



BAB III

METODOLOGI PENELITIAN

Pada Bab III ini akan dijelaskan mengenai objek penelitian, desain penelitian, variabel penelitian, teknik pengumpulan data, teknik pengambilan sampel, dan teknik analisis data.

A. Obyek Penelitian

Pada penelitian ini, yang menjadi obyek penelitian adalah pelanggan dari produk cat Nippon Paint (*Green Choice Series*), di wilayah Jakarta. Penelitian ini dilakukan dengan menyebarkan kuesioner secara *online* kepada konsumen Nippon Paint di wilayah Jakarta Utara. Penelitian mengambil sampel 100 orang responden yang dilakukan pada bulan Juli 2016 – Agustus 2016.

B. Desain Penelitian

Menurut Cooper dan Schindler (2006:156), desain riset adalah rencana dan struktur investigasi yang dibuat sedemikian rupa sehingga diperoleh jawaban atas pertanyaan riset. Rencana ini mencakup garis besar dari apa yang akan dilakukan seorang investigator mulai dari penulisan hipotesis serta implikasi operasionalnya hingga ke analisis akhir data. Lebih lanjut, Cooper dan Schindler (2006:157) mengklasifikasikan desain penelitian dengan memakai delapan perspektif, antara lain sebagai berikut:

1. Derajat Kristalisasi Pertanyaan Riset

Merupakan tingkat sejauh mana masalah penelitian telah dirumuskan. Studi ini bersifat eksplorasi atau formal. Berdasarkan tingkat perumusan masalah, studi

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.



yang digunakan berkaitan dengan penelitian ini adalah studi formal. Studi formal dimulai dengan hipotesis atau pertanyaan penelitian dan mencakup prosedur – prosedur yang cermat dan spesifikasi mengenai sumber data. Tujuan dari studi formal ini adalah untuk menguji hipotesis atau menjawab pertanyaan-pertanyaan riset yang diajukan.

2. Metode pengumpulan Data

Pengelompokan ini membedakan antara proses pembinaan dan proses komunikasi. Berdasarkan perspektif metode pengumpulan data, penelitian ini menggunakan metode komunikasi dengan mengajukan kuisioner yang berisi sejumlah pernyataan yang diajukan kepada objek penelitian, yaitu pelanggan produk cat Nippon Paint (*Green Choice Series*) di wilayah Jakarta Utara.

3. Pengendalian Variabel Oleh Periset

Penelitian ini merupakan penelitian *ex post facto*, karena penelitian ini merupakan pencarian empirik yang sistematis dimana peneliti tidak dapat mengontrol variabel bebasnya, karena peristiwa telah terjadi atau sifatnya tidak dapat dimanipulasi.

4. Tujuan Studi

Berdasarkan tujuan studi, terdapat dua jenis studi penelitian, yaitu studi deskriptif dan kausal. Studi deskriptif berkaitan dengan mencari tahu tentang apa, siapa, dimana, bilamana, atau berapa banyak dan digunakan untuk menggambarkan penelitian konsumen terhadap suatu produk. Sedangkan studi kausal berusaha untuk menjelaskan hubungan - hubungan antara variabel. Penelitian ini menggunakan studi kausal atau metode sebab akibat untuk menunjukkan bagaimana

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.



peran *Green Brand Image* dan *Green Brand Trust* mempengaruhi *Green Satisfaction* pada cat Nippon Paint (*Green Choice Series*) di Jakarta Utara.

5. Dimensi Waktu

Penelitian ini merupakan penelitian studi *cross sectional*, yaitu pengumpulan data yang dilakukan hanya sekali dalam suatu periode tertentu. Pengumpulan data pada penelitian ini dilakukan hanya satu kali, yaitu pada saat pembagian kuisioner kepada para pelanggan Nippon Paint.

6. Cakupan Topik

Penelitian ini menggunakan penelitian statistik, karena ini bertujuan untuk memperoleh karakteristik populasi dengan membuat kesimpulan dari karakteristik sampel. Hipotesis dalam penelitian ini diuji secara kuantitatif.

7. Lingkungan Penelitian

Penelitian ini menggunakan kondisi actual (kondisi lapangan), Penelitian ini mengkaji peran *Green Brand Image* dan *Green Brand Trust* mempengaruhi *Green Satisfaction* pada produk cat Nippon Paint (*Green Choice Series*) di Jakarta Utara.

8. Persepsi Peserta

Persepsi peserta secara tidak langsung mempunyai pengaruh terhadap hasil penelitian. Dalam penelitian ini peneliti berusaha agar peserta tidak merasakan adanya penyimpangan dari rutinitas sehari-hari, sehingga persepsi yang dihasilkan adalah nyata sesuai dengan keadaan sebenarnya.



C. Variabel Penelitian

Berdasarkan batasan masalah yang akan diteliti, diperoleh beberapa variabel yang akan digunakan sebagai bahan analisis dari penelitian ini, yaitu *Green Brand Image*, *Green Brand Trust*, dan *Green Satisfaction* yang dioperasionalisasikan sebagai berikut:

1. *Green Brand Image*

Green Brand Image (citra merek hijau) merupakan sekumpulan persepsi dari sebuah merek dalam benak konsumen yang terkait dengan komitmen kelingkungan dan perhatian kelingkungan. Pengukuran variabel citra merek hijau menurut penelitian Chen (2009) adalah melalui lima indikator dan butir pertanyaan yang disajikan pada table 3.1 di bawah ini.

Tabel 3.1

Butir Pernyataan *Green Brand Image*

Variabel	Indikator	Butir Pernyataan	Skala
<i>Green Brand Image</i> (Diadaptasi dari Chen, 2009)	Komitmen Kelingkungan	Nippon Paint selalu berkomitmen dalam menjaga lingkungan.	Interval
	Reputasi Kelingkungan	Merek cat Nippon Paint terkenal sebagai merek yang ramah lingkungan	Interval
	Kinerja Kelingkungan	Produk yang dihasilkan Nippon Paint Ramah lingkungan.	Interval
	Perhatian Kelingkungan	Nippon Paint selalu memperhatikan kelestarian lingkungan dengan membuat produk-produk yang ramah lingkungan.	Interval
	Janji Kelingkungan	Nippon Paint berjanji melestarikan lingkungan melalui produk-produknya yang ramah lingkungan.	Interval

Hak cipta dimiliki IBI KKG (Kantor Statistik 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 mengumumkannya dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.



2. Green Brand Trust

Green Brand Trust adalah sebuah kehendak untuk bergantung pada sebuah produk, jasa, atau merek atas dasar keyakinan atau harapan yang dihasilkan dari kredibilitas, perbuatan baik, dan kecakapan tentang kinerja lingkungan. Indikator dan butir pertanyaan *Green Brand Trust* menurut penelitian Chen (2009) disajikan dalam table 3.2.

Tabel 3.2

Butir Pernyataan *Green Brand Trust*

Variabel	Indikator	Butir Pernyataan	Skala
Green Brand Trust (Diadaptasi dari Chen, 2009)	Komitmen lingkungan merek dapat diandalkan	Saya percaya Nippon Paint selalu berkomitmen membuat produk yang ramah lingkungan.	Interval
	Tergantung pada kinerja merek	Saya selalu memakai cat Nippon Paint karena produknya menghasilkan kinerja yang baik.	Interval
	Argumen lingkungan dapat dipercaya	Produk yang dibuat Nippon Paint dapat dipercaya sebagai produk yang ramah lingkungan.	Interval
	Perhatian lingkungan merek dapat dipercaya	Saya percaya Nippon Paint selalu memperhatikan lingkungan dengan membuat event serta produk ramah lingkungan.	Interval
	Merek memegang janji dan komitmen perlindungan lingkungan	Merek cat Nippon Paint selalu berkomitmen menjaga kelestarian lingkungan melalui produknya yang ramah lingkungan.	Interval

3. Green Satisfaction

Green Satisfaction adalah tingkat kesenangan mengonsumsi dalam hubungan dengan pemenuhan kepuasan sebuah keinginan lingkungan pelanggan,



harapan berkelanjutan, dan kebutuhan hijau. Indikator dan butir pertanyaan *Green*

Satisfaction menurut penelitian Chen (2009) disajikan dalam table 3.3

Tabel 3.3

Butir Pernyataan *Green Satisfaction*

Variabel	Indikator	Butir Pernyataan	Skala
Green Satisfaction (Diadaptasi dari Chen, 2009)	Kebahagiaan dalam memutuskan memilih merek ramah lingkungan	Saya bahagia dengan merek Nippon Paint saat memutuskan untuk memilih merek yang ramah lingkungan.	Interval
	Kepercayaan membeli merek ramah lingkungan yang tepat	Saya percaya Nippon Paint adalah merek yang tepat jika membeli produk ramah lingkungan.	Interval
	Kesenangan membeli merek ramah lingkungan	Saya merasa senang setelah membeli produk ramah lingkungan dari Nippon Paint.	Interval
	Kepuasan membeli merek ramah lingkungan	Saya merasa puas setelah membeli produk ramah lingkungan dari Nippon Paint.	Interval

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

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

Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie

D. Teknik Pengumpulan Data

Jenis data, sumber data dan teknik pengumpulan data adalah sebagai berikut :

1. Jenis dan Sumber Data

Data yang dikumpulkan dalam penelitian ini adalah data primer. Data primer didapatkan melalui komunikasi menggunakan kuisisioner yang disebarakan kepada reponden yang pernah memakai produk Nippon Paint. Untuk memperoleh

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.



data tersebut penulis menggunakan *Google Docs (Google Forms)*, dimana para pelanggan Nippon Paint dapat mengisi kuisisioner, sehingga dapat mengisi kuisisioner secara online lewat internet sehingga dapat menjangkau konsumen tanpa keterbatasan wilayah.

2. Teknik Pengumpulan Data

Dalam penelitian ini, teknik pengumpulan data yang digunakan adalah teknik komunikasi dengan cara menggunakan kuesioner yang disebarakan kepada responden. Jenis kuesioner yang digunakan adalah pertanyaan tertutup.

Berdasarkan daftar pertanyaan pada kuesioner yang dibuat oleh peneliti, untuk menentukan penilaian skor atas jawaban yang diberikan oleh responden, peneliti menetapkan nilai masing – masing jawaban yang diperoleh berdasarkan skala Likert. Skala Likert digunakan untuk mengatur sikap, pendapatan dan persepsi seseorang atau sekelompok orang tentang fenomena sosial. 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 dari 1 sampai 5. Nilai 1 untuk jawaban *unfavourable* dan nilai 5 untuk *favourable*.

E. Teknik Pengambilan Sampel

Teknik pengambilan sampel yang digunakan dalam penelitian ini adalah dengan menggunakan *nonprobability sampling*, peneliti menggunakan seleksi elemen-elemen untuk mengurangi bias pengambilan sampel. Oleh karena itu, dengan metode *nonprobability sampling*, peneliti dapat menyakinkan bahwa sampel merupakan perwakilan populasi dari mana sampel ditarik dan error dalam pengambilan sampel juga dapat dikurangi.

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



Teknik pendekatan yang digunakan adalah *judgement sampling*, yaitu sampel nonprobabilitas yang pengambilan anggotanya berdasarkan kriteria tertentu.

Kriteria yang digunakan adalah konsumen yang pernah maupun sering membeli cat tembok Nippon Paint, sehingga penyebaran kuisioner terarah kepada kriteria tersebut, yaitu kepada pelanggan yang pernah membeli cat tembok Nippon Paint lebih dari 1 kali.

F. Teknik Analisis Data

Dalam penelitian ini menggunakan analisis SPSS 21.0 dalam pengembangan dan pengujian model serta pengolahan data.

1. Evaluasi Model Pengukuran

a. Uji Validitas

Uji validitas merupakan suatu uji yang bertujuan untuk menentukan kemampuan suatu indikator dalam mengukur variabel laten. Validitas suatu indikator dapat dievaluasi dengan tingkat signifikansi pengaruh antara suatu variabel laten dengan indikatornya. Item pernyataan dikatakan valid apabila $p\text{-value} < 0,05$ dan $factor\ loading > 0,5$ (Ghozali dan Latan, 2014:106).

b. Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas adalah suatu pengujian untuk menentukan konsistensi pengukuran indikator – indikator dari variabel suatu variabel laten. Uji reliabilitas dipakai untuk menunjukkan sejauh mana suatu pengukuran relatif konsisten apabila pengukuran dilakukan berulang dua kali atau lebih. Indikator pernyataan dinyatakan reliabel apabila nilai dari Cronbach's Alpha $> 0,6$.



2. Analisis Deskriptif

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

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

Analisis deskriptif adalah transformasi data mentah ke dalam bentuk yang mudah dipahami atau diinterpretasi. Analisis deskriptif bertujuan untuk mengetahui karakteristik setiap variabel dalam sampel (Simamora, 2004:231).

a. Rata – rata hitung (\bar{x})

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

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

Keterangan:

\bar{x} = rata – rata hitung

x_i = nilai sampel ke- i

n = jumlah sampel

b. Analisis Presentase

Analisis presentase adalah analisis yang digunakan untuk mengetahui karakteristik responden, yang terdiri dari jenis kelamin, usia, pekerjaan, dan sebagainya. Analisis profil dilakukan dengan menghitung presentase dengan menggunakan rumus:

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.



$$Fr_i = \frac{\sum f_i x_i}{\sum f_i} \times 100\%$$

Keterangan:

Fr_i = frekuensi relative ke – i setiap kategori

$\sum f_i$ = jumlah kategori yang termasuk kategori i

n = total responden

c. Rata – rata tertimbang

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

Keterangan:

\bar{x} = skor rata – rata tertimbang

f_i = frekuensi

x_i = bobot nilai

$\sum f_i$ = jumlah responden

d. Rentang Skala

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

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

Keterangan:

Rs = rentang skala penelitian

m = banyaknya kategori

© 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.



Skor terbesar adalah 5 dan skor terkecil adalah 1, jumlah kelas atau

kategori 5, maka dapat ditentukan rentang skalanya sebagai berikut:

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

Rata-Rata Skor	Keterangan
Sangat Tidak Setuju	1 – 1,80
Tidak Setuju	1,81 – 2,60
Netral	2,61 – 3,40
Setuju	3,41 – 4,20
Sangat Setuju	4,21 – 5,00

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

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

3. Skala Likert

Skala Likert merupakan skala yang digunakan untuk mengukur tanggapan partisipan dengan member skor numerik yang mencerminkan tingkat kesukaan, dan skor – skor ini dapat mengukur sikap partisipan secara keseluruhan. Penggunaan skala likert akan menghasilkan data interval (Cooper dan Schindler, 2006:40). Penelitian ini akan menggunakan skala likert dimana responden diberikan pilihan untuk memilih dengan lima tingkat sebagai berikut:

Sangat Tidak Setuju	Tidak Setuju	Netral	Setuju	Sangat Setuju
1	2	3	4	5

Analisis Regresi Linier Berganda

Penelitian ini akan menggunakan analisis regresi ganda dengan persamaan regresinya adalah: $Y = \beta_0 + \beta_1X_1 + \beta_2X_2 + \beta_3X_3 + \varepsilon$

Untuk mengestimasi diharapkan memenuhi persamaan:

$$\hat{Y} = b_0 + b_1X_1 + b_2X_2 + b_3X_3$$

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. 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.

Keterangan:

\hat{Y} : variabel dependen (Green Satisfaction)

X1, X2: variabel independen (Green Brand Image, Green Brand Trust)

b_0 : konstanta

$b_1 b_2$: koefisien regresi

4. Uji Asumsi Klasik

a. Uji Normalitas Residual

Uji normalitas residual dilakukan untuk melihat apakah residual yang dihasilkan dalam metode regresi berdistribusi normal atau tidak. Model regresi yang baik adalah model yang memiliki residual yang berdistribusi normal. Uji *Kolmogorov-Smirnov*.

H_0 : residual data berdistribusi normal (*Kolmogorov-Smirnov*)

H_a : residual data berdistribusi tidak normal (*Kolmogorov-Smirnov*)

Dasar pengambilan keputusan :

Tidak tolak H_0 bila probabilitas ≥ 0.05

Tolak H_0 bila probabilitas ≤ 0.05

b. Uji Heteroskedastisitas

Pengujian ini bertujuan untuk mengetahui apakah dalam model regresi terdapat ketidaksamaan varians dari residual satu pengamatan ke pengamatan lain. Jika varians residual antar



pengamatan tetap, maka disebut homoskedastisitas namun jika berbeda disebut heteroskedastisitas. Model regresi yang baik adalah yang homoskedastisitas. Umumnya data cross - section mengalami heteroskedastisitas karena data ini menghimpun data yang mewakili berbagai ukuran (kecil, sedang, dan besar) (Imam Ghozali, 2006:125). Untuk melakukan uji heteroskedastisitas, peneliti menggunakan bantuan program SPSS 20. Pengujian heteroskedastisitas menggunakan Uji Geljser. Glejser mengusulkan untuk meregres nilai absolut residual (U_t) terhadap variabel independen, dengan persamaan regresi sebagai berikut:

Kriteria pengambilan keputusan adalah sebagai berikut:

1. Jika semua nilai sig. $> 0,05$ maka tidak terjadi heteroskedastisitas.
2. Jika ada satu nilai sig. $< 0,05$ maka terjadi heteroskedastisitas.

c. Uji Autokorelasi

Pengujian ini bertujuan untuk mengetahui apakah dalam model regresi terdapat korelasi antara kesalahan pengganggu pada periode t dengan kesalahan pengganggu pada periode $t-1$ (periode sebelumnya). Jika terjadi korelasi, maka dinamakan terdapat masalah autokorelasi. Masalah ini timbul karena kesalahan pengganggu (residual) tidak bebas dari satu observasi ke observasi lainnya. Hal ini sering ditemukan pada data time series (Imam Ghozali, 2006:99).

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 regresi yang baik adalah yang bebas dari autokorelasi.

Pengujian autokorelasi ini menggunakan Uji Durbin-Watson (DW Test). Hipotesis pengujian adalah sebagai berikut:

H_0 : tidak ada otokorelasi ($r = 0$).

H_a : ada otokorelasi. ($r \neq 0$)

d. Uji Multikolinieritas

Menurut Imam Ghozali (2006:95), uji multikolinieritas bertujuan untuk menguji apakah model regresi ditemukan adanya korelasi antar variabel bebas. Model regresi yang baik seharusnya tidak terjadi korelasi di antara variabel independen. Jika variabel independen saling berkorelasi, maka variabel-variabel ini tidak orthogonal. Variabel orthogonal adalah variabel independen yang nilai korelasi antar sesama variabel independen sama dengan nol. Multikolinieritas terjadi jika terdapat korelasi linier yang sangat tinggi diantara beberapa atau semua variabel independen. Uji multikolinieritas bertujuan untuk menguji apakah pada model regresi ditemukan adanya korelasi antar variabel bebas. Model regresi yang baik seharusnya tidak terjadi multikolinieritas di antara variabel bebas. Adanya multikolinieritas dapat dilihat dari nilai tolerance atau VIF (*Variance Inflation Factor*) dari masing-masing variabel dengan menggunakan software SPSS 20.0

Dasar pengambil keputusan :

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. Jika nilai tolerance > 0.10 atau VIF < 10 maka tidak terdapat multikolinieritas.
2. Jika nilai tolerance ≤ 0.10 atau VIF ≥ 10 maka terdapat multikolinieritas.

4. Uji Keberartian Model (Uji F)

Uji F digunakan untuk melihat signifikan model regresi, apakah model regresi penelitian fit dan layak untuk digunakan dalam penelitian.

Kriteria

yang digunakan dalam menentukan suatu model regresi signifikan atau tidak signifikan dengan menggunakan SPSS 20.0 adalah sebagai berikut :

$$H_0 : \beta_1 = \beta_2 = \beta_3 = \beta_4 = 0$$

Ha: tidak semua $\beta_i = 0$

1. Dari tabel ANOVA diperoleh nilai F hitung dengan Sig. F untuk model regresi.
2. Bandingkan nilai Sig. F dengan $\alpha = 0.05$
 - a. Jika nilai Sig. F ≥ 0.05 maka model tidak layak untuk digunakan dalam penelitian.
 - b. Jika nilai Sig. F < 0.05 maka model layak untuk digunakan dalam penelitian.

5. Uji Signifikan Koefisien (Uji t)

Uji t digunakan untuk melihat signifikan model regresi, apakah setiap variabel independen berpengaruh pada variabel dependen. Pengambilan keputusan untuk menerima atau menolak



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

hipotesis dalam penelitian didasarkan pada pertimbangan signifikan koefisien dari setiap variabel independen terhadap variabel dependen. Kriteria yang digunakan dalam menentukan suatu variabel independen signifikan atau tidak signifikan dengan menggunakan SPSS 21.0 adalah sebagai berikut:

$$H_0 : \beta_i = 0 (i = 1,2,3,4)$$

Kriteria pengambilan keputusan adalah sebagai berikut:

- a. Jika nilai $\text{Sig} \leq \alpha$ atau $t \text{ hitung} \geq t \text{ tabel}$, maka tolak H_0 yang berarti variabel independen berpengaruh signifikan terhadap variabel dependen.
- b. Jika nilai $\text{Sig} > \alpha$ atau $t \text{ hitung} < t \text{ tabel}$, maka tidak tolak H_0 yang berarti variabel independen tidak berpengaruh signifikan 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.