

BAB III

METODOLOGI PENELITIAN

©

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

Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

A. Pengantar

Bagian ini peneliti akan menguraikan jenis dan desain penelitian yang dipakai. Peneliti akan membahas mengenai objek penelitian, variabel penelitian, dan berbagai hal yang berkaitan dengan metode yang dipakai saat penelitian dan teknik analisisnya.

B. Disain Penelitian

Menurut Donald R. Cooper dan Pamelas S. Schindler (2006: 172), pendekatan yang digunakan dalam metode penelitian ini bila ditinjau dari berbagai perspektif yang berbeda yaitu :

1. Tingkat perumusan masalah

Penelitian ini termasuk dalam studi formal, karena penelitian dimulai dengan batasan masalah dan hipotesis atau suatu pertanyaan riset yang kemudian melibatkan prosedur dan spesifikasi sumber data yang tepat. Tujuan dari desain riset formal adalah untuk menguji hipotesis atas jawaban atas pertanyaan riset yang diajukan.

2. Metode pengumpulan data

Klasifikasi ini membedakan antara proses pengamatan dan komunikasi. Proses pengamatan meliputi studi dimana periset memeriksa kegiatan subjek atau sifat suatu material tanpa berupaya untuk

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.



mendapatkan tanggapan dari siapapun. dalam studi komunikasi, periset mengajukan pertanyaan kepada subjek dan mengumpulkan tanggapan mereka baik secara pribadi maupun non pribadi. Berdasarkan metode pengumpulan data, penelitian ini menggunakan studi komunikasi dengan cara survei, menyebarkan kuesioner yang berisi daftar pertanyaan kepada responden, dengan mengajukan pertanyaan kepada subjek dan mengumpulkan jawaban-jawaban dari pertanyaan-pertanyaan dalam kuesioner tersebut.

3. Pengendalian variabel-variabel oleh peneliti

Penelitian ini menggunakan desain eksperimental dimana periset berupaya mengontrol atau memanipulasi variabel dalam studi. Desain eksperimental cocok pada saat seseorang berharap untuk menemukan apakah variabel tertentu memberikan dampak pada variabel lain. Eksperimen memberikan dukungan yang sangat kuat untuk hipotesis sebab akibat.

4. Tujuan penelitian

Penelitian ini termasuk dalam studi deskriptif. Penelitian deskriptif berkaitan dengan mencari tahu tentang apa, siapa, di mana, kapan, atau berapa banyak dan digunakan untuk menggambarkan bagaimana penelitian konsumen terhadap PT. Harendong Green Farm.



5. Dimensi waktu

Berdasarkan dimensi waktu, penelitian ini menggunakan studi lintas bagian (*cross section*) yaitu studi dilakukan hanya sekali dan mewakili satu periode tertentu dalam waktu.

6. Ruang lingkup topik bahasan

Penelitian ini merupakan studi statistik yaitu didesain untuk memperluas studi bukan untuk memperdalamnya. Studi tersebut berupaya memperoleh karakteristik populasi dengan membuat kesimpulan dari karakteristik sampel. Hipotesis diuji secara kuantitatif. Kesimpulan mengenai hasil temuan disajikan berdasarkan keterwakilan sampel dan validitas.

7. Lingkungan penelitian

Penelitian ini tergolong sebagai penelitian lapangan karena subjek dan objek penelitian berada dalam lingkungan nyata yang sebenarnya dan adanya(bukan simulasi).

8. Persepsi subyek

Dalam penelitian ini persepsi peserta yang diusahakan adalah persepsi peserta tidak merasakan adanya penyimpangan dari rutinitas sehari-hari sampai peserta merasakan adanya penyimpangan, tetapi tidak terkait dengan periset.

© 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.



C. Objek Penelitian

Pada penelitian ini, obyek penelitiannya adalah pengaruh citra merek dan kualitas produk terhadap loyalitas konsumen. Penelitian ini dilakukan melalui pengisian kuesioner dengan subyek penelitian yaitu para konsumen yang membeli produk PT. Harendong Green Farm. Sehubungan dengan permasalahan penelitian yang telah disampaikan, berikut ini akan dijelaskan mengenai desain penelitian, obyek penelitian, definisi operasional dan pengukuran variabel penelitian, metode pengumpulan data, teknik pengambilan sampel, dan teknik analisis data.

D. Definisi Operasional dan Pengukuran Variabel Penelitian

Variabel-variabel penelitian yang digunakan dalam penelitian ini terdiri dari :

1. Variabel independen

Menurut Uma Sekaran dan Roger Bougie (2009: 72), variabel independen adalah salah satu yang mempengaruhi variabel dependen baik secara positif atau negative. Pada penelitian ini variabel independennya adalah kualitas produk (X1) dan citra merek (X2).

2. Variabel dependen

Menurut Uma Sekaran dan Roger Bougie (2009: 71), variabel dependen adalah variabel yang menjadi perhatian utama peneliti. Tujuan peneliti adalah untuk memahami dan mendeskripsikan variabel dependen. Pada penelitian ini variabel dependennya adalah loyalitas konsumen (Y).

Berikut adalah definisi operasional variabel-variabel.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

© Hak cipta milik IBI KKG (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.

Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie



Tabel 3. 1

Dimensi dan Item Pernyataan Citra Merek

Dimensi dan Item Pernyataan Citra Merek	Indikator	Skala
Atribut tidak berwujud	1. Banten Tea merupakan produk teh organik	Interval
Manfaat bagi pelanggan	1. Banten Tea merupakan produk untuk kesehatan	Interval
Harga relatif	1. Harga Banten Tea sesuai dengan manfaat yang diberikan.	Interval
Gaya hidup	1. Mengonsumsi Banten Tea mencerminkan gaya hidup sehat.	Interval
Pesaing	1. Banten Tea memiliki kualitas yang lebih baik dibanding pesaingnya.	Interval

© Hak cipta dilindungi Undang-Undang
Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie

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



Tabel 3.2

Dimensi dan Item Pernyataan Kualitas Produk

Variabel dan Definisi	Dimensi dan Definisi	Indikator	Skala
Kualitas Produk Kualitas produk merupakan salah satu alat positioning utama pemasar. Menurut Kotler dan Armstrong (2012:230)	Performance	1. Banten Tea memberikan aroma dan rasa yang sesuai dengan harapan konsumen. 2. Banten Tea memberikan kenikmatan kepada konsumen.	Interval
	Features	1. Banten Tea mempunyai keistimewaan sebagai teh organik .	Interval
	Reliability	1. Banten Tea dapat memberikan kenikmatan. 2. Banten Tea bermanfaat bagi kesehatan.	Interval
	Conformance	1. Banten Tea merupakan teh yang nikmat pada saat disajikan 2. Banten Tea merupakan teh yang baik untuk menjaga kesehatan	Interval

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 3.3

Dimensi dan Item Pernyataan Loyalitas Konsumen

Variabel dan Definisi	Dimensi	Indikator	Skala
Kotler Keller (2006 : 57)	Repeat Purchase	1. Pada masa mendatang saya akan membeli Banten Tea kembali.	Interval
	Retention	1. Saya akan tetap membeli Banten Tea.	Interval
	Referalls	1. Saya akan merekomen dasikan Banten Tea kepada teman-teman saya.	Interval

Metode Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini menggunakan teknik komunikasi. Teknik komunikasi menurut Cooper & Schnidler (2006:159), yaitu dengan mengajukan pertanyaan (kuesioner) kepada subjek dan mengumpulkan tanggapan mereka secara pribadi maupun bukan pribadi. Kuesioner merupakan teknik pengumpulan data dengan memberi seperangkat pertanyaan tertulis kepada responden untuk dijawabnya.

Menurut Sugiyono (2009:199), kuesioner adalah teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan cara memberikan seperangkat pertanyaan atau pernyataan tertulis kepada responden untuk dijawab. Tujuan kuesioner adalah untuk memperoleh data berupa responden yang dijadikan informasi untuk penelitian.



F. Teknik Pengambilan Sampel

1. Unsur Sampel

Dalam penelitian ini penulis menetapkan sampel yang akan diambil adalah konsumen Banten Tea di Kelapa Gading

2. Ukuran Sampel

Dalam penelitian ini, jumlah sampel yang akan diambil adalah sebanyak 70 orang yang mengkonsumsi produk Banten Tea.

3. Cara Penentuan Sampel

Teknik sampling yang digunakan adalah non-probability sampling atau yang juga disebut penarikan sampel secara tidak acak. Jenis teknik ini yang digunakan adalah teknik judgement sampling, dimana penentuan sampelnya dilakukan berdasarkan pertimbangan peneliti sehingga peneliti mendapatkan informasi yang dibutuhkan.

G. Teknik Analisis Data

1. Uji Validitas

Menurut Imam Ghozali (2013:52), uji validitas digunakan untuk mengukur sah atau valid tidaknya suatu kuesioner. Suatu kuesioner dikatakan valid jika pertanyaan pada kuesioner mampu untuk mengungkapkan sesuatu yang akan diukur oleh kuesioner tersebut. Dalam

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

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

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.



penelitian ini akan digunakan rumus Korelasi *Pearson Product Moment* sebagai berikut:

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

Sumber : Husein Umar (2008:53), *Desain Penelitian MSDM dan Perilaku Karyawan: Paradigma Positivistik dan Berbasis Pemecahan Masalah*

Keterangan:

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

Untuk penelitian ini, penulis melakukan uji validitas dengan bantuan aplikasi program SPSS, Langkah-langkah untuk mengukur validitas adalah sebagai berikut:

- a. Melakukan uji coba kuesioner dengan meminta 30 responden menjawab pertanyaan-pertanyaan yang ada.
- b. Mempersiapkan tabulasi jawaban.
- c. Selanjutnya dalam memberikan interpretasi terhadap koefisien atau r hitung, dalam Husein Umar (2008:60) menyatakan bahwa suatu item dianggap valid jika nilai corrected item soal correlation berada di atas nilai korelasi tabel. Dilihat dari Tabel korelasi Product Moment untuk n = 30 dan $\alpha = 5\%$ menyatakan bahwa suatu item dianggap valid bila memenuhi syarat minimum r = 0,361. Bila korelasi antara butir dengan skor kurang dari 0,361 maka butir dalam instrumen tersebut dinyatakan tidak valid. Butir yang dinyatakan tidak valid tersebut akan dibuang.



2. Uji Reliabilitas

Reliabilitas menurut Imam Ghozali (2013:47) adalah alat untuk mengukur suatu kuesioner yang merupakan indikator dari variabel atau konstruk. Suatu kuesioner dikatakan reliabel atau handal jika jawaban seseorang terhadap pernyataan adalah konsisten atau stabil dari waktu ke waktu. Uji reliabilitas dapat menggunakan *Cronbach's Alpha*, dengan rumus berikut:

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

Sumber: Husein Umar (2008:53), *Desain Penelitian MSDM dan Perilaku Karyawan*:

Paradigma Positivistik dan Berbasis Pemecahan Masalah.

Dimana:

r_{11} = Reliabilitas instrumen

k = Banyak butir pertanyaan

σ_t^2 = Varians total

σ_b^2 = Jumlah varians butir

Setelah melakukan pengumpulan data melalui kuesioner, maka penulis mengolah data tersebut untuk dianalisis agar menjadi informasi yang berguna untuk menjawab pertanyaan masalah yang ada. Adapun teknik analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah:



a. Rentang skala

Alat analisis yang digunakan dalam penelitian ini adalah skala nilai dengan metode skala likert. Skala Likert digunakan untuk mengukur sikap, pendapat, dan persepsi seseorang atau sekelompok orang. Menurut Cooper dan Schindler (2006:40) skala likert merupakan variasi skala rating akhir yang paling sering digunakan. Skala rating terdiri dari pertanyaan yang menyatakan sikap menyenangkan maupun tidak menyenangkan atas objek yang diamati. Skala ini menghasilkan data interval. Oleh karena itu, sehubungan dengan penelitian ini skala Likert diperlakukan sebagai skala interval.

Skala Likert menurut Sugiyono (2009:132), skala Likert digunakan untuk mengukur sikap, pendapat, dan persepsi seseorang atau sekelompok orang tentang fenomena sosial. Dalam penelitian, fenomena sosial ini telah ditetapkan secara spesifik oleh peneliti, yang selanjutnya disebut sebagai variabel penelitian. Dengan skala Likert, maka variabel yang akan diukur dijabarkan menjadi indikator variabel. Kemudian indikator tersebut dijadikan sebagai titik tolak untuk menyusun item-item instrumen yang dapat berupa pertanyaan atau pernyataan.

Skala yang digunakan terdiri dari angka yang dimulai dari angka 1 sampai dengan angka 5, dimana angka 1 menunjukkan nilai terendah dan angka 5 menunjukkan nilai tertinggi. Skor nilai yang diberikan untuk setiap jawaban dalam kuesioner adalah sebagai berikut:

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

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.

Untuk mencari rata-rata nilai dengan cara nilai total responden dibagi dengan jumlah responden.

$$\text{Rata-rata nilai} = \frac{\sum Xi.fi}{n}$$

Dimana:

Xi = Bobot nilai

fi = Frekuensi

$\sum Xi.fi$ = Nilai total responden

n = Jumlah total responden

Untuk menghitung nilai dari rata-rata nilai responde, membentuk kelas dari range tersebut, dan mengetahui pertanyaan-pertanyaan tersebut berdasarkan kelasnya masing-masing.

$$\text{Range} = \frac{m-n}{b}$$

Dimana:

m = Nilai tertinggi

n = Nilai terendah

b = Jumlah kelas

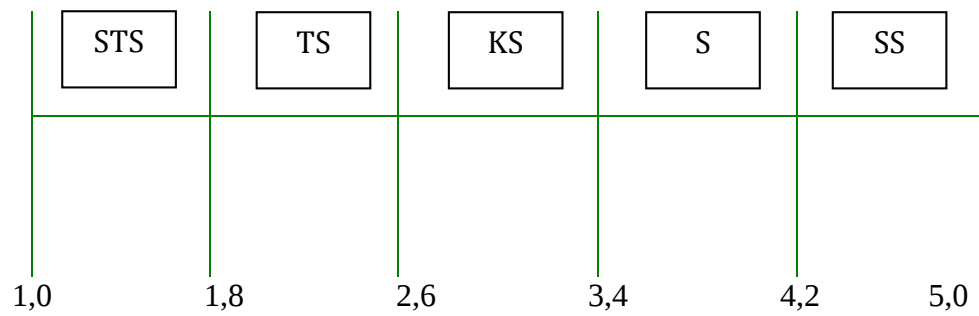
Jadi karena nilai terbesar = 5, dan terendah = 1, dan jumlah kelas atau kategori ada 5, maka dapat ditentukan rentang skalanya sebagai berikut:

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

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.



Setelah interval diketahui maka dibuat rentang skala sehingga dapat diketahui letak rata-rata penilaian responden. Rentang skala tersebut adalah:



Gambar 3.1

Interpretasi angka-angka yang tercantum di atas adalah sebagai berikut:

1,00 - 1,80 = Sangat Tidak Setuju (STS)

1,81 - 2,60 = Tidak Setuju (TS)

2,61 - 3,40 = Kurang Setuju (KS)

3,41 - 4,20 = Setuju (S)

4,21 - 5,00 = Sangat Setuju (SS)

Pengaruh Variabel-Variabel *Independent* Terhadap Variabel *Dependent* Dalam Penelitian Ini Dianalisis Dengan Menggunakan Program Komputer *Microsoft Excel* dan *Software SPSS*

Model persamaan dari penelitian ini menggunakan analisis regresi berganda. Analisis regresi berganda merupakan analisis yang umum digunakan dalam menganalisis hubungan dan pengaruh satu variabel terikat dengan dua atau lebih variabel bebas.

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.

Model persamaan penelitian ini:

$$LK = \beta_0 + \beta_1 BI + \beta_2 PQ$$

Dimana:

LK = Loyalitas Konsumen

BI = *Brand Image*

PQ = *Product Quality*

c) Koefisien Determinasi (R^2)

Menurut Imam Ghozali (2013:97) koefisien determinasi ini digunakan untuk mengukur seberapa jauh kemampuan model dalam menerangkan variasi variabel dependen. Nilai koefisien determinasi adalah antara 0 dan 100% nilai R^2 yang kecil berarti kemampuan variabel-variabel independen dalam menjelaskan variasi 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 determinasi berada dalam selang $0\% \leq R^2 \leq 100\%$, dimana:

- a) $R^2 = 0$, berarti variabel independen (X) tidak memiliki kemampuan untuk menjelaskan variabel dependen (Y).
- b) $R^2 = 1$, berarti variabel independen (X) secara sepenuhnya mampu menjelaskan variabel dependen (Y).

© Hak cipta dilindungi Undang-Undang
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 mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.



2) Uji Keberartian Model (Uji F)

C Uji F ini dilakukan untuk mengetahui apakah semua variabel independen yang dimasukkan dalam model mempunyai pengaruh secara bersama-sama terhadap variabel independen (Imam Ghozali, 2013:98). Pada uji F dapat dilihat signifikansi model regresi, apakah model regresi penelitian tersebut layak atau tidak untuk digunakan. Dalam analisisnya menggunakan hipotesis statistik sebagai berikut:

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

$$H_a : \text{Paling sedikit ada satu } \beta_i \neq 0$$

Dasar pengambilan keputusan adalah sebagai berikut:

a) Dari tabel ANOVA diperoleh nilai F hitung dan sig. F untuk model Regresi.

b) Bandingkan nilai sig. F dengan $\alpha = 0,05$

(1) Jika nilai Sig. $\leq 0,05$ atau F hitung $\geq$ F tabel maka tolak H_0 , yang berarti model regresi tersebut dapat digunakan untuk memprediksi Y.

(2) Jika nilai Sig. $> 0,05$ atau F hitung $<$ F tabel maka tidak tolak H_0 , yang berarti model regresi tersebut tidak dapat digunakan untuk memprediksi Y.

3) Uji Signifikansi Koefisien (Uji t)

Uji t digunakan untuk menunjukkan seberapa jauh pengaruh suatu variabel independen secara individual dalam menerangkan variabel dependen (Imam Ghozali, 2013:98). Hipotesis statistik dari penelitian ini adalah sebagai berikut:

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.



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

C $H_a : \beta_1 \neq 0 ; \beta_2 > 0$

Dasar pengambilan keputusan adalah sebagai berikut:

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

4. Uji Asumsi Klasik

1) Uji Normalitas Residual

Menurut Ghazali (2013:160), uji normalitas bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi, variabel pengganggu atau residual memiliki distribusi normal. Model regresi yang baik adalah model yang memiliki residual yang berdistribusi normal. Salah satu cara untuk mendeteksi apakah residual berdistribusi normal atau tidak adalah dengan uji statistik non-parametrik Kolmogorov-Smirnov (K-S) dengan bantuan aplikasi SPSS. Uji tersebut dilakukan dengan membuat hipotesis:

H_0 : Data residual berdistribusi normal

H_a : Data residual tidak berdistribusi normal

Dasar pengambilan keputusan untuk uji normalitas:

- a) Tolak H_0 bila probabilitas $< 0,05$ maka data residual berdistribusi tidak normal.
- b) Tidak tolak H_0 bila probabilitas $\geq 0,05$ maka data residual berdistribusi normal.



2) Uji Multikolinieritas

Uji multikolinieritas berguna untuk mengetahui apakah pada model regresi ditemukan adanya korelasi antar variabel independen (Ghozali, 2013: 105). Model regresi yang baik seharusnya tidak terjadi korelasi diantara variabel independen. Jika terjadi korelasi maka terdapat masalah multikolinieritas yang harus diatasi. Untuk mendeteksinya dilakukan uji regresi dengan SPSS dengan cara melihat nilai *tolerance* atau *Variance Inflation Factor* (VIF). Syarat untuk bebas multikolinieritas adalah nilai *tolerance* mendekati 1 atau $VIF \leq 10$.

Dasar pengambilan keputusan:

- a) Jika nilai *tolerance* $\geq 0,10$ atau $VIF < 10$, maka tidak terdapat multikolinieritas.
- b) Jika nilai *tolerance* $< 0,10$ atau $VIF \geq 10$, maka terdapat multikolinieritas.

3) Uji Heteroskedastisitas

Heteroskedastisitas terjadi jika ada ketidaksamaan varians dari satu pengamatan ke pengamatan yang lain. Jika varians residual dari 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 Korelasi Glejser.

Menurut Ghozali (2013:139) Uji heteroskedastisitas bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi terjadi ketidaksamaan varians dari residual satu pengamatan ke pengamatan yang lain. Jika varians dari residual satu pengamatan ke pengamatan lain tetap, maka disebut homoskedastisitas



dan jika berbeda disebut heteroskedastisitas. Model regresi yang baik

seharusnya homoskedastisitas atau tidak terjadi heteroskedastisitas.

Hipotesis:

$H_0 : \rho = 0$ (tidak terjadi heteroskedastisitas)

$H_a : \rho \neq 0$ (terjadi heteroskedastisitas)

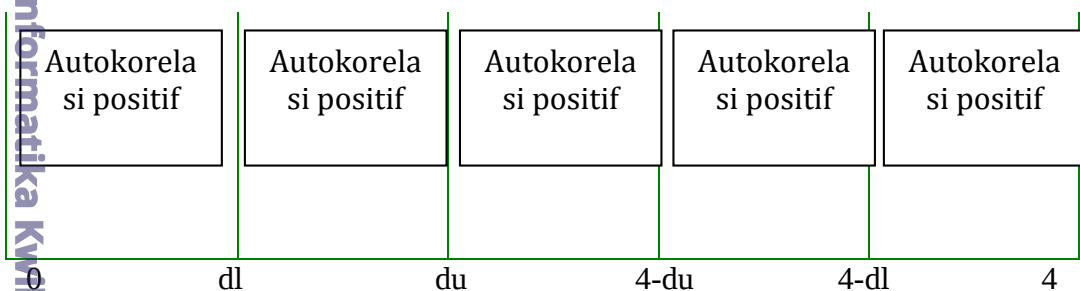
Dasar pengambilan keputusan:

- Terima H_0 bila probabilitas $\geq 0,05$
- Tolak H_0 bila probabilitas $< 0,05$.

4) Uji Autokorelasi

Uji autokorelasi menurut Ghozali (2013:110) berguna untuk mengetahui apakah dalam sebuah model regresi linear terdapat hubungan yang kuat baik positif maupun negatif 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 yaitu dengan cara menghitung batas atas dan batas bawah, kemudian melihat angka yang ada pada Durbin Watson, seperti pada gambar berikut ini:

Gambar 3.2





Keterangan:

d_l = Batas bawah

d_u = Batas atas

Hipotesis yang akan diuji adalah:

H_0 : tidak ada autokorelasi ($r = 0$)

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

Pengambilan keputusan ada tidaknya autokorelasi adalah sebagai berikut

Hipotesis nol	Keputusan	Jika
Tidak ada autokorelasi positif	Tolak	$0 < d < d_l$
Tidak ada autokorelasi positif	Tidak ada keputusan	$d_l \leq d \leq d_u$
Tidak ada autokorelasi negative	Tolak	$4 - d_l < d < 4$
Tidak ada autokorelasi negative	Tidak ada keputusan	$4 - d_u \leq d \leq 4 - d_l$
Tidak ada autokorelasi positif atau negative	Tidak tolak	$Du < d < 4 - du$

Sumber : Imam Ghazali (2013:100), *Aplikasi Analisis Multivariate* dengan program SPSS

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

Copyright © 2019 Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie

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