



## BAB III

### METODE PENELITIAN

#### A. Obyek Penelitian

Obyek dalam penelitian ini adalah konsumen Indomie. Menurut Philip Kotler dalam bukunya *Prinsiples of Marketing* (2010, diakses 18 April 2015) konsumen didefinisikan semua individu dan rumah tangga yang membeli atau memperoleh barang atau jasa untuk dikonsumsi pribadi. Konsumen Indomie yang menjadi obyek penelitian adalah orang-orang yang sudah pernah membeli produk Indomie, baik baru pertama kali atau konsumen loyal Indomie.

Dalam penelitian ini, peneliti akan membahas pengaruh dari citra merek (*brand image*) dan promosi penjualan Indomie yang akan mempengaruhi keputusan pembelian seorang konsumen. Peneliti memilih responden konsumen Indomie karena pengaruh keunikan citra merek dan promosi penjualan Indomie bisa diukur langsung melalui konsumen, dan memang suatu *brand* menciptakan citra merek agar dapat diingat oleh konsumennya. Hal ini dikarenakan konsumen sendiri yang melakukan keputusan pembelian.

Peneliti merasa tertarik untuk meneliti bagaimana pengaruh brand image dan promosi penjualan Indomie tersebut terhadap keputusan pembelian konsumen Indomie.

Dalam penelitian ini yang menjadi konsumen adalah pengunjung Pekan Raya Jakarta tahun 2015 yang akan digelar mulai tanggal 29 Mei 2015 sampai dengan 5 Juli 2015.

#### B. Desain Penelitian

Jenis penelitian ini adalah penelitian kuantitatif eksplanatif. Penelitian ini dilakukan dengan menghubungkan atau mencari sebab akibat antara dua atau lebih konsep



(variabel) yang akan diteliti. Variabel adalah konsep yang bisa diukur (Kriyantono 2010:

69) ©

Metode penelitian yang dipakai dalam penelitian ini adalah metode penelitian survei. Survei adalah metode riset dengan menggunakan kuesioner sebagai instrumen pengumpulan datanya. Tujuannya untuk memperoleh informasi tentang sejumlah responden yang dianggap mewakili populasi tertentu. Umumnya, dalam metode ini, pengumpulan dan analisis datanya bersifat sangat terstruktur dan mendetail melalui kuesioner (Kriyantono, 2010: 59).

Menurut Bilson Simamora (2004: 112), data survei tentunya adalah data primer. Dalam metode ini, sudah pasti teknik komunikasi berupa tanya jawab (baik secara langsung maupun tidak langsung) dilakukan dengan responden. Metode survei memiliki beberapa kelebihan, diantaranya adalah (1) prosesnya dapat dilakukan secara cepat dan efisien, (2) pertanyaan yang diberikan terstruktur, sehingga hasilnya reliable dan akurat, (3) penggunaan pertanyaan respon tetap (*fixed-response question*) yang dapat mengurangi hasil yang bervariasi. Selain itu, (4) pengkodean, analisis, dan interpretasi data relatif sederhana dalam survei.

### C Variabel Penelitian

Menurut Mayer, seperti dikutip Kriyantono (2010: 20) variabel adalah konsep dalam bentuk konkret atau konsep operasional. Suatu variabel adalah konsep tingkat rendah, yang acuan – acuannya secara relatif mudah diidentifikasi dan diobservasi serta mudah diklasifikasi, diurut atau diukur.

Menurut pemahaman Simamora (2004: 26) variabel dapat didefinisikan sebagai segala sesuatu yang biasa memiliki keragaman nilai. Variabel dapat didefinisikan juga

sebagai karakteristik, sifat, atribut yang diukur atau simbol yang kepadanya nilai-nilai diberikan.

Penelitian ini merupakan analisis multivariat. Menurut Kriyantono (2010: 22), analisis multivariat adalah analisis yang dilakukan untuk menguji hubungan lebih dari satu variabel bebas (independen) terhadap variabel tak bebas (dependen). Dalam penelitian ini, yang menjadi variabel bebas (*independent variable*) adalah *brand image* ( $X_1$ ) dan promosi penjualan ( $X_2$ ). Dan yang menjadi variabel terikat (*dependent variable*) adalah keputusan pembelian ( $Y$ ).

**Tabel 3.1**

**Variabel-Variabel Penelitian**

| Variabel              | Dimensi                                     | Indikator   | Instrumen    |
|-----------------------|---|---|--------------|
| Brand Image ( $X_1$ ) | Citra Pembuat<br>( <i>Corporate Image</i> ) | PT Indofood sebagai perusahaan kelas dunia memiliki kualitas yang baik namun dengan harga terjangkau dibandingkan dengan pesaingnya | Skala Likert |
|                       |   | PT Indofood menjadi <i>top of mind</i> dalam kategori perusahaan mie instan dalam pikiran konsumen                                  | Skala Likert |
|                       |   | PT Indofood yang memproduksi Indomie adalah perusahaan yang tidak diragukan lagi kualitas produksinya                               | Skala Likert |
|                       | Citra Pemakai<br>( <i>User Image</i> )      | Konsumen mengetahui tentang aneka pilihan rasa yang dimiliki Indomie  | Skala Likert |
|                       |   | Konsumen merasa puas setelah mengonsumsi Indomie  | Skala Likert |
|                       |   |   |              |





|  |  |   |  |              |
|--|--|---|--|--------------|
| <b>© Hak cipta milik IBI KKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)</b> | Citra Produk<br>( <i>Product Image</i> ) | Produk Indomie dapat dengan mudah dikenali oleh konsumennya                                     | Skala Likert   |              |
|  |  | Produk Indomie memiliki kemasan yang sangat menarik   | Skala Likert   |              |
|  |  | Indomie adalah produk mie instan yang aman dikonsumsi setiap waktu                              | Skala Likert   |              |
|  |  | Indomie adalah produk mie instan dengan pilihan rasa yang lebih lengkap dibandingkan pesaingnya | Skala Likert   |              |
| <b>© Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie</b>                           | Promosi Penjualan<br>(X <sub>2</sub> )   | Hadiah  | Indomie mengadakan suatu kontes atau permainan untuk memenangkan hadiah  | Skala Likert |
|  |  | Promosi Silang  | Indomie menggunakan mereknya untuk mengiklankan merek lainnya yang tidak bersaing (misalnya, sesama produk Indofood) | Skala Likert |
|  |  | Penurunan Harga   | Indomie memberikan penurunan harga langsung (diskon langsung) untuk setiap pembelian                                 | Skala Likert |
|  |  | Tampilan dan Demonstrasi  | Indomie memberikan atau melakukan demonstrasi atau tampilan produk pada titik penjualan atau pembelian               | Skala Likert |
|  |  | Kemasan Harga   | Indomie menawarkan harga hemat produk regular yang ditempelkan pada label atau kemasan                               | Skala Likert |

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.



|   |  |  |              |
|---|--|--|--------------|
| <p><b>© Hak cipta milik IBI KKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)</b></p> <p>Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang</p> <p><b>Keputusan Pembelian (Y)</b></p> <p><b>Instititut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie</b></p> | <p><i>Trial Purchases</i></p>                | Anda melakukan pembelian percobaan karena melihat display produk Indomie                                   | Skala Likert |
|   |  | Anda melakukan pembelian produk Indomie percobaan karena rekomendasi dari teman                            | Skala Likert |
|   |  | Anda melakukan pembelian percobaan setelah melihat promosi penjualan yang dilakukan Indomie                | Skala Likert |
|   | <p><i>Repeat Purchases</i></p>               | Anda melakukan pembelian ulang karena kualitas produk Indomie  | Skala Likert |
|   |  | Anda melakukan pembelian ulang karena harga Indomie terjangkau   | Skala Likert |
|   |  | Anda melakukan pembelian ulang karena produk Indomie sesuai dengan selera anda                             | Skala Likert |
|   | <p><i>Long Term Commitment Purchases</i></p> | Anda melakukan pembelian lagi di waktu yang akan datang karena percaya terhadap produk Indomie             | Skala Likert |
|   |  | Anda melakukan pembelian lagi di waktu yang akan datang karena produk Indomie sesuai dengan kebutuhan anda | Skala Likert |
|   |  | Anda melakukan pembelian lagi di waktu yang akan datang karena sangat menyukai produk Indomie              | Skala Likert |
|   |  | Anda melakukan pembelian lagi di waktu yang akan datang karena Indomie adalah <i>brand</i> terkenal        | Skala Likert |

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 Pengumpulan Data

Berdasarkan pemahaman Arikunto, yang dikutip oleh Kriyantono (2010: 96), instrumen pengumpulan data atau disebut sebagai instrument riset adalah alat bantu yang dipilih dan digunakan oleh seorang peneliti dalam kegiatan pengumpulan data agar kegiatan itu menjadi sistematis dan dipermudah olehnya. Berbeda dengan metode pengumpulan data yang masih bersifat abstrak, namun instrumen riset ini merupakan sarana yang bisa diwujudkan dalam bentuk benda. Contoh: angket (kuesioner), daftar cocok (*checklist*), skala, pedoman wawancara (*interview guide*), soal ujian, dan lainnya.

Melihat permasalahan yang diangkat dalam penelitian ini, peneliti menggunakan metode pengumpulan data yaitu kuisisioner sebagai data primer. Alat pengumpulan data juga disesuaikan dengan teknik pengumpulan data. Adapun deskripsi alat pengumpulan data adalah sebagai berikut :

### 1. Kuesioner

Menurut Kriyantono (2010: 97), kuesioner (angket) adalah daftar pertanyaan yang harus diisi oleh responden. Kuesioner bias dikirim melalui pos atau periset mendatangi langsung responden. Biasa diisi saat periset datang sehingga pengisiannya didampingi periset, bahkan periset dapat bertindak sebagai pembaca pertanyaan dan responden tinggal menjawab berdasarkan jawaban yang disediakan. Kuesioner bisa diisi sendiri oleh responden tanpa bantuan atau kehadiran periset. Tujuan penyebaran kuesioner adalah mencari informasi yang lengkap mengenai suatu masalah dari responden tanpa merasa khawatir bila responden memberikan jawaban yang tidak sesuai dengan kenyataan dalam pengisian daftar pertanyaan.



## 2. Skala Pengukuran Likert

Skala Likert digunakan untuk mengukur sikap seseorang tentang sesuatu objek sikap yang telah ditentukan secara spesifik dan sistematis oleh periset (Kriyantono, 2010:138-139). Indikator-indikator dari variabel sikap terhadap suatu objek merupakan titik tolak dalam membuat pertanyaan atau pernyataan yang harus diisi responden. Setiap pertanyaan atau pernyataan tersebut dihubungkan dengan kata-kata dan bobot nilai seperti tabel 3.2 berikut ini:

**Tabel 3.2**  
**Skala Likert**

| KATEGORI            | BOBOT NILAI |
|---------------------|-------------|
| Sangat Setuju       | 5           |
| Setuju              | 4           |
| Netral              | 3           |
| Tidak Setuju        | 2           |
| Sangat Tidak Setuju | 1           |

## E. Teknik Pengambilan Sampel

Dalam riset sosial, seorang periset tidak harus meriset seluruh objek yang dijadikan pengamatan. Hal ini disebabkan keterbatasan yang dimiliki baik biaya, waktu, atau tenaga. Periset dapat mempelajari, memprediksi, dan menjelaskan sifat –sifat suatu objek atau fenomena hanya dengan mempelajari dan mengamati sebagian dari objek atau fenomena tersebut (Kriyantono 2010: 153).



Sebagian dari keseluruhan objek atau fenomena yang akan diamati inilah yang disebut sampel. Sedangkan keseluruhan objek atau fenomena yang diriset disebut populasi. Menurut Sugiyono, seperti dikutip oleh Kriyantono (2010: 153), menyebut populasi sebagai wilayah generalisasi yang terdiri dari objek atau subjek yang mempunyai kuantitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh periset untuk dipelajari, kemudian ditarik suatu kesimpulan. Dalam penelitian ini yang menjadi populasi adalah pengunjung Pekan Raya Jakarta Tahun 2015.

Menurut Willy Susanto, seorang *Legal Business* dari pihak JIExpo, penyelenggara Pekan Raya Jakarta, ada sekitar 1000 sampai 3000 orang pengunjung Pekan Raya Jakarta setiap harinya (data berdasarkan penjualan jumlah tiket Pekan Raya Jakarta). Namun, tidak terdapat data tentang profil jumlah pengunjung secara tepat. Oleh karena itu peneliti tidak dapat menggunakan *probability sampling*, yakni teknik yang memberikan peluang yang sama bagi setiap anggota populasi untuk terpilih sebagai sampel, dengan syarat tersedianya kerangka sampel (Kriyantono 2010: 154-155).

Teknik pengambilan sampel yang digunakan oleh penulis dalam penelitian ini adalah *non-probability sampling*, karena pada penelitian ini tidak diketahui kerangka sampel yang jelas. Menurut Kriyantono (2010: 158), *non-probability sampling* adalah sampel tidak melalui teknik random (acak), di sini semua anggota populasi belum tentu memiliki peluang yang sama untuk dipilih menjadi sampel, disebabkan pertimbangan-pertimbangan tertentu oleh periset. Teknik ini dipilih karena tidak diketahui jumlah pasti populasi dan tidak memiliki kerangka sampling. Secara lebih spesifik, peneliti menggunakan metode *convenience sampling* yang merupakan bagian dari *non-probability sampling*.



Menurut Ruslan (2010:158, diakses pada 24 April 2015), *convenience sampling* merupakan metode dimana sampel dipilih berdasarkan adanya kemudahan tersendiri bagi peneliti, sampel bersifat tidak terbatas, sehingga peneliti memiliki kebebasan untuk memilih sampel yang mengeluarkan biaya paling minimal, cepat dan mudah didapat. Sedangkan berdasarkan pemahaman Kriyantono (2010: 160), *convenience sampling* (sampel berdasarkan kemudahan) adalah sampel berdasarkan kemudahan data yang dimiliki populasi, periset bebas memilih siapa saja anggota populasi yang mempunyai data yang berlimpah dan mudah diperoleh periset.

Dalam penelitian ini, peneliti akan mengambil 150 sampel yaitu pengunjung Pekan Raya Jakarta tahun 2015 yang sedang berada di sekitar stand Indomie Pekan Raya Jakarta 2015 dan sedang melakukan pembelian atau sedang mengkonsumsi produk Indomie. Dalam 38 hari dilaksanakannya Pekan Raya Jakarta tahun 2015, peneliti akan mengambil sampel selama kurang lebih 10 hari. Dan untuk pra-kuesioner, peneliti akan mengambil sampel pada satu minggu pertama digelarnya Pekan Raya Jakarta tahun 2015, yakni tanggal 29 Mei 2015 sampai 5 Juni 2015.

## F Teknik Analisis Data

Menurut Moleong, seperti dikutip dalam Kriyantono (2010: 167) mendefinisikan analisis data sebagai proses mengorganisasikan dan mngurutkan data ke dalam pola, kategori, dan satuan uraian dasar sehingga dapat ditemukan tema dan dapat dirumuskan hipotesis kerja seperti yang disarankan oleh data. Penelitian yang dilakukan adalah penelitian kuantitatif, maka data risetnya berbentuk angka – angka. Analisis datanya berupa penghitungan melalui uji statistik.

Sebelum menganalisa data yang telah terkumpul, data tersebut akan diolah dan disederhanakan. Tahap – tahap pengolahan data yang akan dilakukan, meliputi:

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.



### 1. *Editing*

Editing adalah suatu kegiatan yang bertujuan untuk meneliti kembali apakah isian pada lembar pada pengumpulan data (kuesioner) sudah cukup baik sebagai upaya menjaga kualitas data agar dapat diproses lebih lanjut. Pada saat melakukan penelitian, apabila ada soal yang belum terisi oleh responden maka responden diminta untuk mengisi kembali dan apabila ada jawaban ganda pada kuesioner maka dianggap salah.

### 2. *Coding dan Skoring*

*Coding* adalah mengklasifikasikan jawaban dari responden menurut kriteria tertentu. Yaitu dengan memberi nilai 1 – 5 berdasarkan jenis pertanyaan yang tertera. Sedangkan *scoring* adalah penentuan jumlah skor, dalam penelitian ini menggunakan skala likert yang terdiri dari lima bentuk penilaian.

### 3. Uji Validitas

Uji validitas dilakukan untuk menilai kesahihan riset yang dilakukan serta mengetahui apakah ada butir – butir pertanyaan dari kuesioner yang harus dibuang atau diganti. Menurut Supranto (1997:70) validitas menunjukkan tingkat atau derajat untuk menunjukkan mana bukti mendukung kesimpulan yang ditarik dari skor yang diturunkan. Suatu kuesioner yang memuat pertanyaan yang tidak jelas bagi responden termasuk tidak valid.

Pengujian validitas ini menggunakan rumus Korelasi *Product Moment* atau *Pearson's Correlation*, yaitu:

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

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



di mana:

$r$  = nilai validitas

$n$  = jumlah sampel

$X$  = skor pernyataan

$Y$  = skor total

Setelah hasil kuesioner diperoleh, pada tahap interpretasi akan dibandingkan hasil  $r$  hitung (koefisien korelasi) dan  $r$  tabelnya. Apabila koefisien validitas  $\geq r$  tabel maka dinyatakan valid sedangkan apabila koefisien validitas  $< r$  tabel maka dinyatakan tidak valid.

#### 4. Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas digunakan untuk menunjukkan sejauh mana suatu hasil pengukuran relatif konsisten apabila alat ukur digunakan berulang kali. Menurut Supranto (1997:47) reliabilitas didefinisikan sebagai seberapa jauh pengukuran bebas dari varian kesalahan acak. Rumusnya adalah:

$$r_{11} = 1 - \left( \frac{k}{k-1} \right) \left( \frac{\sum Sb^2}{St^2} \right)$$

Keterangan :

$r_{11}$  = koefisien reliabilitas instrument (*Cronbach's alpha*)

$k$  = jumlah butir pernyataan

$Sb^2$  = total varians butir

$St^2$  = total varians

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.



Rumus mencari varian:

$$S = \sqrt{\frac{\sum x^2 - (\sum x)^2/n}{n - 1}}$$

Keterangan:

n = jumlah sampel

X = nilai skor yang dipilih

Uji reliabilitas menggunakan program komputer SPSS. Jika koefisien reliabilitas  $\geq 0,600$  maka dinyatakan reliabel, sebaliknya apabila koefisien reliabilitas  $< 0,600$  dinyatakan tidak reliabel.

## 5. Uji Normalitas

Menurut Ghazali (2006), uji normalitas bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi, variable bebas dan variable terikat keduanya memiliki distribusi normal atau tidak. Model regresi yang baik adalah memiliki distribusi data normal atau mendekati normal. Dasar pengambilan keputusan uji normalitas yaitu:

- Data berdistribusi normal, jika nilai sig (signifikansi)  $> 0,05$ .
- Data berdistribusi tidak normal, jika nilai sig (signifikansi)  $< 0,05$

## 6. Uji Regresi Linier

Dalam Kriyantono (2010: 183-184), dinyatakan bahwa regresi linier sederhana didasarkan pada hubungan fungsional ataupun kausal satu variabel independen dengan satu variabel dependen. Analisis regresi dilakukan jika korelasi antara dua variabel atau lebih mempunyai hubungan kausal (sebab akibat) atau hubungan fungsional.

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.



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.

$$Y = a + bX$$

Keterangan:

Y = Variabel Dependen

X = Variabel Independen

a = konstanta

b = koefisien regresi

Maka, dapat dirumuskan sebagai berikut:

$$Y_1 = a_1 + b_1X_1$$

$$Y_2 = a_2 + b_2X_2$$

$X_1$  = brand image Indomie

$X_2$  = promosi penjualan Indomie

## 7. Uji Hipotesis

### a. Uji Koefisien Determinasi

Nilai koefisien determinasi ( $R^2$ ) menunjukkan persentase pengaruh semua variable independen terhadap variable dependen. Menjelaskan besarnya kontribusi yang diberikan variabel independen terhadap variabel dependen. Rumus koefisien determinasi dapat ditunjukkan sebagai berikut:



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.

$$KP = r^2 \times 100\%$$

Keterangan:

KP = Koefisien penentu atau koefisien determinasi

$r^2$  = Koefisien Korelasi.

### b. Uji Statistik T

Uji Statistik t digunakan untuk mengetahui kualitas keberartian regresi antara tiap-tiap variabel bebas terdapat pengaruh atau tidak terhadap variabel terikat. Pengujian hipotesis dilakukan dengan uji t menggunakan rumus:

$$t_{hitung} = \frac{r\sqrt{n-2}}{\sqrt{1-(r^2)}}$$

Dengan derajat keberatan sebesar  $\alpha=5\%$  dengan derajat kebebasan (df)=  $n - 2$  pengujian hipotesis dengan ketentuan:

- 1) Jika  $t_{hitung} > t_{tabel}$ , berarti  $H_0$  ditolak,  $H_a$  diterima
- 2) Jika  $t_{hitung} < t_{tabel}$ , berarti  $H_0$  diterima,  $H_a$  ditolak

Dengan progam SPSS 21 didapatkan nilai Sig-t. Kriteria pengambilan keputusan:

- 1) Jika  $(Sig-t) < \alpha$  maka tolak  $H_0$
- 2) Jika  $(Sig-t) > \alpha$  maka terima  $H_0$



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. Uji Statistik F

Pengujian berganda (serempak) dengan melakukan uji F hitung, dengan mencari besarnya F hitung yang akan dibandingkan dengan F tabel. Pengujian F hitung digunakan untuk mengetahui kualitas keberartian regresi antara tiap-tiap variabel bebas secara serempak atau bersamaan terdapat pengaruh atau tidak terhadap variabel terikat. Dengan program SPSS 21 akan didapatkan nilai Sig-F. Kriteria pengambilan keputusan:

1) Jika  $\text{Sig-F} < \alpha$  maka tolak  $H_0$

Artinya, model regresi signifikan (semua variabel independen secara simultan merupakan penjelas yang signifikan terhadap variabel dependen)

2) Jika  $\text{Sig-F} > \alpha$  maka terima  $H_0$

Artinya, model regresi tidak signifikan (semua variabel independen bukan merupakan penjelas yang signifikan terhadap variabel dependen)