



BAB III

METODE PENELITIAN

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

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

A. Obyek Penelitian

Obyek penelitian ini adalah perusahaan *food and beverage* GOOMA tea bar yang berspesialisasi di minuman Matcha dan Teh. Subjek dari penelitian ini adalah para pelanggan yang pernah membeli produk GOOMA Tea Bar minimal 1 kali. Penelitian ini dilakukan dengan menyebarkan kuesioner di wilayah Jakarta Utara.

B. Disain Penelitian

Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif untuk mengetahui seberapa besar pengaruh antar-variabel. Menurut Sugiyono (2015:14) pendekatan kuantitatif merupakan penelitian yang berlandaskan pada filsafat positivisme untuk meneliti populasi atau sampel tertentu dan pengambilan sampel secara random dengan pengumpulan data menggunakan instrumen, analisis data bersifat statistik. Berdasarkan pengertian tersebut, maka semua variabel dalam penelitian akan dikonversikan ke dalam angka-angka dan dianalisis menggunakan statistik melalui SPSS.

Menurut Cooper dan Shlinder (2014:126) terdapat delapan klasifikasi penelitian yang dapat dilihat dari perspektif yang berbeda, yaitu :

1. Derajat Kristalisasi Pertanyaan Riset

Penelitian ini menggunakan studi formal yang memiliki hipotesis atau pertanyaan penelitian yang melibatkan prosedur dan spesifikasi sumber data yang tepat. Desain penelitian formal bertujuan untuk menjawab pertanyaan penelitian

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.



formal bertujuan untuk menjawab pertanyaan penelitian dan menguji hipotesis penelitian.

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

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

2. Metode Pengumpulan Data

Penelitian ini mengumpulkan data dengan studi komunikasi, yaitu dengan menyebarkan kuesioner kepada responden dan mengkaji pertanyaan-pertanyaan kepada subjek penelitian dan mengumpulkan jawaban responden terhadap kuesioner tersebut.

3. Pengontrolan Variabel Per Riset

Penelitian ini menggunakan penelitian sesudah fakta (*ex post facto*), yang berarti penelitian dilakukan setelah kejadian sesudah fakta, yang berarti peneliti tidak memiliki kontrol untuk memanipulasi variabel.

4. Tujuan Studi

Penelitian ini termasuk dalam studi klausal-eksplanatori. Peneliti ingin fokus terhadap pengaruh suatu variabel terhadap variabel lain. Penelitian ini bertujuan untuk menemukan hubungan antar variabel, yaitu bagaimana pengaruh kualitas produk, citra merek, dan harga terhadap keputusan pembelian pelanggan GOOMA Tea Bar MKG.

5. Dimensi Waktu

Penelitian ini merupakan penelitian *cross-sectional*, yaitu peneliti hanya melakukan pengumpulan data sebanyak satu kali yaitu pada saat penyebaran kuesioner kepada pelanggan GOOMA Tea Bar MKG di Jakarta Utara.

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.



6. Cakupan Topik

Penelitian ini termasuk penelitian statistik dengan tujuan untuk mengetahui populasi dan membuat kesimpulan dari karakteristik sampel. Hipotesis dalam penelitian ini akan diuji secara kuantitatif.

7. Lingkungan Penelitian

Penelitian ini termasuk dalam kondisi lingkungan aktual, karena data-data dalam penelitian ini diambil langsung melalui kuesioner yang disebarakan kepada pelanggan GOOMA Tea Bar MKG.

8. Kesadaran Persepsi Partisipan

Hasil dari penelitian ini sangat bergantung terhadap jawaban yang diberikan oleh subyek penelitian. Persepsi dari subyek penelitian dapat mempengaruhi hasil penelitian. Persepsi dianggap baik jika persepsi tersebut nyata dan tidak terdapat penyimpangan dari situasi sehari-hari.

C. Variabel Penelitian

Menurut Sugiyono, (2015:60), Variabel penelitian adalah segala sesuatu yang berbentuk apa saja yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari sehingga diperoleh informasi tentang hal tersebut, kemudian ditarik kesimpulannya.

Variabel dalam penelitian ini adalah kualitas produk GOOMA Tea Bar Mal Kelapa Gading, citra merek GOOMA Tea Bar Mal Kelapa Gading, harga GOOMA Tea Bar Mal Kelapa Gading, dan keputusan pembelian pelanggan GOOMA Tea Bar Mal Kelapa Gading.

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



Pada penelitian ini, peneliti menggunakan 2 variabel, yaitu variabel bebas atau independen dan variabel terikat atau dependen.



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

Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

a. Variabel Bebas atau Independen

Menurut Sugiyono (2015:61), variabel bebas merupakan variabel yang mempengaruhi atau menjadi sebab perubahannya atau timbulnya variabel dependen (terikat). Variabel bebas atau independen dalam penelitian ini merupakan kualitas produk (X1), citra merek (X2), dan Harga (X3). Dimensi dan indicator variabel bebas adalah sebagai berikut :

Tabel 3.1
Operasionalisasi Variabel Kualitas Produk

Variabel	Dimensi	Indikator	Skala
Kualitas produk (Kotler & Keller, 2016)	<i>Form</i> (Bentuk)	Porsi produk GOOMA sesuai dengan kebutuhan pelanggan	Interval
		GOOMA menyediakan menu bervariasi	
	<i>Feature</i> (Keistimewaan)	Produk GOOMA enak sehingga menjadi daya tarik pelanggan	Interval
	<i>Performance quality</i> (kualitas kinerja)	Kinerja yang ditawarkan GOOMA baik	Interval
		<i>Tearista</i> GOOMA selalu mengedukasi pelanggan mengenai produk	
	<i>Conformance quality</i> (kesesuaian kualitas)	Produk yang tersaji sesuai dengan yang ada di gambar menu	Interval
	<i>Durability</i> (daya tahan)	Kualitas produk GOOMA pada saat dipesan baik	Interval
		Produk <i>takeaway</i> tidak mudah rusak dan dapat dikonsumsi selang beberapa waktu	
<i>Reliability</i> (kehandalan)	Rasa produk GOOMA sesuai dengan selera konsumen	Interval	
	Rasa produk GOOMA selalu konsisten dari waktu ke waktu		

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.



Lanjutan

Kualitas produk (Kotler & Keller, 2016)	<i>Repairability</i> (kemudahan perbaikan)	GOOMA mengganti produk apabila produk tidak sesuai dengan pesanan	Interval
	<i>Style</i> (gaya)	GOOMA memiliki ciri khas dalam menyajikan produknya	Interval
	<i>Customization</i> (penyesuaian)	Produk GOOMA memiliki pilihan gula dan susu yang dapat disesuaikan dengan selera konsumen	Interval

Sumber : Kotler, P., & Keller, K. L. (2016)

Tabel 3.2
Operasionalisasi Variabel Citra Merek

Variabel	Dimensi	Indikator	Skala
Citra merek (Wijaya, 2013)	<i>Brand Identity</i>	Merek GOOMA mudah diingat	Interval
		Logo GOOMA mudah dikenali	
	<i>Brand Personality</i>	GOOMA identik dengan warna hijau	Interval
	<i>Brand Association</i>	Karakter “daun” merupakan simbol GOOMA	Interval
		Slogan “for a better you” identik dengan GOOMA	
	<i>Brand Attitude</i>	<i>Tearista</i> GOOMA menunjukkan sikap yang baik dan sopan kepada pelanggan	Interval
Penyampaian layanan dari GOOMA sesuai dengan informasi yang terdapat di media sosial			

Sumber : Wijaya, B. S. (2013)

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 Indikator Harga

Variabel	Dimensi	Indikator	Skala
Harga (Kotler dan Keller, 2016:492)	Keterjangkauan harga	Harga produk GOOMA terjangkau bagi konsumen	Interval
	Kesesuaian harga dengan kualitas produk	Harga produk GOOMA sebanding dengan kualitas yang diberikan	Interval
	Kesesuaian harga dengan manfaat	Harga produk GOOMA sesuai dengan manfaat yang diberikan	Interval
	Harga sesuai kemampuan atau daya saing harga	Harga produk GOOMA dapat bersaing dengan pesaing lainnya	Interval

Sumber : Kotler, P., & Keller, K. L. (2016).

C 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.

b. Variabel Terikat atau Dependen

Menurut Sugiyono (2015:61), variabel terikat atau dependen merupakan variabel yang dipengaruhi atau yang menjadi akibat, karena adanya variabel bebas. Variabel terikat atau dependen dalam penelitian ini merupakan keputusan pembelian (Y). Dimensi dan indicator variabel terikat adalah sebagai berikut :



Tabel 3.4
Operasionalisasi Variabel Keputusan Pembelian

Variabel	Dimensi	Indikator	Skala
Keputusan Pembelian (Kotler & Keller, 2016b)	Pemilihan Produk	Saya lebih memilih produk GOOMA dibandingkan produk pesaing	Interval
	Pemilihan Merek	Saya lebih memilih GOOMA dibandingkan merek lain	Interval
		Saya lebih memilih GOOMA karena kualitasnya	
	Pemilihan Penyalur	Saya membeli GOOMA karena dekat dengan tempat saya tinggal	Interval
		Produk GOOMA yang ingin saya beli selalu tersedia	
	Kuantitas Pembelian	Saya membeli produk GOOMA dengan jumlah lebih dari 1	Interval
	Waktu Pembelian	Saya membeli produk GOOMA pada pagi/siang hari	Interval
		Saya membeli produk GOOMA pada sore/malam hari	
Metode Pembayaran	Saya memilih GOOMA karena dapat melakukan pembayaran dengan uang tunai	Interval	
	Saya memilih GOOMA karena dapat menggunakan alat pembayaran digital		

Sumber : Kotler, P., & Keller, K. L. (2016).

D. Teknik Pengambilan Sampel

Menurut Sugiyono (2015:118), untuk menentukan sampel yang akan digunakan dalam penelitian, terdapat berbagai teknik sampling yang digunakan. Teknik sampling pada dasarnya dikelompokkan menjadi dua yaitu *Probability Sampling* dan *Nonprobability Sampling*. Dalam penelitian ini, peneliti menarik sample dengan menggunakan teknik *Purposive Sampling*. Teknik ini melakukan penentuan sampel dengan pertimbangan tertentu.

© 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.



E. Teknik Pengumpulan Data

© Teknik yang digunakan dalam penelitian ini merupakan teknik komunikasi dengan melakukan penyebaran kuesioner terhadap 100 orang responden, dimana responden ini merupakan pelanggan GOOMA Tea Bar Mal Kelapa Gading di Jakarta Utara. Menurut Sugiyono (2015:199), kuesioner merupakan teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan cara memberi seperangkat pertanyaan atas pernyataan tertulis kepada responden untuk dijawabnya. Untuk menentukan penilaian skor 1 – 5 oleh responden, peneliti menetapkan nilai masing-masing pernyataan diperoleh dengan menggunakan skala likert.

Menurut Sugiyono (2015:134) Skala Likert digunakan untuk mengukur sikap, pendapat, dan persepsi seseorang atau sekelompok orang tentang fenomena social. Dalam penelitian, fenomena social ini telah ditetapkan secara spesifik oleh peneliti, yang selanjutnya disebut 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 instrument yang dapat berupa pertanyaan maupun pernyataan.

Setiap responden akan diminta untuk menyetujui ataupun tidak menyetujui setiap pernyataan yang diberikan. Setiap tanggapan diberi skor numeric 1 – 5 yang mencerminkan tingkat kesetujuan. Skor ini dapat dijumlah untuk mengukur sikap partisipan secara keseluruhan.

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



Tabel 3.5
Tabel Skala Likert

Skala Peringkat	Bobot
Sangat Tidak Setuju	1
Tidak Setuju	2
Netral	3
Setuju	4
Sangat Setuju	5

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

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

F. Teknik Analisis Data

1. Uji Validitas

Menurut Perdana (2016:37), Uji validitas adalah suatu alat pengujian terhadap instrument kuesioner yang dibentuk sedemikian rupa untuk mengukur ketepatan, kecermatan dan sahnya suatu instrument kuesioner. Teknik pengujian yang digunakan untuk uji validitas adalah korelasi Bivariate Pearson (*product moment pearson*).

Analisis Bivariate Pearson dilakukan dengan mengkorelasikan masing-masing skor item dengan skor total. Skor total adalah penjumlahan dari keseluruhan item. Item-item pertanyaan yang berkorelasi signifikan dengan skor total menunjukkan item-item tersebut mampu memberikan dukungan dalam mengungkap apa yang ingin diungkap. Rumus dari *product moment pearson* adalah :

$$r_{xy} = \frac{N \sum NY - (\sum X \sum Y)}{\sqrt{[N \sum X^2 - (\sum X)^2][N \sum Y^2 - (\sum Y)^2]}}$$

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.



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 :

X : skor pertanyaan

Y : skor total

r_{xy} : koefisien korelasi

N : banyaknya responden

Jika koefisien (r) yang diperoleh \geq koefisien tabel r *product moment* maka pernyataan dinyatakan valid.

2. Uji Reliabilitas

Menurut Perdana (2016:40), Uji reliabilitas merupakan alat untuk menguji atau mengukur kepercayaan instrument kuesioner yang merupakan indicator dari variable atau konstruk untuk mengetahui konsistensi alat ukur dan konsisten jika pengukuran tersebut diulang dari waktu ke waktu. Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode *Cronbach's Alpha*. Rumus dari *cronbach's alpha* adalah :

$$a = \frac{b}{b - 1} \left[1 - \frac{\sum_{r=1}^b S_i^2}{S_t^2} \right]$$

Keterangan :

a : reliabilitas instrument

b : jiwa butir dalam skala pengukuran



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.

S_i^2 : ragam (*variance*) dari butir ke-i

S_t^2 : ragam (*variance*) dari skor total

3. Analisis Deskriptif

a. Rata-rata Hitung (Mean)

Mean adalah teknik penjelasan kelompok yang didasarkan atas nilai rata-rata dari data suatu kelompok sampel. Rata-rata tersebut didapatkan dengan menjumlahkan data dari seluruh individu yang ada pada kelompok tersebut. *Mean* akan dihitung menggunakan fungsi *Descriptive Statistics* di SPSS.

b. Rentang Skala

Skala likert digunakan untuk menelaah seberapa kuat subjek setuju atau tidak setuju. Mengingat skor tertinggi adalah 5, skor terendah adalah 1, dan jumlah kategori adalah 5, maka :

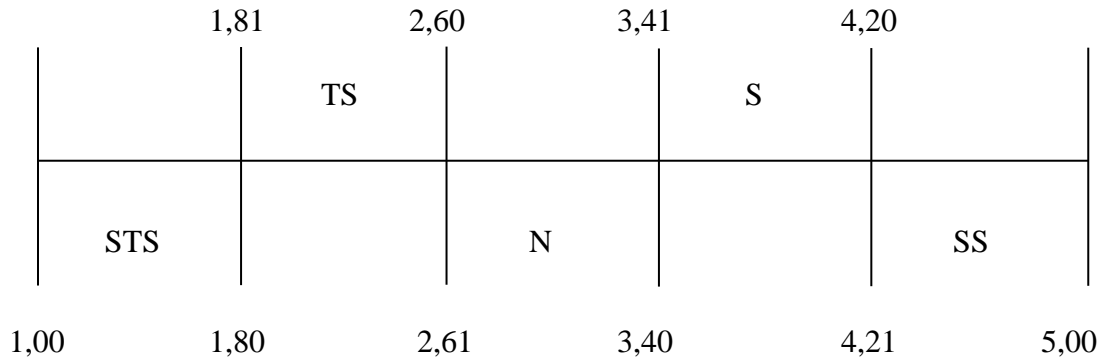
$$Range = \frac{5 - 1}{5} = 0,8$$

Maka rentang skala dari nilai rata-rata hitung yang diperoleh dan dikelompokkan menjadi kelas-kelas adalah sebagai berikut :



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

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang



Interpretasi angka-angka yang tercantum diatas adalah sebagai berikut:

- 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

4. Analisis Regresi Linier Berganda

a. Persamaan regresi

Menurut Perdana (2016:61), Regresi linear adalah alat statistik yang dipergunakan untuk mengetahui pengaruh antara satu atau beberapa variabel bebas terhadap satu variabel terikat. Regresi linear hanya dapat digunakan pada skala interval dan rasio. Analisis regresi linear berganda sebenarnya sama dengan analisis regresi linear sederhana, hanya variabel bebasnya lebih dari satu.

Dalam penelitian ini, analisis regresi linier berganda digunakan untuk membuktikan sejauh mana pengaruh kualitas produk (X1), citra merek (X2),

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.



dan harga (X_3) terhadap keputusan pembelian (Y) pelanggan GOOMA Tea Bar Mal Kelapa Gading. Berikut ini persamaan regresi linier berganda :

$$Y = a + b_1X_1 + b_2X_2 + b_3X_3 + e$$

Keterangan :

Y = Keputusan pembelian (variabel dependen)

a = Konstanta

b = Koefisien regresi pada masing-masing variabel bebas.

X_1 = Kualitas produk

X_2 = Citra merek

X_3 = Harga

e = Standar error/variabel pengganggu

b. Uji Asumsi Klasik

1) Uji Normalitas

Menurut Perdana (2016:42), Uji normalitas dimaksudkan untuk memperlihatkan bahwa ada sampel diambil dari populasi yang berdistribusi normal. Ada beberapa teknik yang dapat digunakan untuk menguji normalitas, antara lain Uji Chi Kuadrat, Uji Lilliefors, Uji Kolgomorov-Smirnov dan dengan grafik. Penelitian ini melaksanakan uji normalitas



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.

dengan menggunakan uji statistic non-parametik Kolmogrov-Smirnov (K-S)

Uji K-S dilakukan dengan membuat hipotesis sebagai berikut :

H_o = data residual berdistribusi normal

H_a = data residual tidak berdistribusi normal

Dengan signifikan ($\alpha = 0,05$), maka dasar pengambilan keputusannya adalah sebagai berikut :

- (1) Jika $p\text{-value} > \alpha$, maka data dikatakan berdistribusi normal
- (2) Jika $p\text{-value} < \alpha$, maka data dikatakan tidak berdistribusi normal

2) Uji Multikolonieritas

Menurut Perdana (2016:47), Uji multikolonieritas merupakan alat uji model regresi untuk menemukan adanya korelasi antar variable bebas (independen). Model regresi yang baik seharusnya tidak terjadi korelasi diantara variable independen. Uji multikolonieritas dapat dilakukan dengan uji regresi, dengan nilai patokan VIF (*Variance Inflation Factor*) dan nilai *Tolerance*. Kriteria yang digunakan adalah:

- (1) Jika nilai VIF di sekitar angka 1-10, maka dikatakan tidak terdapat masalah multikolonieritas.
- (2) Jika nilai *Tolerance* ≥ 0.10 , maka dikatakan tidak terdapat masalah multikolonieritas.



3) Uji Heterokedastisitas

Menurut Perdana (2016:49), Uji heterokedastisitas merupakan alat uji model regresi untuk mengetahui ketidaksamaan variance dari residual satu pengamatan ke pengamatan yang lainnya. Jika variance dari residual satu pengamatan ke pengamatan lain tetap, maka disebut Homokedastisitas dan jika berbeda disebut Heterokedastisitas. Model regresi yang baik adalah yang homokedastisitas atau tidak terjadi masalah heterokedastisitas. Penelitian ini melaksanakan uji heterokedastisitas dengan Uji Glejser. Hasil probabilitas dikatakan signifikan jika nilai signifikasinya ≥ 0.05 .

c. Uji Kesesuaian Model (Uji F)

Menurut Ghozali (2016:96), uji F digunakan untuk mengetahui tingkat signifikansi pengaruh variabel-variabel independen secara bersama-sama (simultan) terhadap variabel dependen. Dalam analisisnya, hipotesis statistic yang digunakan adalah sebagai berikut :

$$H_0: \beta_1 = \beta_2 = \beta_3 = 0$$

$$H_a: \text{paling sedikit ada satu } \beta_i \neq 0, i = 1, 2, 3.$$

Kriteria pengambilan keputusannya adalah sebagai berikut:

1. Jika nilai $\text{sig} \leq 0.05$ atau $F \text{ hitung} > F \text{ tabel}$ maka tolak H_0 , yang berarti model regresi tersebut dapat digunakan untuk memprediksi Y
2. Jika nilai $\text{sig} > 0.05$ atau $F \text{ hitung} < F \text{ tabel}$ maka tidak tolak H_0 , yang berarti model regresi tersebut tidak dapat digunakan untuk memprediksi Y



d. Uji Koefisien Regresi (Uji t)

Menurut Ghozali (2016:97), uji statistik t pada dasarnya dapat menunjukkan seberapa jauh pengaruh satu variabel penjelas/independen secara individual dalam menerangkan variasi variabel independen.

Hipotesis statistik yang digunakan adalah sebagai berikut:

$$H_0: \beta_i = 0$$

$$H_a: \beta_i > 0, i = 1, 2, 3.$$

Kriteria pengambilan keputusan adalah sebagai berikut:

1. Jika signifikansi $\leq 0,05$, maka dapat dikatakan bahwa terdapat pengaruh antara variabel bebas terhadap variabel terikat
2. Jika signifikansi $> 0,05$, maka dapat dikatakan bahwa tidak terdapat pengaruh yang signifikan antara masing-masing variabel bebas terhadap variabel terikat

e. Koefisien Determinasi (R^2)

Menurut Ghozali (2016:95), koefisien determinasi (R^2) pada intinya mengukur seberapa jauh kemampuan model dalam menerangkan variasi variabel terikat. Nilai koefisien determinasi adalah antara nol dan satu. Nilai adjusted R^2 yang kecil atau mendekati nol berarti kemampuan variabel bebas dalam menjelaskan variabel-variabel terikat sangat terbatas. Semakin tinggi nilai adjusted R^2 maka semakin tinggi variabel bebas dapat menjelaskan variasi variabel terikat.