

BAB III

METODE PENELITIAN



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

Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie

A. Obyek Penelitian

Penelitian ini bersifat kuantitatif atau statistik, dengan obyek penelitian pelanggan Vespa Piaggio di DKI Jakarta.

B. Desain Penelitian

Penelitian ini dilakukan dengan pengisian kuesioner dalam kurun waktu satu bulan pada Maret 2021 dengan subjek dalam penelitian ini adalah pelanggan yang pernah menggunakan dan melakukan pembelian Vespa Piaggio di DKI Jakarta.

Menurut Cooper dan Schindler (2014: 149), desain penelitian dikelompokkan dengan memakai delapan perspektif. Berikut adalah desain penelitian yang digunakan dalam penelitian ini berdasarkan delapan perspektif.

1. Tingkat Penyelesaian Pertanyaan Penelitian

Studi penelitian dapat bersikap formal atau eksploratif. Berdasarkan tingkat perumusan masalah, studi yang digunakan dalam penelitian ini adalah formal. Studi formal dimulai dengan hipotesis atau pertanyaan penelitian dan melibatkan prosedur yang tepat serta spesifikasi sumber data. Tujuan dari desain formal adalah untuk menguji hipotesis dan menjawab semua pertanyaan penelitian yang dikemukakan.

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. Metode Pengumpulan Data

Penelitian ini menggunakan studi komunikasi. Dimana studi komunikasi dilakukan dengan memberikan pertanyaan kepada subjek penelitian dan mengumpulkan responden mereka berdasarkan makna personal maupun umum.
3. Kontrol Peneliti terhadap Variabel

Dalam penelitian ini, penulis menggunakan desain ex point facto. Dimana peneliti tidak memiliki control terhadap variable-variable, dalam artian memanipulasinya.
4. Tujuan Studi

Peneliti ini memiliki tujuan kausal. Dalam studi kausal, penulis berusaha untuk menjelaskan hubungan antar variable, yaitu bagaimana pengaruh kepuasan Pelanggan dan gaya hidup terhadap loyalitas pelanggan pada pengguna skuter motor merk Piaggio di Jakarta.
5. Dimensi Waktu

Dimensi waktu diklarifikasikan menjadi 2, yaitu cross sectional study dan longitudinal study. Penelitian ini menggunakan cross sectional study karena peneliti hanya dilakukan satu kali dan menyajikan potret suatu kejadian dalam satu waktu.
6. Cakupan Topik

Penelitian ini menggunakan studi statistik. Studi statistik di desain untuk cakupan yang lebih luas dan bukan lebih mendalam.

© 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.



Studi ini berusaha menangkap karakteristik populasi dengan membuat kesimpulan karakteristik sampel.

7. Lingkungan Penelitian

Dilihat dari lingkungan penelitian, penelitian ini termasuk dalam kondisi lapangan. Karena penelitian ini dilakukan dengan menyebarkan kuesioner kepada pelanggan yang sudah pernah membeli produk skuter motor dari Piaggio

8. Kesadaran Persepsi Partisipan

Persepsi subjek atau responden berpengaruh terhadap proses penelitian dan merupakan hal yang penting dalam melakukan penelitian. Persepsi yang baik adalah persepsi yang nyata dan tidak ada penyimpangan di kehidupan sehari-hari.

C. Variabel Penelitian

Variabel menurut Sekaran dan Bougie (2017; 77), adalah apa pun yang dapat membedakan atau mengubah nilai. Nilai dapat berbeda pada berbagai waktu untuk objek atau orang yang sama, atau pada waktu yang sama untuk objek atau orang yang berbeda.

Berdasarkan batasan masalah yang akan diteliti, diperoleh beberapa variable yang akan digunakan sebagai bahan analisis dari penelitian ini, yaitu kepuasan pelanggan dan gaya hidup terhadap loyalitas pelanggan. Indikator dan item pernyataan setiap variable dijabarkan sebagai berikut;

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.



1. Variabel Terikat (Dependen Variable)

Variabel Terikat dalam penelitian ini adalah loyalitas Pelanggan. Loyalitas menurut Lovelock, Wirtz & Musry (2016: 76), yaitu kesediaan pelanggan agar senantiasa menggunakan produk perusahaan dalam jangka panjang dan menggunakannya secara eksklusif serta merekomendasikan produk-produk perusahaan kepada teman atau rekannya. Pelanggan memiliki kebutuhan dan juga keinginan yang berbeda-beda satu dengan yang lainnya, banyak produk yang ditawarkan oleh retailer membuat rasa ingin membeli barang dari konsumen memuncak. Maka dari itu perusahaan perlu mengetahui apa saja yang menjadi kebutuhan dan juga keinginan yang berbeda-beda pada tiap pelanggan.

Loyalitas pelanggan dapat dijadikan sebagai strategi manajemen dalam bisnis karena tujuan akhir dalam bisnis adalah pembentukan laba. Perolehan laba dapat dicapai melalui strategi bisnis yakni melalui pembentukan loyalitas pelanggan yang kuat. Menurut Tjiptono dalam Sangadji & Sopiah (2013: 115), mengemukakan ada enam indikator yang bisa digunakan untuk mengukur loyalitas konsumen yaitu::

- a) Pembelian ulang
- b) Kebiasaan mengkonsumsi merek
- c) Rasa suka yang besar pada merek
- d) Ketetapan pada merek
- e) Keyakinan bahwa merek tertentu adalah merek terbaik
- f) Perekomendasi merek pada orang lain.

© 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.



Dari beberapa indikator tersebut, maka dibentuk tabel loyalitas pelanggan seperti berikut:

Tabel 3. 1
Loyalitas Pelanggan

Variabel	Dimensi	No	Indikator
Loyalitas Pelanggan	Pembelian ulang	1	Saya sangat tertarik dengan Vespa Piaggio, dan akan membeli Vespa Piaggio di lain kesempatan
		2	Koleksi aksesoris yang di keluarkan untuk model Vepa Piaggio sangat menarik dan saya tertarik untuk mengoleksi aksesoris vespa lainnya
	Kebiasaan mengkonsumsi merek	3	Saya membeli Vespa Piaggio dikarenakan reverensi dari keluarga yang terbiasa menggunakan produk Vespa Piaggio
	Rasa suka yang besar pada merek	4	Saya memfollow akun social media Piaggio, dan update informasi mengenai feed terbarunya
		5	Saya aktif di social media, dan sering / beberapa kali memposting Vespa Piaggio yang saya miliki
	Ketetapan pada merek	6	Saya sangat nyaman dengan Vespa Piaggio dan enggan membeli motor merek lain kecuali Vespa Piaggio
	Keyakinan bahwa merek tertentu adalah merek terbaik	7	Saya akan merekomendasikan Vespa Piaggio yang terbaik menurut versi saya
	Perekomendasikan merek pada orang lain	8	Saya akan merekomendasikan produk Vespa Piaggio kepada teman saya

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

Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.
2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.

2. Variabel Bebas (Independent Variable)

Variabel yang mempengaruhi variable terikat, baik secara positif atau negatif. Yaitu, jika terdapat variable bebas, variable terikat juga hadir dan dengan setiap unit kenaikan dalam variable bebas, terdapat pula kenaikan atau penurunan dalam variable terikat. Berikut merupakan penjelasan 2 variabel terikat pada penelitian ini:



(1) Kepuasan Pelanggan (X1)

Menurut Tjiptono (2015: 146), “kepuasan pelanggan adalah perasaan senang atau kecewa seseorang yang muncul setelah membandingkan antara persepsi terhadap kinerja (hasil) suatu produk dengan harapan-harapannya”. Menurut Kotler (2019), Kepuasan tercipta dari perasaan kecewa atau senang yang di rasakan seseorang setelah membandingkan antara harapan- harapannya dengan persepi terhadap hasil kinerja suatu produk Kepuasan pelanggan dapat terjadi karena adanya kesesuaian antara apa yang di harapkan sebanding dengan apa yang diinginkan. Kepuasan pelanggan menurut Philip Kotler dan Kevin Lane Keller (2017: 177), adalah perasaan senang atau kecewa seseorang yang muncul setelah membandingkan kinerja (hasil) produk yang dipikirkan terhadap kinerja (atau hasil) yang diharapkan. Adapun penjelasan dari semua faktor yang mempengaruhi kepuasan pelanggan berikut Indikator penelitian kepuasan pelanggan:

© 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.



Tabel 3. 2
Indikator Kepuasan Pelanggan

C Hak cipta milik IBI KKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie) Kepuasan Pelanggan Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang	Product Quality	1	Tampilan Vespa Piaggio sangat memanjakan orang yang melihatnya
		2	Saya berharap Produk Vespa Piaggio terus mengembangkan produk yang berkualitas dan inovatif
	Price	3	Kualitas Produk Vespa Piaggio sangat bagus, sebanding dengan harganya
		4	Sparepart Vespa Piaggio memiliki kualitas yang baik, sesuai dengan harganya
	Service Quality	5	Saya sangat puas dengan layanan yang disediakan perusahaan terhadap pelanggan Piaggio Vespa
		6	Pelayanan Pick-Up Service yang di sediakan bengkel resmi Vespa Piaggio sangat menunjang kepuasan pelanggan
	Convience	7	Media internet, maupun media cetak memudahkan saya Saya dengan mudah mendapatkan informasi tentang produk Vespa Piaggio
		8	Outlet Vespa Piaggio mudah dijangkau karena berada di tempat strategis
		9	Saya Tertarik untuk mendapatkan Gift Produk yang di berikan Vespa Piaggio saat pembelian Vespa Pertama Kali di Showroom / dealer
	Experience	10	Pengalaman saya menggunakan Produk Vespa piaggio membuat saya tertarik untuk menginfokan kepada rekan saya

(2) Gaya Hidup (X2)

Gaya Hidup merupakan pola-pola tindakan yang membedakan satu orang dengan yang lain. Gaya hidup menurut Kotler dan Keller (2016: 224), menggambarkan keseluruhan diri seseorang yang berinteraksi dengan lingkungannya. Dalam penelitian ini menggunakan pengukuran Psikografis. Psikografis digunakan untuk mengukur gaya hidup konsumen dengan menganalisis Aktivitas Minat dan Opini (AIO).

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.

Menurut Peter dan Olson (2013: 142), gaya hidup memiliki tiga indikator yaitu sebagai berikut.

- a) Kegiatan (activities), yakni apa yang dikerjakan oleh konsumen, produk apa yang dibeli atau digunakan olehnya, dan kegiatan apa yang dilakukan oleh konsumen tersebut untuk mengisi waktu luangnya.
- b) Ketertarikan (interest), yakni apa minat, kesukaan, kegemaran dan prioritas dari seorang konsumen.
- c) Opini (opinion), yakni pandangan dan perasaan konsumen dalam merespon berbagai isu global, lokal, ekonomi, dan sosial.

Berikut merupakan Indikator penelitian Gaya Hidup pelanggan berdasar AIO (Activities, Interest, Opinion) :

Tabel 3. 3
Indikator Gaya Hidup

Variabel	Dimensi	No	Indikator
Gaya Hidup	Opinion	1	Saya merasa vespa Piaggio adalah kendaraan yang sesuai dengan kebutuhan hidup saya
		2	Saya menggunakan vespa Piaggio untuk menunjang gaya hidup saya
	Activities	3	Menjadi bagian dari komunitas vespa merupakan suatu hiburan untuk saya
		4	Saya menyukai momen kebersamaan dalam komunitas Bersama rekan-rekan
		5	Saya mengikuti suatu Komunitas vespa Piaggio, saya merasa komunitas tersebut sudah seperti menjadi bagian dari keluarga saya
	Interest	6	Saya ingin mengoleksi beberapa jenis Vespa Piaggio dan menjadikan salah satu Hobi saya
		7	Mengganti berbagai jenis warna cat / sparepart Vespa Piaggio merupakan kebutuhan saya untuk menghindari rasa bosan
		8	Saya melakukan pergantian sparepart lebih dari 5 kali dalam setahun untuk kenyamanan diri saya

© 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.



D. Teknik pengambilan Sampel

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

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

Teknik pengambilan sampel atau Teknik sampling yang digunakan dalam penelitian ini adalah non-probability sampling. Non-probability sampling menurut sugiono (2018: 61), adalah Teknik pengambilan sampel yang tidak memberi peluang atau kesempatan sama bagi setiap unsur atau anggota populasi untuk dipilih menjadi sampel. Jenis Teknik non-probability sampling yang digunakan adalah Teknik judgement sampling. Judgement sampling adalah melakukan pengambilan sampel sesuai dengan Batasan-batasan sampel yang seperti apa yang akan diambil.

Oleh karena itu, dalam penelitian ini dilakukan pembagian kuesioner secara sistematis dengan pengisian kuesioner sebanyak 100 yang dibagikan kepada para pelanggan Vespa Piaggio.

E. Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data yang digunakan adalah Teknik komunikasi dengan menggunakan kuesioner yang disebar kepada responden dengan pertanyaan mengenai Kepuasan Pelanggan dan Gaya Hidup terhadap Kepuasan Pelanggan. Jenis kuesioner yang digunakan adalah pertanyaan terbuka. Kuesioner disusun dengan menggunakan skala likert, yaitu dengan meminta persetujuan pada suatu pertanyaan dengan kriteria STS = Sangat Tidak Setuju, TS = Tidak Setuju, CS = Cukup Setuju, S = Setuju, dan SS = Sangat Setuju. Kemudian setiap tingkat jawaban diberi skor 1 sampai 5.

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.



1. Jenis dan Sumber Data

Dalam penelitian ini penulis menggunakan data primer dan sekunder, Jenis dan sumber data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data primer. Data Primer merupakan data yang diperoleh secara langsung dari objek yang diteliti. Sumber data menggunakan data primer yang terbentuk dari jawaban- jawaban atas penyebaran kuesioner kepada para responden yang pernah membeli atau menggunakan Vespa Piaggio.

2. Pengumpulan Data

Dalam penelitian ini Teknik mengumpulkan data yang digunakan adalah dengan menggunakan Teknik komunikasi. Teknik komunikasi adalah dengan menyebarkan daftar pernyataan (kuesioner) kepada responden. Jenis kuesioner yang digunakan adalah pertanyaan tertutup.

3. Teknik Pengukuran Data

Pengukuran data kuisioner dilakukan dengan skala likert. Skala likert digunakan untuk mengukur sikap, pendapat, dan persepsi seseorang atau sekelompok orang tentang fenomena sosial. Dengan skala likert, maka variable yang akan diukur dijabarkan menjadi indicator variable. Kemudian indicator tersebut dijadikan sebagai titik tolak untuk menyusun item-item instrument yang dapat berupa pernyataan atau pertanyaan.jawaban setiap item instrument menggunakan skala likert mempunyai gradasi dari sangat positif sampai sangat negatif, yang dapat berupa kata-kata antara lain:

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

Tabel 3. 4
Jawaban Skala Likert

Jawaban	Nilai
Sangat Setuju	5
Setuju	4
Cukup Setuju	3
Tidak Setuju	2
Sangat Tidak Setuju	1

Berikut merupakan nilai setiap item instrument jawaban, Setelah itu rata-rata diperoleh, maka selanjutnya digambarkan rentang skala untuk menentukan posisi responden dengan menggunakan nilai skor setiap variabel.

F. Teknik Analisis Data

Untuk menganalisis data, penulis menggunakan program SPSS untuk mempermudah proses perhitungan. Teknik analisis data yang digunakan oleh penulis untuk membantu menganalisa data-data mendukung hasil penelitian ini, antara lain:

1. Uji Validitas dan Realibilitas
 - a. Uji Validitas

Menurut Ghazali (2016 : 52), uji validitas digunakan untuk mengukur sah atau valid tidaknya suatu kuesioner dikatakan valid jika pertanyaan pada kuesioner mampu untuk mengungkapkan sesuatu yang akan diukur oleh kuisisioner tersebut. Jadi Validitas ingin mengukur apakah pernyataan dalam



kuesioner yang sudah dibuat betul-betul dapat mengukur apa yang hendak diukur.

Dalam pengambilan keputusan uji validitas ini, peneliti membandingkan hasil perhitungan Pearson Product Moment dengan r table sebesar 0,361 ($n = 100$, $\alpha = 5\%$). Peneliti menggunakan rumus Kolerasi Pearson Product Moment sebagai berikut :

$$r = \frac{n\sum xy - (\sum x) \cdot (\sum y)}{\sqrt{\{n\sum x^2 - (\sum x)^2\} \{n\sum y^2 - (\sum y)^2\}}}$$

Keterangan :

r = Korelasi

x = Skor tiap pertanyaan

y = Skor Total

n = Jumlah Responden

b. Uji Realibilitas

Menurut (Sekaran dan Bougie, 2017:39), Reliabilitas (realibitily) adalah suatu pengukuran menunjukkan sejauh mana pengukuran tersebut tanpa bias (tanpa kesalahan) dan karena itu menjamin konsistensi pengukuran disepanjang waktu serta diberbagai poin pada instrument tersebut.

Menurut Ghozali (2016: 47), suatu kuesioner dikatakan relibel atau handal apabila jawaban seseorang terhadap pernyataan

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.

b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.

2. Dilarang menggunakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.



konsisten atau stabil dari waktu ke waktu. Uji realibilitas 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 = Reliabilitas internal seluruh instrument

k = Jumlah

$\sum \sigma_b^2$ = Jumlah variann butir

σ_t^2 = Varian Total

Analisis Profil Responden

a. Analisis Deskriptif

Analisis persentase digunakan untuk mengetahui karakteristik responden berdasarkan pertanyaan mengenai jenis kelamin, usia, pekerjaan, dan Pendidikan. Analisis profil dilakukan dengan menghitung persentase dengan rumus :

$$\rho = \frac{fi}{\sum fi} \times 100\%$$

Keterangan :

ρ = Persentase dari responden yang memiliki kategori tertentu

fi = Banyaknya responden yang menjawab satu jenis jawaban tertentu

\sum_{fi} = Jumlah total responden

Skor Rata-rata dan Skala Likert

© 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.



b. Skor Rata-rata dan Skala Likert

(1) Rata-rata (mean)

Setelah kuesioner dikumpulkan, maka dilakukan perhitungan untuk mengetahui tingkat rata-rata respon konsumen. Rumus yang digunakan adalah sebagai berikut:

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

Keterangan:

\bar{x} = Skor rata-rata

f_i = Frekuensi pemilihan nilai

x_i = skor 1,2,3,4,5

n = Jumlah yang digunakan

(2) Rentang Skala

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

Keterangan :

R_s = Rentang Skala

m = banyaknya kategori

Sehingga rentang skala yang didapat adalah :

$$R_s = \frac{5-1}{5} = 0.8$$

Dalam setiap pertanyaan, skor nilai terendah 1 (satu) dan nilai tertinggi adalah 5 (lima) dari lima kategori penelitian.

© 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.

Maka rentang skala untuk penelitian data tersebut adalah :

1,00 - 1,80 → Sangat tidak setuju

1,81 - 2,60 → Tidak setuju

2,61 - 3,40 → Cukup setuju

3,41 - 4,20 → Setuju

4,21 - 5,00 → Sangat Setuju

Analisis Regresi Ganda

Menurut Ghozali (2016:94) dalam analisis regresi, selain mengukur kekuatan hubungan antara dua variable atau lebih, juga menunjukkan arah hubungan antara variable dependen dengan variable independent.

$$Y = \beta_0 + \beta_1 X_1 + \beta_2 X_2 + e$$

Keterangan :

X = Variabel Bebas

Y = Variabel Terikat

β_0 = Konstanta

β_1 = Koefisien regresi variable X_1

β_2 = Koefisien regresi variable X_2

E = Error





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.

a. Uji Asumsi Klasik

Dalam analisis regresi ganda, perlu dilakukan pengujian asumsi klasik agar memenuhi kriteria BLUE (Best Linier Unbiased Estimate). Dimana untuk memenuhi kriteria BLUE harus terpenuhi residual berdistribusi normal, tidak terjadi otokorelasi, tidak terjadi heteroskedastisitas, dan tidak terjadi multikolinieritas. Adapun pengujian asumsi klasik sebagai berikut :

(1) Uji Normalitas

Tujuan uji normalitas menurut Ghazali (2016: 154), untuk mengetahui apakah distribusi sebuah data mengikuti atau mendekati distribusi normal. Distribusi normal yang dimaksud yaitu distribusi 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 ini dilakukan dengan bantuan program SPSS.

Uji normalitas ini menggunakan uji statistic Kolmogrov – Smornov. Model regresi dikatakan normal jika hasil uji One Sample Kolmogrov – Smirnov test yang dinyatakan dalam signifikan Asymp.Sig (2-tailed) lebih besar dari 0,05.

H₀ : Data residual berdistribusi normal.

H_a : data residual tidak berdistribusi normal.



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.

Jika terdapat normalitas, maka residual akan terdistribusi secara normal dan independent. Model yang paling baik adalah distribusi data atau mendekati normal.

(2) Uji Autokorelasi

Menurut Ghozali (2016: 107) Uji autokorelasi yang bertujuan untuk menguji apakah ada korelasi antara kesalahan pengganggu pada periode t dengan kesalahan pengganggu pada periode $t-1$, jika terjadi korelasi maka dinamakan ada autokorelasi.

Uji autokorelasi bertujuan menguji apakah dalam model regresi linier terdapat hubungan yang kuat, baik positif maupun negatif, antar data yang ada pada variable - variable 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 :

(3) Uji Heteroskedastisitas

Menurut Ghozali (2016: 134), Uji Heteroskedastisitas merupakan salah satu bagian dari uji asumsi klasik dalam model regresi. Uji

Heteroskedastisitas bertujuan menguji apakah dalam model regresi terjadi ketidaksamaan variance dari residual satu pengamatan ke pengamatan yang lain. Jika variance dari residual satu pengamatan Homoskedastisitas ke pengamatan lain tetap, maka disebut Homoskedastisitas dan jika berbeda disebut Heteroskedastisitas. Kebanyakan data crosssection mengandung situasi heteroskedastisitas karena data ini menghimpun data yang mewakili berbagai ukuran (kecil, sedang, dan besar).

Dalam Analisis statistic ada beberapa cara untuk yang bisa dilakukan sebagai upaya untuk mendeteksi ada tidaknya gejala heteroskedastisitas, yaitu salah satunya uji Glejser jika variable independent signifikan secara statistic mempengaruhi variable dependen, maka ada indikasi terjadi Heteroskedastisitas. Tetapi jika probabilitas signifikasinya di atas tingkat kepercayaan 0,05 maka tidak terjadi heteroskedastisitas.

(4) Uji Multikolinieritas

Menurut Ghozali (2016:103), Uji Multikolinieritas bertujuan untuk menguji apakah model regresi ditemukan adanya korelasi antar variable bebas (independent). Jika variable independent saling

© 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.

berkorelasi, maka variable – variable ini tidak orthogonal. Variabel orthogonal adalah variable independent yang nilai korelasi antar sesama variable independent sama dengan nol. Dasar pengambilan keputusannya adalah sebagai berikut :

- Jika nilai VIF < 10, maka tidak terjadi multikolinieritas.
- Jika nilai VIF > 10, maka terjadi multikolinieritas.

b. Uji F (Goodness of Fit Test)

Menurut Ghozali (2016: 96) uji f (simultan) bertujuan untuk menguji apakah semua variable bebas memiliki pengaruh terhadap variable terikat. Apakah nilai hitung $> f$ table dengan signifikan < 0.05 maka dapat disimpulkan bahwa variable bebas secara simultan (Bersama-sama) mempengaruhi variable terikat.

Uji F digunakan untuk melihat signifikan model regresi, apakah model regresi penelitian layak digunakan. Dalam analisisnya, hipotesis statistic yang digunakan adalah sebagai berikut :

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

$$H_a: \text{Tidak semua } \beta_1 = 0$$

© 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.



- Kriteria Pengambilan keputusannya adalah sebagai berikut :
- (1) Jika nilai sig $\geq 0,05$ atau F hitung $\geq F$ table maka tolak H_0 , yang berarti model regresi tersebut dapat digunakan memprediksi Y.
 - (2) Jika nilai sig $> 0,05$ atau F hitung $\geq F$ table maka tidak tolak H_0 , yang berarti model regresi tersebut tidak dapat digunakan untuk memprediksi Y.

c. Uji Signifikan Koefisien (Uji t)

Ghozali (2016: 97), mengemukakan uji t (parsial) pada dasarnya dilakukan untuk menunjukkan seberapa jauh pengaruh suatu variable independent secara individual dalam menerangkan variasi variable dependen.

Pengambilan keputusan untuk menerima atau menolak hipotesis didalam penelitian didasarkan pada pertimbangan signifikansi koefisien dari setiap variable independent terhadap variable dependen. Hipotesis statistic yang digunakan adalah sebagai berikut :

$$H_0: \beta_1 = 0$$

$$H_a: \beta_1 \neq 0$$

Kriteria pengambilan keputusan adalah sebagai berikut :

- (1) Jika nilai $\sin \leq a$ atau t hitung $\geq t$ table maka tolak H_0 , yang berarti variabel independent berpengaruh signifikan terhadap variable dependen atau jika signifikansi $< 0,05$ maka H_0 ditolak.
- (2) Jika nilai $\sin > a$ atau t hitung $\geq t$ table maka tidak tolak H_0 , yaitu berarti variabel independent tidak berpengaruh signifikan terhadap variable dependen. Dengan menggunakan uji Glejser, jika probabilitas signifikan dari masing-masing variabel independent $> 0,05$, maka hal ini dapat disimpulkan tidak terjadi heteroskedastisitas dalam model regresi atau Jika signifikansi $> 0,05$ maka H_0 diterima.

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

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie



KWIK KIAN GIE
SCHOOL OF BUSINESS

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.