



BAB III

METODE PENELITIAN



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang
© Hak Cipta milik IBIKKG Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie

Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie

A. Objek Penelitian

Objek penelitian yang akan digunakan dalam penelitian ini adalah Starbucks Kelapa Gading, Jakarta Utara, kemudian untuk subjek dari penelitian ini adalah para konsumen yang berkunjung di Starbucks Kelapa Gading, Jakarta Utara. Penelitian ini akan dilakukan oleh peneliti dengan menggunakan metode penyebaran kuesioner kepada calon calon responden yang akan digunakan dan dianggap layak diikutsertakan dalam penelitian ini.

B. Desain Penelitian

Menurut Cooper dan Schindler (2014), ada delapan klasifikasi dalam desain penelitian bila dilihat dari perspektif yang berbeda yaitu:

(1) Tingkat penyelesaian pertanyaan penelitian

Penelitian ini merupakan penelitian yang bersifat formal dimana penelitian ini bertujuan untuk menguji hipotesis dan menjawab semua pertanyaan penelitian yang dikemukakan.

(2) Metode Pengumpulan Data

Penelitian ini dilakukan dengan studi komunikasi (*communication study*) dimana peneliti mengumpulkan kuesioner untuk mendapatkan data primer yang bersumber langsung dari responden yang berkunjung di Starbucks Kelapa Gading, 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.



(3) Kontrol Peneliti terhadap Variabel

Dalam penelitian ini digunakan desain ex post facto dimana peneliti sama sekali tidak memiliki kontrol untuk memanipulasi variabel. Peneliti hanya melaporkan apa yang telah terjadi dan apa yang sedang terjadi.

(4) Tujuan Studi

Penelitian ini termasuk dalam penelitian kausal-eksplanatori (causal-explanato). Peneliti ingin fokus pada bagaimana satu variabel menghasilkan perubahan di antara variabel lainnya. Penelitian ini bertujuan untuk menemukan hubungan antar variabel, yaitu bagaimana pengaruh kualitas layanan dan citra terhadap keputusan pembelian pada Starbucks Kelapa Gading, Jakarta Utara.

(5) Dimensi Waktu

Penelitian ini merupakan penelitian cross-sectional karena penelitian ini hanya dilakukan satu kali pada periode tertentu dengan menyebarkan kuesioner kepada responden yang berkunjung di Starbucks Kelapa Gading, Jakarta Utara.

(6) Cakupan Topik

Penelitian ini merupakan penelitian statistik karena penelitian ini berusaha untuk menangkap karakteristik populasi dengan membuat kesimpulan dari karakteristik sampel.

(7) Lingkungan Penelitian

Penelitian ini termasuk kedalam studi lapangan karena data-data didapatkan secara langsung dengan menyebarkan kuesioner kepada konsumen yang berkunjung di Starbucks Kelapa Gading, 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 mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.



(8) Kesadaran Persepsi Partisipan

Persepsi subjek berpengaruh pada penelitian dan merupakan hal yang penting dalam melakukan penelitian. Persepsi subjek yang baik adalah persepsi yang nyata dan tidak terdapat penyimpangan.

C. Variabel Penelitian

Terdapat tiga variabel yang akan diteliti yaitu kualitas layanan, citra merek dan keputusan pembelian. Variabel independen berupa kualitas layanan dan citra merek, sementara variabel dependen berupa keputusan pembelian.

Kualitas layanan merupakan suatu poin pemenuhan kebutuhan atau keinginan konsumen atau seseorang dimana hal tersebut dapat menjadi tolak ukur konsumen dalam kepuasan mereka sehingga dapat menjadi alat tolak ukur atas kepuasan mereka melalui harapan yang diinginkan oleh mereka (Tjiptono dalam Anggraini (2019))

Keller dalam Anggraini (2019), mengatakan bahwa citra merek adalah persepsi dan keyakinan konsumen, seperti yang tercermin dalam asosiasi yang terjadi dalam memori konsumen. Dengan kata lain Citra merek umumnya didefinisikan sebagai informasi yang terkait dengan merek dan mengandung makna dibenak konsumen.



1. Variabel Kualitas Layanan

Tabel 3.1

Dimensi dan Indikator Kualitas Layanan

Variabel	Dimensi	Indikator	Skala
Kualitas Layanan (Kotler dan Keller 2016:442)	Keandalan (Reliability)	Karyawan memperhatikan detail dalam memberikan pelayanan	Interval
		Karyawan memperlihatkan standar-standar pelayanan perusahaan dengan baik	
	Ketanggapan (Responsiveness)	Karyawan sigap dalam memberikan layanan disaat membutuhkan	Interval
		Selalu siap dalam melayani konsumen	
	Jaminan (Assurance)	Karyawan dapat membuat nyaman konsumen saat bertransaksi	Interval
		Pelayanan yang diberikan konsisten	
	Empati (Empathy)	Secara tulus memberi layanan kepada konsumen	Interval
	Bukti Fisik (Tangibles)	Perusahaan memiliki peralatan yang memadai dalam beroperasi	Interval
Penampilan Karyawan harus selalu diperhatikan			

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



2. Variabel Citra Merek

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

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie

Tabel 3.2

Dimensi dan Indikator Citra Merek

Variabel	Dimensi	Indikator	Skala
Citra Merek	Identitas Merek	Logo yang menarik dan mudah diingat	Interval
		Memiliki ciri khas produk	
	Kepribadian Merek	Memiliki Reputasi yang baik	Interval
	Asosiasi Merek	Peletakan harga yang tinggi	Interval
		Kemewahan dan elegan	
	Sikap dan Perilaku merek	Produk yang populer	Interval
		Konsistensi produk	
	Kelebihan dari kompetitor	Memiliki nama yang unik	Interval;
		Memiliki fasilitas yang memadai	

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.



3. Variabel Keputusan Pembelian

Tabel 3.3

Dimensi dan Indikator Keputusan Pembelian

Variabel	Dimensi	Indikator	Skala
Keputusan Pembelian	Pilihan Produk	Variasi Produk	Interval
		Kualitas produk	
	Pilihan Merek	Keunggulan dari merek competitor	Interval
		Merek tersebut lebih dikenal	
	Pilihan Penyalur	Tersedia di aplikasi pemesanan online konvensional	Interval
		Mudah dipesan melalui aplikasi online konvensional	
	Metode Pembayaran	Kemudahan dalam pembayaran	Interval
		Pilihan yang bervariasi dalam pemilihan metode pembayaran	
	Waktu Pembelian	Pembelian secara rutin	Interval
	Jumlah pembelian	Banyak pembelian berdasarkan kebutuhan	Interval

© Hak cipta milik IBIKKG (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.



D. Teknik Pengumpulan Data

Penelitian ini menggunakan data primer yaitu diambil langsung dari sumber pertama (subjek penelitian). Dalam penelitian ini, teknik pengumpulan data yang digunakan adalah teknik komunikasi dengan menggunakan instrumen kuesioner yang disebarakan kepada 100 responden yaitu individu yang sedang berkunjung ke Starbucks Kelapa Gading, Jakarta Utara.

Penulis menggunakan *Google Docs*, dimana para responden dapat mengisi kuesioner secara *online* lewat internet. Jenis kuesioner yang disebarakan adalah pertanyaan tertutup, yang artinya pertanyaan kuesioner telah disusun dengan menggunakan Skala Likert. Skala Likert adalah suatu skala psikometrik yang umum digunakan dalam angket dan merupakan skala yang paling banyak digunakan dalam riset berupa survei. Nama skala ini diambil dari nama Rensis Likert, yang menerbitkan suatu laporan yang menjelaskan penggunaannya.

Sewaktu menanggapi pertanyaan dalam skala Likert, responden menentukan tingkat persetujuan mereka terhadap suatu pernyataan dengan memilih salah satu dari pilihan yang tersedia. Skala Likert dalam penelitian ini digunakan untuk mengukur persepsi seseorang atau sekelompok orang tentang variabel variabel yang sedang diteliti.

Pada penelitian ini menggunakan tingkat kesetujuan skala Likert yaitu STS = Sangat Tidak Setuju, TS= Tidak Setuju, N = Netral, S = Setuju, 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 mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.



E. Teknik Pengumpulan Sampel

Pada penelitian ini, peneliti akan melakukan pengumpulan data melalui sampel-sampel yang akan dikumpulkan melalui metode kuesioner, dan dalam upaya tersebut teknik pengumpulan sampel yang akan digunakan oleh peneliti dalam penelitian ini adalah penggunaan teknik *Non-Probability Sampling* diikuti dengan metode *Judgement Sampling*.

Metode pengambilan sampel yang digunakan adalah pengambilan sampel berdasarkan pertimbangan tertentu (*judgment sampling*). Metode pengambilan sampel berdasarkan pertimbangan tertentu memungkinkan untuk memperoleh jenis informasi yang diperlukan dari kelompok orang yang sangat spesifik dan hanya mereka yang memiliki fakta yang dibutuhkan serta dapat memberikan informasi yang dicari.

F. Teknik Analisis Data

Setelah melakukan pengumpulan data melalui kuesioner, maka penulis akan memasuki tahap selanjutnya dengan mengolah data tersebut untuk dianalisis agar menjadi informasi yang berguna untuk menjawab masalah yang ada. Dalam penelitian ini, penulis akan menggunakan alat bantu berupa software komputer yang digunakan untuk menganalisis data yang dimana adalah SPSS 20. Adapun teknik analisis data yang digunakan adalah:

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.



1. Uji Validitas dan Reliabilitas

a. Uji Validitas

Dalam penelitian ini akan digunakan rumus korelasi Pearson Product

Moment sebagai berikut:

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

Keterangan :

X = skor pertanyaan

Y = skor total

r = koefisien korelasi

n = jumlah responden

Jika koefisien korelasi (r) yang diperoleh \geq koefisien tabel r Product Moment atau Corrected Item-Total Correlation $> 0,361$ maka indikator tersebut dinyatakan valid.

b. Uji Reliabilitas

Menurut Imam Ghozali (2016), reliabilitas 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.

Pengukuran reliabilitas dapat dilakukan dengan dua cara, yaitu:

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.



(1) *Repeated Measure* atau pengukuran ulang

Seseorang akan disodori pertanyaan yang sama pada waktu yang berbeda, dan kemudian dilihat apakah ia tetap konsisten dengan jawabannya.

(2) *One Shot* atau pengukuran sekali saja

Pengukurannya hanya sekali dan kemudian hasilnya dibandingkan dengan pertanyaan lain atau mengukur korelasi antar jawaban pertanyaan. Suatu konstruk atau variabel dikatakan reliabel jika memberikan nilai Cronbach's Alpha > 0,70.

Perhitungan reliabilitas dapat ditulis sebagai berikut dengan menggunakan rumus Cronbach's Alpha:

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

Keterangan :

- r_{11} = reliabilitas instrumen
- K = jumlah butir dalam skala pengukuran
- $\sum \sigma_b^2$ = ragam (*variance*) butir
- σ_b^2 = ragam (*variance*) dari skor total

Jika nilai Alpha > 0,7 artinya reliabilitas mencukupi (sufficient reliability), sementara jika Alpha > 0,80 ini menunjukkan seluruh item reliabel dan seluruh tes secara konsisten memiliki reliabilitas yang kuat. Atau, ada pula yang memaknainya sebagai berikut:

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



Jika Alpha > 0,90 maka reliabilitas sempurna. Jika Alpha antara 0,70 - 0,90

maka reliabilitas tinggi. Jika Alpha 0,50 – 0,70 maka reliabilitas moderat. Jika Alpha <0,50 maka reliabilitas rendah. Jika Alpha rendah, kemungkinan satu atau beberapa item tidak reliabel.

2. Analisis Deskriptif

Statistik deskriptif memberikan gambaran suatu data yang dilihat dari nilai rata – rata, standar deviasi, varian, maksimum, minimum, sum, range, kurtosis, dan skewness (Ghozali, 2016). Analisis deskriptif digunakan juga sangat membantu sebagai alat awal untuk mendeskripsikan data. Pengukuran yang digunakan dalam penelitian ini antara lain :

a. Rata-Rata Hitung (Mean)

Rata-rata hitung atau mean dilakukan untuk menjumlahkan seluruh nilai data suatu kelompok sampel, kemudian dibagi dengan jumlah sampel tersebut. Jadi jika suatu kelompok sampel acak dengan jumlah sampel n, maka bisa dihitung rata-rata dari sampel tersebut dengan rumus berikut:

$$\bar{x} = \sum_{i=1}^n \frac{x_i}{n}$$

Keterangan :

\bar{x} =rata-rata hitung

x_i = nilai sampel ke-i

n = jumlah sampel



B. Rentang Skala

Setelah nilai rata-rata diperoleh, maka selanjutnya digambarkan rentang skala untuk menentukan posisi responden dengan menggunakan nilai skor setiap variabel. Oleh karena itu, perlu dihitung dengan rumus skala sebagai berikut:

$$RS = \frac{m-n}{b}$$

Keterangan:

RS = rentang skala penilaian

m = skor tertinggi pada skala

n = skor terendah pada skala

b = jumlah kelas atau kategori yang dibuat

Dengan peringkat jawaban terbesar adalah 5 dan terkecil adalah 1, dengan jumlah kelas atau kategori 5, maka dapat ditentukan rentang skalanya sebagai berikut:

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

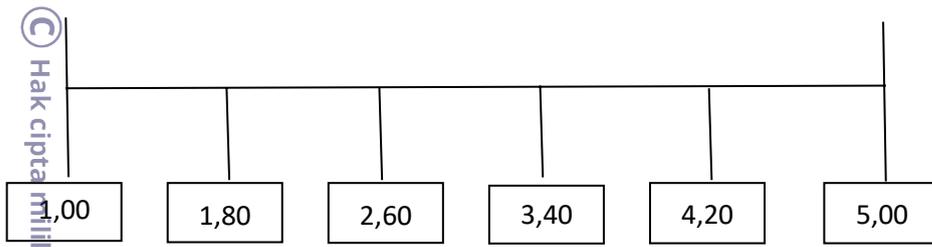
Hak cipta milik IBI KKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)
Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

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.



Gambar rentang skala Kualitas Layanan, Citra Merek dan Keputusan pembelian:



Keterangan:

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

1,81 – 2,60 = Tidak Setuju (TS)

2,61 – 3,40 = Ragu-Ragu (R)

3,41 – 4,20 = Setuju (S)

4,21 – 5,00 = Sangat Setuju (SS)

3. Analisis Regresi Linear Berganda

a. Estimasi Model Persamaan Regresi

Analisis regresi berganda memberikan mean penilaian secara objektif pada tingkat dan ciri-ciri hubungan antara variabel bebas dan terikat: koefisien regresi secara relatif menunjukkan pentingnya setiap variabel bebas dalam prediksi variabel terikat.

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.



Berikut adalah persamaan regresi berganda:

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

Keterangan:

Y = variabel terikat

X = variabel bebas

β_0 = konstanta

β_1 = koefisien regresi variabel X₁

β_2 = koefisien regresi variabel X₂

e = error

© 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. Uji Asumsi Klasik

(1) Uji Normalitas

Menurut Ghozali (2016), uji normalitas bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi, variabel pengganggu atau residual memiliki distribusi normal. Seperti diketahui bahwa uji t dan F mengasumsikan bahwa nilai residual mengikuti distribusi normal. Kalau asumsi ini dilanggar maka uji statistik menjadi tidak valid untuk jumlah sampel kecil, Uji statistik yang dapat digunakan untuk menguji normalitas residual adalah uji statistik non-parametrik Kolmogorov-Smirnov (K-S). Uji K-S dilakukan dengan membuat hipotesis:

Ho : data residual berdistribusi normal

Ha : data residual tidak berdistribusi normal

Dengan signifikan ($\alpha = 5\%$), dasa pengambilan keputusan:

- (1) Jika $p\text{-value} > (0,05)$ data dikatakan berdistribusi normal
- (2) Jika $p\text{-value} < (0,05)$ data dikatakan tidak berdistribusi normal

(2) Uji Multikolinieritas

Menurut Ghozali (2016), uji multikolinieritas bertujuan untuk menguji apakah model regresi ditemukan adanya korelasi antar variabel bebas (independen). Model regresi yang baik seharusnya tidak terjadi korelasi di antara variabel independen. Jika variabel independent saling berkorelasi, maka variabel-variabel ini tidak orthogonal (variabel independen yang nilai korelasi antar sesama variabel independent sama dengan nol).

Hipotesis yang terbentuk:

H_0 : tidak terdapat multikolinieritas

H_a : terdapat multikolinieritas

Pengambilan keputusan :

- (1) Jika Variance Inflation Factor (VIF) < 10 dan Tolerance $> 0,1$ tidak terdapat multikolinieritas
- (2) Jika Variance Inflation Factor (VIF) > 10 dan Tolerance $< 0,1$ terdapat multikolinieritas.





(3) Uji Otokorelasi

Menurut Ghozali (2016), Uji Otokorelasi bertujuan untuk menguji apakah model regresi linear ada korelasi antara kesalahan pengganggu pada periode t dengan kesalahan pengganggu pada periode $t-1$. Otokorelasi muncul karena observasi yang berurutan sepanjang waktu berkaitan satu sama lainnya. Model regresi yang baik adalah regresi yang bebas dari otokorelasi.

Dalam penelitian ini mendeteksi otokorelasi dengan menggunakan metode Durbin Watson (DW) yang nantinya akan dibandingkan dengan nilai Durbin Upper (D_u). Dikatakan tidak terdapat otokorelasi jika nilai DW berada diantara D_u dan $4 - D_u$ atau bisa ditulis sebagai berikut:

c. Uji Kesesuaian Model (Uji F)

Pada Uji F dapat dilihat signifikansi model regresi, apakah model regresi penelitian layak atau tidak untuk digunakan. Dalam analisisnya menggunakan hipotesis statistik sebagai berikut:

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

$$H_a : \text{paling sedikit ada } 1 \beta_i \neq 0$$

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.



Model dikatakan sesuai dan layak digunakan jika Uji F

menghasilkan tolak H_0

Dasar pengambilan keputusannya adalah dengan kriteria pengambilan keputusan melalui perbandingan nilai F hasil dengan nilai F tabel sebagai berikut:

(a) Apabila $F_{hitung} > F_{tabel}$, maka H_0 ditolak dan H_a diterima

(b) Apabila $F_{hitung} < F_{tabel}$, maka H_0 diterima dan H_a ditolak

d. Uji Koefisien Regresi Parsial (Uji t)

Pengujian koefisien regresi parsial ini dilakukan untuk menguji hipotesis penelitian yang terdapat pada halaman 24. Hipotesis nol (H_0) yang hendak diuji adalah apakah suatu parameter (β_i) sama dengan nol, atau:

$$H_0 : \beta_i = 0$$

Artinya apakah suatu variabel independen bukan merupakan penjelas yang signifikan terhadap variabel dependen. Hipotesis alternatifnya (H_a) parameter suatu variabel lebih besar dari nol, atau:

$$H_a : \beta_i > 0$$

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

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

Uji statistik t menunjukkan seberapa jauh pengaruh satu variabel penjelas/independent secara individual dalam menerangkan variabel-variabel dependen. Hipotesis nol (H_0) yang hendak diuji adalah apakah suatu parameter (bi) sama dengan nol, atau:

$$H_0 : \beta_2 = 0$$

Artinya apakah suatu variabel independen bukan merupakan penjelas yang signifikan terhadap variabel dependen. Hipotesis alternatifnya (H_a) parameter suatu variabel lebih besar dari nol, atau:

$$H_a : \beta_2 > 0$$

Hasil uji t dapat dilihat pada tabel Coefficients pada kolom sig (significance).

- (a) Apabila t hitung $>$ t tabel dan tingkat signifikansi $<$ (0,05), maka H_0 ditolak dan H_a diterima. Hal ini berarti variabel independen secara individual berpengaruh terhadap variabel dependen.
- (b) Apabila t hitung $<$ t tabel dan tingkat signifikansi $<$ (0,05), maka H_0 diterima dan H_a ditolak. Hal ini berarti variabel independen secara individual tidak berpengaruh terhadap variabel dependen.

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 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.