KWIK KIAN GIE
SCHOOL OF BUSINESS
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.
© Hak cipta milik IBI KKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)
Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian

BAB III

METODE PENELITIAN

Dalam BAB III dijelaskan mengenai objek penelitian, desain penelitian, variabel penelitian, teknik pengambilan sampel, teknik pengumpulan sampel, dan teknik analisis data.

A. Objek Penelitian

Dalam penelitian ini, objek penelitiannya adalah *skincare* COSRX. Yang menjadi subjek dalam penelitian ini adalah masyarakat yang pernah melakukan pembelian terhadap *skincare* COSRX.

B. Desain Penelitian

Menurut Donald & Schindler (2017:146), desain penelitian adalah perencanaan berdasarkan aktivitas, waktu, dan pertanyaan penelitian serta petunjuk untuk memilih informasi dan kerangka kerja untuk menjelaskan hubungan antara variabel. Desain penelitian yang digunakan dalam penelitian ini merupakan metode kuantitatif. Menurut Donald & Schindler (2017:173), penelitian kuantitatif berguna untuk mengukur sesuatu dengan tepat dan digunakan untuk mengukur sesuatu dengan tepat serta digunakan untuk mengukur perilaku pelanggan, pengetahuan, opini, maupun sikap. Terdapat 7 klarifikasi desain penelitian,

yaitu :

1. Derajat Kristalisasi Pertanyaan Riset

   Penelitian ini menggunakan studi formal yang dimulai dengan suatu hipotesis yang kemudian melibatkan prosedur dan spesifikasi sumber data yang tepat. Tujuan dari

penelitian formal ini adalah untuk menguji hipotesis atau jawaban atas pertanyaan yang ada di dalam batasan masalah penelitian.

2. Metode Pengumpulan Data

Penelitian ini menggunakan cara menyebarkan kuesioner berbentuk *google form* kepada para responden yang berkaitan dengan variabel-variabel dalam penelitian yakni iklan, *brand ambassador*, dan keputusan pembelian terhadap konsumen *skincare* COSRX.

3. Pengontrolan Variabel oleh Peneliti

Penelitian ini menggunakan desain laporan sesudah fakta. Hal ini karena peneliti tidak dapat mengontrol variabel-variabel yang diteliti dan peneliti tidak dapat memanipulasi apa yang telah dan sedang terjadi.

4. Tujuan Penelitian

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh antara variabel bebas dan variabel terikat. Maka metode yang diterapkan dalam penelitian ini adalah metode sebab akibat.

5. Dimensi Waktu

Dimensi waktu dalam penelitian ini adalah *cross-section* karena dilakukan hanya sekali dalam periode tertentu.

6. Cakupan Topik

Penelitian ini menggunakan studi desain statistik karena bertujuan untuk memperluas studi bukan untuk memperdalamnya. Penelitian ini bertujuan untuk memperoleh karakteristik populasi dengan meneliti sampel untuk mewakili populasi tersebut.

KWIK KIAN GIE SCHOOL OF BUSINESS
© Hak cipta milik IBI KKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)
Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian
Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang
1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.
b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.

7. Lingkungan Penelitian

Penelitian ini termasuk lingkungan aktual (kondisi lapangan) karena datanya didapatkan langsung di lapangan yaitu dengan cara menyebarkan kuesioner (*google form*).

C. Variabel Penelitian

Berdasarkan batasan masalah, terdapat tiga variabel yang akan diteliti. Ketiga variabel itu terdiri dari variabel bebas yakni iklan dan *brand ambassador* serta variabel terikat yaitu keputusan pembelian.

1. Iklan sebagai Variabel Bebas (*independent variable*)

Iklan merupakan bentuk media promosi dari perusahaan untuk memperkenalkan produknya kepada konsumen. Menurut Sudaryono (2016), terdapat beberapa pengukuran dalam periklanan yang dapat dilihat pada Tabel 3.1.

Tabel 3.1

Variabel Iklan

Variabel	Pengukur	Butir Pernyataan	Skala
Iklan (menurut Sudaryono (2016))	Informasi yang disampaikan jelas	- Informasi yang terdapat dalam iklan COSRX mudah ditemukan - Informasi yang terdapat dalam iklan	Interval

KWIK KIAN GIE SCHOOL OF BUSINESS
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.
© Hak cipta milik IBIKKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)
Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian

		COSRX mudah dimengerti	
	Desain media yang menarik	- Tampilan desain pada iklan COSRX menarik perhatian saya - Pesan yang ditampilkan dalam iklan COSRX dapat menarik perhatian saya	Interval
	Pesan yang terkandung dapat dipercaya	Saya percaya pada informasi yang terdapat pada iklan COSRX	Interval

Sumber : Sudaryono (2016)

2. ***Brand ambassador* sebagai Variabel Bebas (*independent variable*)**

Menurut Lea-Greenwood (2012), *brand ambassador* merupakan alat yang dipakai perusahaan untuk menarik perhatian konsumen sehingga konsumen membeli produk tersebut. *Brand ambassador* memiliki 5 pengukuran yang dapat dilihat pada Tabel 3.2.

KWIK KIAN GIE SCHOOL OF BUSINESS
© 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.
Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian

Tabel 3.2

Variabel *Brand ambassador*

Variabel	Indikator	Butir Pertanyaan	Skala
Brand ambassador (menurut Lea-Greenwood (2012 : 157)	*Transference*	Kim Soo Hyun merupakan aktor populer yang dikenal masyarakat	Interval
	Congruence	Menurut saya, profesi Kim Soo Hyun sesuai untuk menjadi *brand ambassador* COSRX	Interval
	Kredibilitas	Kim Soo Hyun merupakan sosok yang dapat memberikan informasi terpercaya terkait *skincare* COSRX	Interval
	Daya Tarik	Kim Soo Hyun memiliki nilai positif di mata masyarakat	Interval
	Power	- Kim Soo Hyun dapat mempengaruhi saya untuk membeli produk COSRX	Interval

KWIK KIAN GIE SCHOOL OF BUSINESS
© Hak cipta milik IBI KKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)
Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian
Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang
1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.
b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.

		- Kim Soo Hyun memiliki kekuatan lebih pada promosi *skincare* COSRX	

Sumber : Lea-Greenwood (2012:157)

3. Keputusan Pembelian sebagai Variabel Terikat (*dependent variable*)

Keputusan pembelian merupakan keputusan yang diambil konsumen ketika tertarik akan sebuah produk, apakah ia ingin membelinya atau tidak. Keputusan pembelian dapat dipengaruhi oleh beberapa faktor seperti harga, lokasi, manfaat, iklan, dan lain-lain. Terdapat beberapa pengukur dalam pengambilan keputusan pembelian menurut Kotler & Keller (2016:117) yang dapat dilihat pada Tabel 3.3.

Tabel 3.3

Variabel Keputusan Pembelian

Variabel	Indikator	Butir Pernyataan	Skala
Keputusan Pembelian (menurut Kotler & Keller 2016)	Pemilihan produk	Saya menggunakan uang saya untuk membeli produk *skincare*	Interval

KWIK KIAN GIE SCHOOL OF BUSINESS
© Hak cipta milik IBI KKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)
Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian
Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang
1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.
b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.

	Pemilihan merek	Saya memilih produk COSRX untuk perawatan wajah saya	Interval
	Pemilihan tempat penyalur	Saya membeli produk COSRX secara *online*	Interval
	Waktu pembelian	Dalam rentang waktu satu tahun, saya melakukan pembelian produk COSRX	Interval
	Jumlah pembelian	Dalam sekali transaksi, saya membeli produk COSRX lebih dari satu	Interval
	Metode pembayaran	Saya membeli produk COSRX karena pembayarannya mudah	Interval

Sumber : Kotler & Keller (2016:117)

D. Teknik Pengambilan Sampel

Menurut Umar (2019:53), populasi merupakan wilayah generalisasi yang terdiri dari sekumpulan elemen yang memiliki karakteristik tertentu untuk dipelajari dan ditarik kesimpulannya. Menurut Umar (2019:53), Sampel adalah sekumpulan individu yang merupakan bagian dari populasi tersebut yang mewakili populasiS. Dalam penelitian ini, digunakan metode pengambilan sampel non-probabilitas dengan teknik *judgement sampling*, dimana sebelum pengambilan sampel ditentukan dengan pertimbangan tertentu. Dalam penelitian ini, responden yang dipilih merupakan orang-orang yang pernah

KWIK KIAN GIE SCHOOL OF BUSINESS
© 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.
Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian

membeli *skincare* COSRX. Jumlah sampel adalah 100 orang. Setelah kuesioner terisi, maka akan dilakukan pengolahan data. Alat bantu yang digunakan untuk melakukan penelitian ini adalah SPSS.

E. Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini adalah komunikasi dengan menyebarkan kuesioner dan jenis data yang diambil adalah data kuantitatif. Penyebaran kuesioner dilakukan dengan cara menyebarkan link *google form* kepada responden, dimana responden mengisi kuesioner secara *online*. Responden diminta untuk mengisi pertanyaan yang diberikan dengan memilih angka pada tingkat persetujuan terhadap persepsi dari pertanyaan tersebut. Peneliti menetapkan nilai dari masing-masing jawaban berdasarkan skala likert. Penelitian ini menggunakan tingkat kesetujuan skala likert yaitu sebagai berikut :

STS : Sangat Tidak Setuju

TS : Tidak Setuju

N : Netral

S : Setuju

SS : Sangat Setuju

KWIK KIAN GIE SCHOOL OF BUSINESS
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.
© Hak cipta milik IBI KKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)
Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian

KWIK KIAN GIE SCHOOL OF BUSINESS
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.
© Hak Cipta milik IBI KKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)
Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian

Tabel 3.4

Nilai dari Skala Likert

Jawaban	STS	TS	N	S	SS
Nilai	1	2	3	4	5

F. Teknik Analisis Data

1. Uji Instrumen

a. Uji Validitas

Menurut Umar (2019:63), Uji validitas berguna untuk mengetahui ketika ada pertanyaan/pertanyaan harus dihapus atau diganti karena tidak valid. Untuk mengetahui validitas tiap indikator, bandingkan nilai korelasi hitung (di bawah kolom *corrected item–total correlation*) dengan nilai r tabel. Jika sampelnya 30 dan alpha sebesar 5%, maka nilai r tabelnya adalah 0,361. Jika hasil korelasi hitung ≥ 0,361 maka pernyataan tersebut dinyatakan valid.

b. Uji Reliabilitas

Menurut Umar (2019:68), uji relibialitas berfungsi untuk menetapkan instrument kuesioner mana yang dapat digunakan secara konsisten atau tidak. Jika uji reliabilitas dilakukan ketika alternatif jawaban lebih dari dua, maka menggunakan *Cronbach's Alpha*. Rumus uji reliabilitas menggunakan *Cronbach's Alpha* adalah sebagai berikut :

$$r_{11} = (\frac{k}{l-1})(1 - \frac{\sum \sigma_b{}^2}{\sigma_t{}^2})$$

Keterangan :

r_{11} = reliabilitas instrument

k = banyak butir pertanyaan

$\sum \sigma_b{}^2$ = jumlsh varian butir

$\sigma_{tb}{}^2$ = varian total

Jika nilai alpha lebih besar dari 0,7 maka pertanyaan/pernyataan dianggap reliabel.

Rumus varian untuk sampel adalah :

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

Keterangan :

σ^2 = varian

n = jumlah responden

X = nilai skor yang dipilih (total nilai dari nomor-nomor butir pertanyaan)

2. Analisis Deskriptif

a. Perhitungan Nilai Rata-Rata (*mean score*)

Untuk mengetahui atribut utama yang membuat konsumen untuk membeli *skincare* COSRX, maka digunakan perhitungan rata-rata. Berikut merupakan rumus *mean score* :

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

KWIK KIAN GIE SCHOOL OF BUSINESS
© Hak cipta milik IBI KKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)
Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian
Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang
1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.
b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.

Keterangan :

$\bar{X} =$ rata – rata nilai hitung

X_i = nilai sampel ke i

n = jumlah responden

b. Rata-rata Tertimbang (Rs)

Untuk mendapatkan gambaran yang lebih rinci terhadap keputusan pembelian, maka dibuat rentang skala. Berikut merupakan rumus rentang skala :

Rs = (b-k) / b

Keterangan :

b = skala ukur terbesar

k = skala ukur terkecil

Dengan rumus di atas, maka rentang skala yang digunakan adalah sebagai berikut :

Rs = (5 – 4) / 5 = 0,80

Dengan demikian, rentang skala pengukuran rata-rata menjadi :

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

KWIK KIAN GIE SCHOOL OF BUSINESS
© Hak cipta milik IBI KKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)
Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian
Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang
1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.
b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.

KWIK KIAN GIE SCHOOL OF BUSINESS
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.
© Hak cipta milik IBI KKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)
Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian

3. Analisis Regresi Ganda

Analisis regresi berganda dapat dilakukan apabila terdapat dua atau lebih variabel bebas. Persamaan regresi regresi berganda dalam penelitian ini adalah :

$\hat{Y} = \beta 0 + \beta 1X1 + \beta 2\ X2 + e$

Keterangan :

$\hat{Y}$ = Kualitas Produk

X1 = Iklan

X2 = *Brand ambassador*

β1 = koefisien regresi variabel iklan

β2 = koefisien regresi variabel *brand ambassador*

e = error

a. Uji Asumsi Klasik

(1) Uji Normalitas

Menurut Ghozali (2016:154), uji normalitas berguna untuk melihat model regresi, variabel pengganggu atau nilai residu terdistribusi normal atau tidak. Model regresi dapat dikatakan baik jika memiliki nilai residual yang terdistribusi normal. Model regresi memerlukan normalitas pada nilai residualnya bukan pada masing-masing variabel penelitian. Pada penelitian ini, dilakukan uji normalitas menggunakan uji Kolmogorov Smirnov.

(2) Uji otokorelasi

Menurut Ghozali (2016:107), uji otokorelasi berguna untuk melihat apakah model regresi linear terjadi korelasi antara suatu periode t dan periode sebelumnya (t – 1). Dalam penelitian ini, uji otokorelasi menggunakan Durbin Watson. Hasil pada nilai Durbin Watson tersebut dibandingkan dengan tabel Durbin Watson. Untuk 100 responden dengan dua variabel bebas, maka nilai dL (nilai batas bawah) adalah 1,6337 sedangkan nilai dU (nilai batas bawah) adalah 1,715. Berikut adalah ketentuan menggunakan Durbin Watson :

$0 < DW < dL$: tidak terdapat otokorelasi positif (tolak)

$dl < DW < dU$: tidak ada otokorelasi positif (tidak ada keputusan)

$4 – dL < DW < 4$: tidak ada otokorelasi negatif (tolak)

$4 – DW \leq d \leq 4 – dL$: tidak ada otokorelasi negative (tidak ada keputusan)

$dU < DW < 4 – dU$: tidak ada otokorelasi positif ataupun negatif (tidak tolak)

(3) Uji Heteroskedastisitas

Menurut Umar (2019:76), uji heteroskedastisitas berguna untuk melihat perbedaan varians dari residual satu pengamatan dengan pengamatan lain. Model regresi yang memenuhi persyaratan apabila memiliki kesamaan varians dari residual satu dengan pengamatan yang lainnya, biasa disebut dengan homoskedastisitas. Peneliti menggunakan uji Glejser dalam melakukan uji heteroskedastisitas. Apabila nilai sig > 0,05, maka tidak terjadi heteroskedastisitas. Sebaliknya, apabila nilai sig < 0,05, maka terjadi heteroskedastisitas.

KWIK KIAN GIE SCHOOL OF BUSINESS
© 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.
Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian

(4) Uji Multikolinearitas

Menurut Umar (2019:75), uji multikolinearitas berfungsi untuk melihat tingkat korelasi antar variabel bebas dalam suatu model regresi linear berganda. Jika terdapat korelasi yang tinggi antar variabel-variabel bebasnya, maka hubungan antar variabel bebas dan terikat akan terganggu. Pada penelitian ini, uji gangguan multikolinearitas menggunakan *variance inflation factor* (VIF). Biasanya patokannya adalah 0,5. Apabila VIF lebih kecil dari 0,5, maka tidak terjadi multikolinearitas. Selain itu, dapat dilihat juga apabila VIF > 10 maka terjadi multikolinearitas sedangkan jika VIF < 10 maka tidak terjadi multikolinearitas.

b. Uji Kesesuaian Model (Uji F)

Uji F dilakukan untuk melihat apakah koefisien regresi berganda yang didapat dalam model bisa digunakan untuk memprediksi nilai variabel dependen (Y). Cara melihatnya adalah dengan membandingkan F hitung dan F tabel. Apabila F hitung < maka H0 diterima, sedangkan jika F hitung > F tabel maka H0 ditolak. Selain itu dapat juga membandingkan nilai probabilitas signifikan. Apabila nilai probabilitas signifikan > α (0,05), maka H0 diterima.

c. Uji Parsial (Uji t)

Uji t berguna untuk mengetahui pengaruh masing-masing variabel independent terhadap variabel dependent. Penelitian ini, diuji menggunakan uji t dengan α = 5%. Pengambilan kesimpulan adalah dengan membandingkan t hitung dengan t tabel. Apabila t hitung < t tabel maka terima H0 dan H1 ditolak, dan apabila t hitung > t

KWIK KIAN GIE SCHOOL OF BUSINESS
© Hak cipta milik IBI KKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)
Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian
Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang
1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.
b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.

tabel maka tolak H0 dan terima H1. Selain itu, dapat dilihat pula dari probabilitas signifikan. Apabila probabilitas signifikan > α (0,05) maka terima H0.

KWIK KIAN GIE SCHOOL OF BUSINESS
© Hak cipta milik IBI KKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)
Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian
Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang
1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.
b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.