



BAB III

METODOLOGI PENELITIAN

Dalam bab ini akan dibahas mengenai objek penelitian, desain penelitian, variabel penelitian, teknik pengambilan data, teknik pengumpulan sampel, teknik analisis data yang akan peneliti gunakan dalam penelitian data.

A. Objek Penelitian

Pada penelitian ini, yang menjadi objek penelitian adalah suasana toko, promosi, dan Harga terhadap kepuasan pelanggan Janji Jiwa di Bekasi Sedangkan subyek penelitian ini adalah konsumen yang pernah mengkonsumsi produk Janji Jiwa di Bekasi

B. Desain Penelitian

Menurut Cooper dan Schidler (2014:124), desain riset adalah rencana dan struktur investigasi yang dibuat sedemikian rupa sehingga diperoleh jawaban atas pertanyaan riset.

Rencana adalah skema atau program menyeluruh dari suatu riset. Desain riset memperkenalkan klasifikasi desain riset dan menyajikan gambaran dari jenis-jenis desain riset utama (eksplorasi, deskriptif dan sebab akibat). Rencana mencakup garis besar dari apa yang akan dilakukan seorang investigator mulai dari penulisan hipotesis serta implikasi operasionalnya hingga ke analisa akhir data. Dalam Cooper dan Schidler (2014:126-129), desain penelitian klasifikasikan dengan delapan persepektif, yaitu :

1. Derajat Kristalisasi Pertanyaan Riset

Studi dapat dipandang sebagai studi eksplorasi atau formal. Perbedaa utama dari kedua pilihan tersebut adalah tingkatan struktur dan tujuan studi. Studi eksploratif (exploratory studies) cenderung memiliki struktur yang lebih longgar dengan tujuan untuk menemukan tugas penelitian selanjutnya. Tujuan utama eksplorasi adalah untuk mengembangkan hipotesis atau pertanyaan dalam penelitian selanjutnya. Studi formal (formal studies) dimulai saat eksplorasi berakhir – studi formal dimulai engan hipotesis atau pertanyaan



penelitian dan melibatkan prosedur yang tepat serta spesifikasi sumber data. Tujuan dari desain studi formal adalah untuk menguji hipotesis dan menjawab semua pertanyaan penelitian yang dikemukakan.

2. Metode Pengumpulan Data

Pengklasifikasikan membedakan antara pengamatan dan proses komunikasi. Pengamatan (monitoring) melibatkan studi dimana peneliti menyelidiki aktivitas subyek atau sifat alami dari beberapa materi tanpa berusaha untuk mengurangi respon dari siapapun. Studi komunikasi ini dapat dilakukan dengan memberikan pertanyaan-pertanyaan kepada subyek penelitian dengan cara yang personal maupun impersonal, lalu mengumpulkan informasi yang telah diperoleh dari subjek tersebut.

Metode yang digunakan adalah dengan survey. Pada cara survey, peneliti menyebarkan kuesioner yang berisi daftar pertanyaan kepada responden dengan mengajukan pertanyaan-pertanyaan dalam kuesioner tersebut. Data yang dihasilkan dapat berasal dari daftar isian yang harus diisi dan diberikan kepada subyek penelitian ini.

3. Pengendalian Variabel-Variabel oleh Peneliti

Dilihat dari kemampuan peneliti dalam konteks untuk memanipulasi variabel variabel. Studi pengendalian variabel dapat berupa desain eksperimen dan desain laporan sesudah fakta (ex post facto). Penelitian ini menggunakan desain laporan sesudah fakta, penulis tidak memiliki kontrol atas variabel dalam pengertian bahwa mereka tidak memiliki kemampuan untuk memanipulasinya. Peneliti hanya bisa melaporkan apa yang telah terjadi atau apa yang sedang terjadi.

4. Tujuan Penelitian

Penelitian ini termasuk studi kausal atau sebab akibat Penulis ingin mempelajari mengapa – yaitu, bagaimana satu variabel mengakibatkan perubahan pada yang lain dan juga ingin menguji apakah terdapat hubungan antara variabel variabel yang akan diteliti yaitu apakah



terdapat pengaruh Suasana toko, promosi, harga terhadap kepuasan pelanggan Janji Jiwa di Wilayah Bekasi . Studi ini bermaksud untuk memprediksi efek kepada suatu variabel dengan memanipulasi variabel lainnya sementara variabel variabel diluar itu dianggap konstan.

5. Dimensi Waktu

Penelitian ini menggunakan studi lintas bagian (cross-sectional), yaitu studi yang dilaksanakan satu kali dan mencerminkan suatu keadaan pada satu saat tertentu.

6. Cakupan Topik

Penelitian ini menggunakan studi statistic dimana hipotesis dalam penelitian ini akan diuji secara kuantitatif dengan menggunakan uji statistik. Studi ini berusaha untuk menangkap karakteristik populasi dengan membuat kesimpulan dari karakteristik sampel. Generalisasi tentang temuan penelitian disajikan berdasarkan representasi sampel dan validitas desain.

7. Lingkungan Riset

Penelitian ini tergolong sebagai kondisi lapangan, dimana subjek dan objek penelitian berada dalam lingkungan aktual. Data-data yang diperoleh secara langsung berasal dari responden Janji Jiwa Wilayah Bekasi .

8. Berdasarkan Persepsi Partisipan

Hasil kesimpulan dari penelitian ini bergantung pada jawaban-jawaban yang diberikan oleh subyek penelitian. Dimana persepsi subyek penelitian dapat mempengaruhi hasil penelitian. Persepsi yang baik adalah persepsi yang nyata dan tidak terdapat penyimpangan dari situasi sehari-hari.

Hak cipta dimiliki IBIKKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie) dan dilindungi Undang-Undang. 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. Variabel Penelitian

Tujuan definisi operasional dalam penelitian pada dasarnya untuk memberikan pemahaman dan pengukuran terhadap konsep. Definisi operasional akan selalu menjadi definisi yang akan digunakan untuk mengembangkan hubungan-hubungan yang dikemukakan dalam hipotesis dan teori.

1. Variabel Penelitian

Variabel Penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah Suasana Toko Janji Jiwa di Wilayah Bekasi , promosi Janji Jiwa di Wilayah Bekasi , harga Janji Jiwa di Wilayah Bekasi , kepuasan pelanggan Janji Jiwa di Wilayah Bekasi .

2. Skala yang Digunakan dan Definisi Operasional Variabel

Skala yang digunakan adalah Skala Likert. Menurut Cooper dan Schindler (2014:278) skala likert merupakan variasi skala rating yang sering digunakan, skala rating akhir terdiri dari pernyataan yang menyatakan sikap menyenangkan atas objek yang diamati. Partisipan diminta untuk menyetujui atau tidak menyetujui setiap pernyataan. Setiap tanggapan diberi skor numerik yang mencerminkan tingkat kesukaan dan skor-skor ini dapat dijumlah untuk mengukur sikap partisipan secara keseluruhan.

Tabel 3.1

Tabel Skala Likert

Skala Peringkat	Bobot
Sangat tidak Setuju	1
Tidak setuju	2
Cukup Setuju	3
Setuju	4
Sangan setuju	5

1. Hak cipta milik IBIKKG (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 mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.



Variabel yang digunakan dalam penelitian adalah variabel dependen dan variabel independen. Variabel independen adalah variabel yang mempengaruhi atau yang menjadi sebab perubahannya atau timbulnya variabel dependen (terikat). Variabel dependen adalah variabel yang dipengaruhi atau akibat, karena adanya variabel bebas. Variabel Independen (yang mempengaruhi) dalam penelitian ini adalah harga, promosi, suasana toko. Sedangkan variabel dependen (yang dipengaruhi) adalah kepuasan pelanggan. Kedua variabel tersebut dapat diuraikan sebagai berikut :

a. Variabel Independent

(1) Suasana toko adalah suatu karakteristik fisik dan sangat penting bagi setiap bisnis ritel, hal ini berperan sebagai penciptaan suasana yang nyaman untuk konsumen.

Tabel 3.2

Dimensi dan Indikator Suasana toko

Variabel	Dimensi	Indikator	Skala
Suasana Toko diadaptasi dari Kotler dalam Meldarianda dan Lisan (2010)	Suasana dalam toko	1. internal layout dari toko Janji Jiwa enak untuk di lihat	Interval
		2. alunan lagu yang di putar dalam toko janji jiwa enak untuk di dengar	Interval
		3. wewangian di toko janji jiwa enak untuk di hirup atau di cium	Interval
	Suasana di luar toko Lalu lintas	1. papan nama dari toko janji jiwa mudah di lihat	Interval
		2. bentuk luar dari bangunan toko janji jiwa sangat menarik	Interval

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mengemukakan 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

(2) Promosi adalah kegiatan yang penting untuk mengkomunikasikan keberadaan produk, keunggulan produk dan membujuk pelanggan untuk membelinya.

Tabel 3.3
Dimensi dan Indikator Promosi

Variabel	Dimensi	Indikator	Skala
Promosi diadaptasi dari Kotler & Armstrong (2014)	Iklan (advertising)	1. Promosi yang ditawarkan oleh janji jiwa sesuai dengan yang disampaikan	Interval
		2. iklan Janji Jiwa sering muncul di sosial media	interval
	Promosi Penjualan (Sales Promotion)	1. Toko Janji jiwa sering menawarkan potongan harga sehingga anda berminat untuk membeli	Interval
		2. Toko Janji jiwa sering memberikan cashback sehingga anda berminat untuk membeli	interval
Pemasaran Langsung (Direct Marketing)	1. Toko Janji Jiwa sering memberikan pesan singkat mengenai promosi penjualan terkini	Interval	





(3) Harga adalah suatu nilai atau besaran yang harus di bayarkan untuk nilai suatu produk

Tabel 3.4

Dimensi dan Indikator Harga

Variabel	Dimensi	Indikator	Skala
Harga diadaptasi dari Kotler & Armstrong (2014)	Keterjangkauan harga	1.Harga yang di berikan dapat di jangkau oleh anda	Interval
	Kesesuaian harga dengan kualitas produk	2.Harga yang di berikan sesuai dengan kualitas produk yang di berikan	Interval
	Kesesuaian harga dengan manfaat	3.Harga yang di berikan janji jiwa sesuai dengan manfaat yang di dapatkan	Interval
	Harga sesuai dengan daya saing harga	4.Janji jiwa memberikan harga yang bisa bersaing dengan pesaing	Interval
		5. Janji jiwa memberikan harga yang relatif sama dengan pesaing	interval

b. Variabel Dependent

(4) Kepuasan Pelanggan adalah perbandingan antara harapan sebelum pembelian tergantung pada kinerja produk. Bila kinerja produk baik dan bermanfaat bagi konsumen maka akan memberikan kepuasan tersendiri bagi pelanggan atau pengguna.



Tabel 3.5

Dimensi dan Indikator Kepuasan Pelanggan

Variabel	Dimensi	Indikator	Skala
Kepuasan Pelanggan diadaptasi dari Kotler & Keller (2016) dan Tjiptono dalam Slamet & Anlawi (2015)	Loyal	1. Anda ingin mengkonsumsi lagi produk Kopi dari toko Janji Jiwa.	Interval
	Rekomendasi Produk	1. Anda akan merekomendasikan produk Janji Jiwa kepada teman dan keluarga.	Interval
	Produk atau Layanan	1. Anda puas dengan Merek Janji Jiwa yang mengerti keinginan konsumen	Interval
	Promosi	1. Anda puas dengan promosi yang ditawarkan oleh Janji Jiwa karena sesuai dengan kenyataan	Interval
	Harga	1. Anda puas dengan harga yang di berikan	Interval

D. Teknik Pengumpulan Data

Pengumpulan data dalam penelitian ini menggunakan metode survey. Data yang dipelajari diambil dalam populasi, sehingga ditemukan kejadian-kejadian yang berhubungan antara variabel secara sosiologis. Pendekatan yang dilakukan penulis adalah survey yang dikelola dengan menggunakan kuesioner. Kuesioner merupakan teknik pengumpulan data dengan cara memberi beberapa pertanyaan tertulis pada responden yang untuk dijawab. Kuesioner diberikan kepada responden yang pernah Mengkonsumsi produk Janji Jiwa di Wilayah



Bekasi. Pertanyaan yang diajukan adalah pertanyaan tertutup, dengan harapan yang diperoleh informasi mengenai Suasana Toko, Promosi, Harga dan Kepuasan Pelanggan

Janji Jiwa di Wilayah Bekasi .

E. Teknik Pengambilan Sampel

1. Penentuan Populasi

Populasi yang dipilih dalam penelitian ini adalah pengunjung di Janji Jiwa di Wilayah Bekasi.

2. Penentuan Sampel

Sampel adalah sebagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi tersebut, ataupun bagian kecil dari anggota populasi yang diambil menurut prosedur tertentu sehingga dapat mewakili populasinya. Peneliti akan menggunakan metode Non Probability

Sampling yaitu teknik pengumpulan sampel yang tidak memberi peluang atau kesempatan yang sama bagi setiap unsur atau anggota populasi untuk dipilih menjadi sampel. Hal ini dikarenakan tidak diketahui secara pasti berapa jumlah pemakai produk Janji Jiwa di Bekasi Barat. Sedangkan cara pengambilan sampel yang digunakan adalah dengan Judgment Sampling (Purposive Sampling) yaitu teknik pengambilan sampel yang dilakukan berdasarkan karakteristik yang ditetapkan terhadap elemen populasi target yang disesuaikan dengan tujuan atau masalah penelitian. Dalam penelitian ini syarat responden yang dipilih adalah responden yang pernah berbelanja atau membeli produk Janji Jiwa .

Jumlah responden yang diambil adalah 100 responden pemakai produk dari Janji Jiwa

F. Teknik Analisis Data

Setelah semua kuesioner selesai diisi dan terkumpul, maka langkah berikutnya adalah pengolahan data yang bersumber dari kuesioner. Data dari kuesioner merupakan data mentah yang harus diolah lebih lanjut agar menjadi informasi yang berguna bagi penelitian. Untuk menganalisis data dan mengukur seberapa besar Pengaruh Suasana

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.



Toko, Promosi, Harga terhadap Kepuasan Pelanggan Janji Jiwa di Wilayah Bekasi , penulis menggunakan program SPSS 20.0 untuk mengolah data yang telah diperoleh

melalui kuesioner. Teknik analisis data yang digunakan oleh penulis untuk mempermudah proses pengolahan data, antara lain:

1. Uji Validitas

Menurut Husein Umar (2019:63), uji validitas digunakan untuk mengetahui apakah ada pertanyaan atau pernyataan pada kuesioner yang harus dihapus atau diganti karena tidak mengukur yang hendak diukur. Jadi validitas ingin mengukur apakah pertanyaan atau pernyataan dalam kuesioner yang sudah dibuat benar-benar dapat mengukur apa yang hendak diukur. Dalam pengambilan kepuasan uji validitas ini, peneliti membandingkan hasil perhitungan Pearson Product Moment dengan $n = 100$, $\alpha = 5\%$). Rumus korelasi product moment 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

X = skor tiap pertanyaan

Y = skor total

n = jumlah responden

Kriteria utama untuk pengambilan keputusan adalah :

a. $r\text{-hitung} > r\text{-tabel}$, maka pertanyaan yang diteliti dapat dianggap valid

b. $r\text{-hitung} < r\text{-tabel}$, maka pertanyaan yang diteliti dapat dianggap tidak valid

2. Uji Reliabilitas

Menurut Ghazali (2018:44), reliabilitas adalah alat untuk mengukur suatu kuesioner yang merupakan indikator dari variabel atau konstruk. Suatu kuesioner dikatakan reliable atau



handal jika jawaban seseorang terhadap pertanyaan adalah konsisten atau stabil dari waktu ke waktu. Uji reliabilitas dilakukan untuk mengetahui bagaimana kuatnya korelasi butir-butir dalam kuesioner.

Menurut Husein Umar (2019:68), uji reliabilitas berguna untuk menetapkan apakah instrumen kuesioner dinyatakan reliabel, yaitu dapat digunakan secara konsisten. Jika suatu variabel memiliki nilai $> 0,7$, maka instrumen dinyatakan reliabel. Uji reliabilitas dapat menggunakan rumus Cronbach's Alpha sebagai berikut:

$$r_{11} = \left(\frac{k}{k-1} \right) \left(1 - \frac{\sum \sigma b^2}{\sigma t^2} \right)$$

Keterangan:

r_{11} = reliabilitas instrumen

k = banyak butir pertanyaan

σt^2 = varian total

$\sum \sigma b^2$ = jumlah varians butir

3. Analisis Deskriptif

a. Rata – rata (Mean)

Rata-rata adalah sejumlah nilai yang dibagi dengan total dari jumlah pengamatan. Rumus rata-rata adalah sebagai berikut :

$$\bar{X} = \frac{\sum f_i \cdot x_i}{n}$$

Keterangan :

\bar{x} = Skor rata-rata

f_i = Frekuensi pemilihan nilai

x_i = Data



n = Jumlah responden

b. Rentang Skala

Rumus yang digunakan :

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

Keterangan :

R_s = Rentang skala penelitian

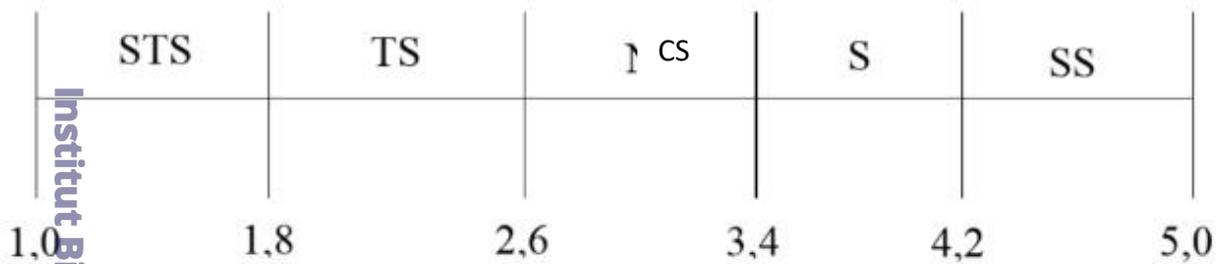
m = banyaknya kategori

Dimana skor terbesar adalah 5 dan skor terkecil adalah 1, sehingga dapat ditentukan rentang skalanya sebagai berikut :

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

Gambar 3.1

Rentang Skala



c. Selang Kepercayaan

$$\bar{x} \pm z^* \frac{\sigma}{\sqrt{n}}$$

Keterangan :

\bar{x} = rata-rata sample

Hak Cipta dilindungi Undang-undang. 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



σ = Standard Deviasi populasi

n= jumlah sample

Z* = nilai distribusi – z yang di dapatkan dari tingkat kepercayaan tertentu

4. Uji Asumsi Klasik

a. Uji Normalitas

Menurut Ghozali (2018:53), tujuan dari uji normalitas adalah untuk mengetahui apakah distribusi sebuah data mengikuti atau mendekati distribusi normal. Distribusi normal yang dimaksud adalah distribusi sebuah data dengan bentuk lonceng (bell shaped). Data yang baik adalah data yang mempunyai pola seperti distribusi normal, yakni tidak berat ke kiri ataupun ke kanan. Uji normalitas yang dilakukan di dalam penelitian ini adalah menggunakan uji statistik non-parametrik Kolmogorov-Smirnov (K-S) yang dinyatakan dalam Asymp.Sig (2-tailed) dengan keterangan :

- (1) H_0 : Data residual berdistribusi normal
- (2) H_a : Data residual tidak berdistribusi normal

Jika probabilitas $\leq 0,05$, maka H_0 ditolak

Jika probabilitas $\geq 0,05$, maka H_0 tidak ditolak

b. Uji Multikolinieritas

Menurut Ghozali (2018:102), uji multikolinieritas bertujuan untuk menguji apakah model regresi ditemukan adanya korelasi antara variabel bebas. Jika variabel independen saling berkorelasi, maka variabel-variabel ini tidak ortogonal. Variabel ortogonal adalah variabel independen yang nilai korelasi antar sesama variabel independen sama dengan nol. Pertimbangan utama untuk pengambilan keputusan adalah:

- (1) Jika nilai VIF < 10 , maka tidak terjadi multikolinieritas
- (2) Jika nilai VIF > 10 , maka akan terjadi multikolinieritas



c. Uji Heteroskedastisitas

Menurut Ghozali (2018:133), uji heteroskedastisitas adalah salah satu bagian dari uji asumsi klasik dalam model regresi. Uji Heteroskedastisitas bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi terjadi ketidaksamaan varian dari residual satu pengamatan ke pengamatan yang lain. Jika varian residual dari satu pengamatan ke pengamatan lain tetap, maka disebut homokedastisitas dan jika berbeda disebut heterokedastisitas. Kriteria utama untuk mengukur heteroskedastisitas adalah :

- (1) Jika nilai sig > 5%, maka tidak terjadinya heteroskedastisitas
- (2) Jika nilai sig < 5%, maka terjadinya heteroskedastisitas

Ada beberapa cara untuk mendeteksi ada atau tidaknya heteroskedastisitas, yaitu menggunakan Uji Glejser, Uji Park, Uji Whitre dan Uji Heteroskedastisitas dengan melihat grafik scatter plot pada output yang ditampilkan pada SPSS. Dalam penelitian ini, uji heteroskedastisitas menggunakan Glejser. Ada beberapa cara yang digunakan untuk mendeteksi ada atau tidaknya gejala heteroskedastisitas, yaitu :

- (1) Dengan melihat grafik Scatter plot antara nilai pediksi variabel dependen yaitu ZPRED dengan residualnya SRESID. Dikatakan tidak terjadi heteroskedastisitas jika pola yang ditampilkan pada output SPSS tidak memiliki pola yang jelas.
- (2) Titik tidak mengumpul hanya di bagian atas atau bawah saja
- (3) Titik tidak menyebar di atas dan dibawah angka 0 pada sumbu Y

5. Analisis Regresi

Menurut Ghozali, analisis regresi digunakan untuk mengukur kekuatan hubungan antara dua variabel atau lebih, dan untuk menunjukkan arah hubungan antara variabel dependen dengan variabel independen.

$$Y = \beta_0 + \beta_1X_1 + \beta_2X_2 + \beta_3X_3 + \epsilon$$



Keterangan :

Y = Loyalitas konsumen

β_0 = Konstanta

β_1 = Koefisiensi regresi variabel X1

β_2 = Koefisiensi regresi variabel X2

β_3 = Koefisiensi regresi variabel X3

X1 = Kualitas Produk

X2 = Promosi

X3 = Tempat

ϵ = Error

a. Uji Koefisien Determinasi (R²)

Menurut Ghozali (2018:98), koefisien determinasi (R²) pada dasarnya digunakan untuk mengukur seberapa jauh kemampuan model dalam menerangkan variasi variabel dependen. Nilai dari koefisien determinasi selalu positif karena merupakan rasio dari jumlah kuadrat, antara 0 dan 1.

- 1) R² = 0, artinya variabel independen (X) tidak memiliki kemampuan untuk menjelaskan variabel dependen (Y).
- 2) R² = 1, artinya variabel independen (X) secara sepenuhnya memiliki kemampuan untuk menjelaskan variabel dependen (Y)

b. Uji Keberartian Model (Uji Statistik F)

Menurut Gohzali (2018:99), uji F pada dasarnya dilakukan untuk menunjukkan apakah semua variabel bebas atau independen memiliki pengaruh terhadap variabel terkait atau dependen. Uji F digunakan untuk melihat signifikansi model regresi, apakah model regresi layak digunakan, dengan hipotesis sebagai berikut:

H0 : $\beta_1 = \beta_2 = 0$

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber.
 2. Dilarang menggunakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.

Hak Cipta Dilindungi Undang-undang
 Insitut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie



Ha : Tidak semua

Kriteria utama untuk mengambil keputusan adalah :

- 1) Jika nilai Sig F > 0,05, maka tidak tolak H₀ artinya model regresi tersebut tidak dapat digunakan
- 2) Jika nilai Sig F < 0,05, maka tolak H₀ artinya model regresi tersebut dapat digunakan

c. Uji Signikansi Koefisien (Uji Statistik t)

Menurut Gohzali (2018:97), uji t pada dasarnya dilakukan untuk menunjukkan seberapa jauh pengaruh suatu variabel bebas atau independen secara individual dalam menerangkan variasi variabel dependennya. Hipotesis yang digunakan, yaitu :

$$H_0 : \beta_1 = 0$$

$$H_a : \beta_1 > 0$$

Dasar pengambilan keputusan sebagai berikut :

1. Jika nilai Signifikansi (sig) < probabilitas 0,05 maka ada pengaruh variabel bebas (x) terhadap variabel terikat (Y) atau hipotesis di terima.
2. Jika nilai signifikansi (sig) > probabilitas 0,05 maka tidak ada pengaruh variabel bebas (X) terhadap variabel terikat (Y) atau hipotesis ditolak.