



BAB III

METODE PENELITIAN

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

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

A. Objek Penelitian

Dalam objek penelitian terdiri dari populasi, sampel dan karakteristik, sebagai berikut:

1. Populasi

Populasi pada penelitian ini adalah remaja dengan karakteristik sebagai berikut :

a. Partisipan minimum SMA yang followers Chelsea Olivia di wilayah Jabodetabek.

b. Pengguna Instagram

2. Sampel

Sampel adalah sebagian yang diambil dari suatu populasi (Nisfiannoor, 2009). Gunakan sampel sebesar mungkin merupakan prinsip yang harus dipegang dalam suatu penelitian yang menggunakan sampel. Statistik yang dihitung berdasarkan sampel besar (>30 sampel) akan lebih tepat dari pada yang dihitung dari sampel kecil (<30 sampel) (Nisfiannoor, 2009). Pada penelitian ini, peneliti merencanakan jumlah sampel sebesar 120 orang yang mewakili Jabodetabek, dikarenakan keterbatasan waktu penelitian, sehingga 120 sampel remaja dapat mewakili remaja yang berasal dari wilayah tempat tinggal di Jabodetabek.

B. Desain Penelitian

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

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.

Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie



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

2. Metode pengumpulan data:
Pengelompokan ini membedakan antara proses pembinaan dan proses komunikasi. Berdasarkan perspektif metode pengumpulan data, penelitian ini menggunakan metode komunikasi dengan mengajukan pertanyaan-pertanyaan melalui kuesioner kepada subjek penelitian dan mengumpulkan jawaban-jawabannya melalui cara personal.

3. Pengendalian variabel oleh periset:
Penelitian ini merupakan penelitian *ex post facto*, karena penelitian ini merupakan pencarian empirik yang sistematis dimana peneliti tidak dapat mengontrol variabel bebasnya, karena peristiwa telah terjadi atau sifatnya tidak dapat dimanipulasi. Mereka hanya bisa melaporkan apa yang telah terjadi atau apa yang sedang terjadi.

4. Tujuan penelitian:
Berdasarkan tujuan penelitian, terdapat dua jenis studi penelitian, yaitu studi deskriptif dan kausal. Studi deskriptif berkaitan dengan mencari tahu tentang apa, siapa, dimana, bilamana, atau berapa banyak dan digunakan untuk

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.



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

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie

menggambarkan penelitian konsumen terhadap suatu produk. Sedangkan studi kausal berusaha untuk menjelaskan hubungan-hubungan antara variabel.

Penelitian ini menggunakan studi kausal atau metode sebab akibat untuk menunjukkan bagaimana pengaruh sikap Chelsea Olivia terhadap sikap produk yang di endorse pada remaja putri followers Chelsea Olivia di media sosial instagram.

Dimensi waktu :

Penelitian ini merupakan penelitian studi *cross-sectional*, yaitu pengumpulan data yang dilakukan hanya sekali dalam suatu periode tertentu. Pengumpulan data pada penelitian ini dilakukan hanya satu kali, yaitu pada saat pembagian kuesioner kepada para pengguna instagram followers Chelsea Olivia.

Cakupan topik :

Penelitian ini merupakan desain studi statistik, karena ini bertujuan untuk mengetahui karakteristik atau ciri-ciri populasi melalui penarikan kesimpulan berdasarkan karakteristik atau ciri-ciri sampel. Hipotesis dalam penelitian ini diuji secara kuantitatif.

Lingkungan penelitian :

Penelitian ini tergolong dalam penelitian lapangan, karena data diambil langsung dengan menyebarkan kuesioner, serta subjek dan objek penelitiannya berada dalam lingkungan nyata yang sebenarnya (bukan simulasi).

Persepsi subjek:

Persepsi peserta atau subjek penelitian dapat mempengaruhi kesimpulan atau hasil penelitian. Dalam penelitian ini, peneliti berusaha agar peserta tidak

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.



merasakan adanya penyimpangan dari rutinitas sehari-hari, sehingga persepsi yang dihasilkan adalah nyata sesuai dengan keadaan yang sebenarnya.

Variabel Penelitian

Berdasarkan batasan masalah yang akan diteliti, terdapat dua variabel dalam penelitian yang akan digunakan sebagai bahan analisis, yaitu sikap kepada Chelsea Olivia, dan sikap produk yang di-endorse Chelsea Olivia yang dioperasionisasikan sebagai berikut :

Sikap pembelian produk yang di-endorse oleh Chelsea Olivia dioperasionisasikan sebagai skor pada skala sikap menurut teori Myers (2008), yang mengukur evaluasi individu secara kognisi, afeksi, dan konasi yang diperoleh dari pengalaman mengenai berbagai bentuk tingkah laku yang didorong oleh peran iklan menggunakan Chelsea Olivia, seperti: iklan kosmetik, iklan baju, iklan accessories, iklan sepatu dan iklan lainnya yang disajikan pada tabel 3.1

Sikap kepada Chelsea Olivia dioperasionisasikan sebagai skor pada skala sikap menurut Baron dan Byne (2003) yang mengukur evaluasi individu secara pendapat yang setuju atau tidak setuju terhadap peran iklan yang di endorser oleh Chelsea Olivia seperti: iklan kosmetik, iklan baju, iklan accessories, iklan sepatu dan iklan lainnya yang disajikan pada tabel 3.2

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.

Tabel 3.1

Indikator dan Item Pertanyaan Sikap Pembelian Produk

Variabel	Indikator	Item	Skala
Sikap Produk yang di-endorse Kognisi Afeksi Konasi	Kognisi	Saya mengetahui produk tersebut di-endorse oleh Chelsea Olivia	SPCE1
		Saya percaya pada produk yang di-endorse oleh Chelsea Olivia	SPCE5
		Menurut saya produk yang di-endorse oleh Chelsea Olivia pilihan yang tepat untuk dibeli	SPCE9
	Afeksi	Saya senang pada produk fashion yang Chelsea Olivia endorse	SPCE2
		Saya merasakan Chelsea Olivia dapat mewakili produk fashion lebih menarik	SPCE4
		Saya tertarik dengan produk yang di-endorse oleh Chelsea Olivia	SPCE6
		Saya ingin menggunakan produk yang di-endorse oleh Chelsea Olivia	SPCE7
		Saya merasa membeli baju yang di-endorse oleh Chelsea Olivia menjadikan saya lebih menarik.	SPCE11
	Konasi	Saya ingin membeli sebanyak mungkin, kalau produknya di-endorse oleh Chelsea Olivia	SPCE3
		Saya akan membeli produk, ketika Chelsea Olivia menggunakannya juga	SPCE8
		Saya akan menggunakan barang-barang yang di-endorse oleh Chelsea Olivia	SPCE10
			Saya ingin membeli produk yang dikenakan oleh Chelsea Olivia

© 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.



Tabel 3.2

Indikator dan Item Perntanyaan Sikap kepada Chelsea Olivia

Variabel	Indakator	Item	Skala
Sikap kepada Chelsea Olivia	Reaksi sikap setuju dan tidak setuju terhadap Chelsea Olivia sebagai <i>endorser</i>	Saya suka melihat Chelsea Olivia jadi <i>endorser</i> di instagram	SKCE1
		Chelsea Olivia sangat cocok menjadi <i>endorser</i> untuk produk fashion	SKCE2
		Chelsea Olivia memiliki daya tarik yang cocok untuk jadi <i>endorser</i> di instagram	SKCE3
		Saya yakin Chelsea Olivia menjadi <i>endorser</i> produk fashion	SKCE4
		Saya sering membuka intagram Chelsea Olivia untuk melihat foto-foto produk yang di- <i>endorse</i> olehnya	SKCE5
		Saya percaya Chelsea Olivia cocok jadi <i>endorser</i> produk fashion masa kini	SKCE6
			Interval

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

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

F. Teknik Pengumpulan Data

Dalam penelitian ini, teknik pengumpulan data yang digunakan adalah teknik komunikasi dengan menggunakan instrumen kuesioner yang disebarakan kepada 120 responden yaitu konsumen remaja yang menggunakan instagram dan followers Chelsea Olivia. Jenis kuesioner yang disebarakan adalah pertanyaan tertutup, yang artinya pertanyaan telah disusun sebelumnya dengan memberikan alternatif-alternatif jawaban yang sudah disiapkan oleh penulis. Berdasarkan daftar pertanyaan pada kuesioner yang dibuat oleh peneliti, untuk menentukan penilaian skor atas jawaban yang diberikan oleh responden, peneliti menetapkan nilai

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.



masing-masing jawaban yang diperoleh berdasarkan skala Likert. Skala Likert digunakan untuk mengatur sikap, pendapat dan persepsi seseorang atau sekelompok orang tentang fenomena sosial. Pada penelitian ini menggunakan tingkat kesetujuan skala Likert yaitu STS = Sangat Tidak Setuju, TS = Tidak Setuju, N = Netral, S = Setuju, SS = Sangat Setuju. Kemudian setiap tingkat jawaban diberi skor dari 1 sampai 5. Nilai 1 untuk jawaban Sangat Tidak Setuju dan nilai 5 untuk jawaban Sangat Setuju.

Tabel 3.3
Skala Likert

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

Teknik Pengambilan Sampel

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

Teknik pendekatan yang digunakan adalah *judgement sampling*, yaitu pengambilan sampel dilakukan dengan terlebih dahulu menentukan batasan-batasan atau kriteria bahwa sampel yang diambil dapat mewakili populasi tersebut. Dalam hal ini, penulis menetapkan kriteria responden yang dipilih adalah

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.

responden dengan minimal pendidikan SMA usia 17 tahun yang memiliki Instagram dan followers Chelsea Olivia di Jakarta.

Menurut Joseph F. Hair, et al. (1998) jumlah sampel yang sebaiknya diambil adalah antara 100 sampai 200 orang responden. Maka diputuskan jumlah sampel yang diambil adalah 120 orang responden.

F. Teknik Analisis Data

1. Evaluasi Model Pengukuran

a. Uji Validitas

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

b. Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas adalah suatu pengujian untuk menentukan konsistensi pengukuran indikator-indikator dari variabel suatu variabel laten. Uji reliabilitas dipakai untuk menunjukkan sejauh mana suatu pengukuran relatif konsisten apabila pengukuran dilakukan berulang dua kali atau lebih. Indikator pernyataan dinyatakan reliabel apabila nilai dari Cronbach's Alpha > 0.6 .

Analisis Deskriptif

Menurut Simamora (2004:231), analisis deskriptif adalah transformasi data mentah ke dalam bentuk yang lebih mudah dipahami atau diinterpretasi. Analisis



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.

deskriptif bertujuan untuk mengetahui karakteristik setiap variabel dalam sampel.

Alat-alat analisis yang dipakai adalah.

a. Rata-rata hitung (*mean*)

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

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

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

Keterangan :

\bar{X} = Rata-rata hitung

X_i = Nilai sampel ke- i

n = Jumlah sampel

b. Analisis Persentase

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

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

Keterangan :

P = Persentase responden

f_i = Jumlah responden kategori tertentu



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.



$$\sum f_i = \text{Total responden}$$

3. Uji asumsi klasik.

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

a. Uji Normalitas

Uji normalitas bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi data yang terdistribusi normal. Salah satu cara untuk mendeteksi apakah data terdistribusi normal atau tidak adalah dengan uji normalitas dengan Kolmogorof-Smirnov. Dasar pengambilan keputusan dalam uji ini adalah jika nilai sig > 0.05 maka data berdistribusi normal

b. Uji Autokorelasi

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

c. Uji heteroskedastisitas

Uji heteroskedastisitas untuk mengetahui apakah dalam sebuah model regresi terjadi ketidaksamaan varians dari residual suatu pengamatan ke pengamatan lain. Penulis menggunakan uji glejser. Dasar pengambilan keputusan dalam uji ini

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.

adalah jika nilai sig pada *output coefficient* harus > 5% agar tidak terjadi heteroskedastisitas.

4 Analisis Regresi Linear Sederhana

Model regresi linear memiliki asumsi utama mengenai hubungan linear antara satu variabel terikat dengan minimal satu variabel bebas. Apabila variabel bebasnya hanya satu, regresinya disebut regresi linear sederhana (*simple linear regression*), sedangkan jika terdapat minimal dua variabel bebas, dinamakan regresi linear berganda (*multiple linear regression*), (Setiawan, 2015).

Dalam penelitian ini menggunakan regresi linear sederhana, hanya ada satu variabel independen adalah variabel sikap Chelsea Olivia sebagai endorser dan variabel dependent adalah variabel sikap produk yang di endorse oleh Chelsea Olivia di instagram. Kemudian, dari variabel IV diregresikan terhadap DV dan dilihat seberapa besar IV mempengaruhi terhadap DV dalam penelitian ini.

Model regresi:

$$Y = a + b X$$

Keterangan :

Y= Sikap Produk yang di- *endorse*

a = Konstanta

b = Koefisien Variabel sikap chelsea olivia sebagai *celebrity endorser*

X=Sikap kepada Chelsea Olivia sebagai *celebrity endorser*

Uji F

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



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.



$$H_0 : \beta_1 = 0$$

$$H_a : \text{tidak sama } \beta_1 \neq 0$$

Kriteria pengujianya adalah sebagai berikut:

Jika nilai $\text{sig} \leq 0.05$ atau $F_{\text{hitung}} \geq F_{\text{tabel}}$ maka tolak H_0 yang berarti model regresi tersebut dapat digunakan untuk memprediksi Y.

Jika nilai $\text{sig} > 0.05$ atau $F_{\text{hitung}} < F_{\text{tabel}}$ maka terima H_0 yang berarti model regresi tersebut tidak dapat digunakan untuk memprediksi Y.

6 Uji signifikansi korelasi (Uji t)

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

$$H_0 : \beta_1 = 0$$

$$H_a : \beta_1 > 0$$

Kriteria pengujianya adalah sebagai berikut

Jika nilai $\text{sig}^2 < = 0.05$ maka tolak H_0 yang berarti variabel independen berpengaruh signifikan terhadap variabel dependen sehingga dapat digunakan untuk memprediksi Y.

Jika nilai $\text{sig}^2 > = 0.05$ maka terima H_0 yang berarti variabel independen tidak berpengaruh signifikan terhadap variabel dependen.

7 Koefisien determinasi (R^2)

Koefisien determinasi menunjukkan besarnya pengaruh variabel bebas yang diberikan terhadap variabel terikat dalam penelitian (Imam Ghozali, 2011:97).

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.

Nilai R^2 yang kecil berarti kemampuan variabel variabel independen dalam menjelaskan variabel dependen amat terbatas. Sedangkan nilai yang mendekati 100% berarti variabel variabel independen memberikan hampir semua informasi yang dibutuhkan untuk memprediksi variabel variabel dependen. Nilai koefisiensi determinasi berada dalam selang $0\% \leq R^2 \leq 100\%$ dimana :

$R^2 = 0$, berarti variabel independen (X) tidak memiliki kemampuan untuk menjelaskan variabel dependen (Y).

$R^2 = 1$, berarti variabel independen (X) secara sepenuhnya mampu menjelaskan variabel dependen (Y).

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.