol, maka dapat diasumsikan terjadi autokorelasi positif. Sedangkan bila dw semakin mendekati 4 semakin besar bukti adanya autokorelasi negatif. Nilai $dw = 2$ dan sekitarnya diasumsikan tidak ada autokorelasi positif maupun negatif

Berikut ini adalah gambar yang menjadi pedoman untuk menentukan terjadinya autokorelasi atau tidak.



Keterangan:

- 1 = Daerah terjadinya autokorelasi
- 2 = Daerah tidak ada kesimpulan

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

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.
2. Dilarang menggunakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.



3 = Daerah tidak terjadinya otokorelasi

dL = Batas bawah

dU = Batas atas

c. Uji Heterokedastisitas

Menurut Ghozali (2013:139), uji heterokedastisitas bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi terjadi ketidaksamaan *variance* dari residual satu pengamatan ke pengamatan lain, jika *variance* dari residual satu pengamatan ke pengamatan lain berbeda maka disebut heterokedastisitas.

Uji heteroskedastisitas dalam penelitian ini menggunakan uji Glesjer, dimana dasar pengambilan keputusan adalah:

- a) Jika nilai signifikan dari parameter koefisien persamaan regresi $\geq (0,05) \rightarrow$ tidak terdapat heteroskedastisitas.
- b) Jika nilai signifikan dari parameter koefisien persamaan regresi $< \alpha (0,05) \rightarrow$ terdapat heteroskedastisitas.

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

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie

3. Regresi Linier Sederhana

Analisis regresi linier sederhana digunakan untuk mengukur pengaruh satu variabel dan variabel lainnya. Pada penelitian ini, penulis ingin mengetahui pengaruh citra merek terhadap loyalitas konsumen.

Rumus persamaan umum yang digunakan dalam regresi linier sederhana adalah :

$$Y = \beta_0 + \beta_1 X$$

Dimana :

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.



Y = Variabel dependen

X = Variabel independen

β_0 = intersep

β_1 = koefisien variabel X

Untuk mengetahui apakah besaran-besaran β_0 dan β_1 adalah signifikan atau tidak, dapat dilakukan dengan cara, *probability value* yaitu dengan menggunakan nilai-nilai *p value* pada kolom Sig. Jika nilai-nilai ini lebih kecil 5%, maka besaran-besaran β_0 dan β_1 bermakna.

a. Uji Keberartian Model (Uji F)

Pengujian ini dilakukan untuk mengetahui apakah variabel independen mempunyai pengaruh yang sama terhadap variabel dependen. Pengujian dilakukan dengan menggunakan uji F dengan membandingkan antara nilai F tabel dengan nilai f hitung. Pengambilan keputusan dilakukan berdasarkan perbandingan antara nilai F tabel dengan nilai F hitung sesuai dengan tingkat signifikansi yang digunakan.

Hipotesis:

Ho: Tidak ada pengaruh antara Variabel X terhadap variabel Y

Ha: Ada nya pengaruh antara variabel X terhadap variabel Y

Dasar pengambilan keputusan :

- Jika nilai Sig. ≤ 0.05 , maka tolak Ho
- Jika nilai Sig. ≥ 0.05 , maka tidak tolak Ho

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.



b. Analisis Korelasi Pearson

Menurut Cooper dan Schindler (2006:265), Koefisien korelasi Pearson mempunyai nilai yang bervariasi dari +1 hingga 0 sampai -1. Tanda r melambangkan estimasi koefisien dari asosiasi linear berdasarkan data pengambilan sampel. Koefisien p mewakili korelasi populasi.

Koefisien Korelasi merupakan ukuran yang dapat digunakan untuk mengetahui bagaimana keeratan hubungan antara suatu variabel dengan variabel lain. apabila nilai koefisien korelasi (r) = +1, maka korelasi atau hubungannya positif dan sempurna. Apabila koefisien korelasi (r) = -1, maka korelasi atau hubungannya negative dan sempurna. Arti positif disini, misalkan X naik maka Y pun naik, jika X turun maka Y turun juga begitu juga sebaliknya. Sedangkan arti dari negatif adalah hubungannya berbanding terbalik, jika X naik maka Y turun, jika X turun maka Y naik begitu juga sebaliknya. Selanjutnya untuk mengetahui keeratan hubungan antara kedua variabel tersebut, Sugiyono (2004, dalam Asmuran 2012), mengatakan bahwa untuk dapat memberikan suatu interpretasi terhadap kuatnya hubungan itu, maka dapat menggunakan pedoman sebagaimana dapat dilihat pada tabel berikut :

Tabel 3.4 Interpretasi Koefisien Korelasi

Interval Koefisien	Tingkat Hubungan
0,00 – 0,199	Sangat Rendah
0,20 – 0,399	Rendah

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

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.
2. Dilarang menggunakan 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

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.

0,40 – 0,599	Sedang
0,60 – 0,799	Kuat
0,80 – 1,000	Sangat Kuat

Sumber : Sugiyono,2004:202

Koefisien korelasi *Pearson* (r), digunakan pada analisis korelasi sederhana untuk variabel

interval/rasio dengan variabel interval/rasio. Rumus ini digunakan untuk mengukur derajat hubungan antara variabel bebas (X) dengan variabel terikat (Y). Koefisien korelasi *Pearson* (r) dirumuskan:

$$r = \frac{\sum(X - \bar{X})(Y - \bar{Y})}{(n - 1)s_x s_y}$$

Keterangan :

- r : koefisien korelasi *Pearson*
- X : variabel bebas
- Y : variabel terikat
- n : jumlah sampel

Hipotesis:

H_0 : Tidak ada hubungan antara variabel X dengan variabel Y

H_a : Terdapat hubungan antara variabel X dengan variabel Y



c. Uji Signifikansi Koefisiensi (uji t)

Menurut (Ghozali, 2009:91), Uji t digunakan untuk menunjukkan seberapa jauh pengaruh suatu variabel independen secara individual dalam menerangkan variabel dependen. Hipotesis statistic dari penelitian ini adalah sebagai berikut:

$$H_0 : \beta_1 = 0 ; \beta_2 = 0$$

$$H_a : \beta_1 > 0 ; \beta_2 = 0$$

Dasar pengambilan keputusan adalah sebagai berikut:

- a) Jika nilai Sig. \leq 0,05 maka tolak H_0 , yang berarti variabel independen berpengaruh signifikan terhadap variabel dependen.
- b) Jika nilai Sig. $>$ 0,05 maka tidak tolak H_0 , yang berarti variabel independen tidak berpengaruh signifikan terhadap variabel dependen.

d. Koefisien Determinasi (R^2)

Koefisien determinasi mengukur tingkat ketepatan atau kecocokan dari regresi linear sederhana, merupakan persentase sumbangan variabel X terhadap variasi (naik turunnya) Y secara bersama-sama, besarnya persentase sumbangan ini disebut koefisien determinasi sederhana dengan simbol R^2 . Dalam penelitian ini digunakan adjusted R square, hal ini dikarenakan adjusted R square merupakan hasil penyesuaian R square terhadap tingkat kebebasan dari persamaan prediksi. Adjusted R square akan melindungi dari kenaikan bias atau kesalahan karena kenaikan dan jumlah variabel independen serta kenaikan dari jumlah sampel.

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

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.