

## BAB III

### METODE PENELITIAN

#### 3.1 Obyek Penelitian

Obyek penelitian yang ada dalam penelitian ini adalah aplikasi dompet digital *Shopeepay* di Indonesia yang bergerak dalam bisnis teknologi finansial. Sedangkan subjek penelitian yang terdapat pada penelitian ini merupakan para pengguna *Shopeepay* yang berada di Jakarta yang sudah pernah menggunakan *Shopeepay* untuk bertransaksi.

#### 3.2 Desain Penelitian

Desain penelitian menurut Cooper dan Schindler (2017:148), ada 8 klasifikasi dalam desain penelitian jika dilihat dari perspektif yang berbeda, yaitu :

a. Berdasarkan tingkat perumusan masalah

Studi yang digunakan dalam penelitian ini adalah penelitian formal, karena dalam penelitian ini telah dirumuskan dengan identifikasi masalah sehingga tujuan akhirnya adalah menjawab identifikasi masalah tersebut.

b. Berdasarkan metode pengumpulan data

Penelitian ini dilakukan dengan menggunakan studi komunikasi. Studi komunikasi dilakukan dengan memberikan pertanyaan kepada subyek penelitian dan mengumpulkan respon tersebut berdasarkan makna personal ataupun umum.

c. Pengendalian variabel-variabel oleh peneliti





Pada penelitian ini menggunakan *ex post facto design*, dimana peneliti tidak memiliki kekuatan kontrol atas variabel-variabel, yang artinya peneliti tidak mampu memanipulasi variabel yang ada. Peneliti hanya dapat melaporkan peristiwa yang terjadi atau yang sedang terjadi.

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

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

**d** Tujuan studi

Penelitian ini termasuk dalam studi kasual. Peneliti ingin menguji apakah terdapat pengaruh promosi dan *e-service quality* terhadap loyalitas pelanggan pengguna dompet digital *Shopeepay*.

**e** Dimensi Waktu

Penelitian yang dilakukan ini termasuk dalam penelitian *cross-sectional* karena penelitian ini hanya dilakukan satu kali pada periode tertentu dengan cara menyebarkan kusioner kepada para responden yaitu pengguna dompet digital *Shopeepay* di Jakarta.

**f** Cakupan Topik

Pada penelitian ini termasuk studi statistik yang dimana dilakukan dengan tujuan untuk mengetahui karakteristik populasi dengan membuat kesimpulan dari karakteristik sampel yang didapatkan. Hipotesis dalam penelitian ini diuji secara kuantitatif.

**g** Lingkungan Penelitian

Penelitian ini termasuk dalam penelitian lapangan karena data-data akan didapatkan secara langsung dengan menyebarkan kusioner, serta obyek dan subjek dalam penelitian ini berda dalam lingkungan yang nyata.

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.



h. Kesadaran Persepsi subjek

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

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

### 3.3 Populasi dan Sampel

#### 3.3.1 Penentuan populasi

Pada penelitian ini, populasi yang akan dipilih merupakan populasi yang sebelumnya sudah pernah menggunakan dompet digital *Shopeepay* dan berdomisili di Jakarta.

#### 3.3.2 Penentuan sampel

Sampel merupakan sebagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi tersebut, dengan kata lain, merupakan bagian kecil dari anggota populasi yang diambil dengan prosedur tertentu sehingga dapat mewakili populasi tersebut. Pada penelitian ini, peneliti akan menggunakan metode *Non Probability Sampling* yang merupakan teknik pengumpulan data yang tidak memberi kesempatan yang sama bagi setiap anggota populasi untuk dipilih menjadi sampel penelitian ini.

Cara pengambilan sampel yang dilakukan pada penelitian ini adalah dengan menggunakan metode *judgement sampling (purposive sampling)* yang merupakan teknik pengambilan sampel dilakukan berdasarkan karakteristik yang ditetapkan terhadap elemen populasi target yang disesuaikan dengan masalah dan tujuan penelitian. Pada penelitian ini, responden yang dipilih merupakan pria maupun wanita yang sudah pernah menggunakan dompet digital

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.



*Shopeepay* dan berlokasi di daerah Jakarta dengan jumlah responden adalah 120 responden

Setelah *survey* dilakukan dan kusioner telah diisi dan terkumpul maka langkah selanjutnya adalah dengan melakukan pengolahan data yang berasal dari kusioner tersebut. Data tersebut nantinya akan dianalisis sehingga menjadi informasi yang berguna dalam mendukung penelitian ini. dalam mengolah data ini juga akan menggunakan alat bantu yaitu IBM SPSS Statistics 2.0

### 3.4 Lokasi Penelitian

Lokasi penelitian merupakan tempat dimana sebuah penelitian tersebut dilakukan. Dalam melakukan sebuah penelitian, penentuan lokasi penelitian merupakan hal yang cukup penting dalam penelitian karena dengan ditentukannya lokasi penelitian maka objek dan tujuan menjadi lebih jelas dan mempermudah peneliti dalam melakukan penelitian tersebut.

Pada penelitian ini, lokasi yang ditentukan untuk melakukan penelitian adalah daerah Jakarta. Peneliti memilih lokasi ini karena lokasi tersebut memenuhi syarat-syarat yang telah ditetapkan peneliti dalam melakukan penelitian ini. Sedangkan obyek penelitian pada penelitian ini adalah para pengguna dompet digital *Shopeepay* yang berada di Jakarta

### 3.5 Variabel Penelitian

Tujuan definisi operasional dalam melakukan penelitian pada awalnya untuk memberikan pemahaman dan pengukuran terhadap konsep. Definisi operasional akan



tetap menjadi definisi yang akan digunakan untuk pengembangan hubungan-hubungan yang dikemukakan dalam hipotesis dan teori.

Variabel yang digunakan dalam melakukan penelitian ini adalah variabel dependen dan variabel independen. Menurut Sugiyono (2017:39) mendefinisikan bahwa Variabel dependen merupakan variabel yang dipengaruhi atau yang menjadi akibat karena adanya variabel independen dalam penelitian. Sedangkan variabel independen menurut Sugiyono (2017:39) mengatakan bahwa variabel independen merupakan variabel yang mempengaruhi atau variabel yang menjadi sebab perubahannya atau timbulnya variabel dependen dalam penelitian.

Penelitian yang dilakukan ini terdapat 3 variabel yang akan diteliti yaitu, promosi dompet digital *shopeepay*, kualitas layanan dompet digital *shopeepay* sebagai variabel yang menjadi variabel independen sedangkan loyalitas pelanggan pengguna dompet digital *shopeepay* yang berada di wilayah Jakarta merupakan variabel yang menjadi variabel dependen. Variabel-variabel tersebut dapat diuraikan lebih lanjut sebagai berikut :

a. Variabel independen

Pada penelitian yang dilakukan ini, peneliti menetapkan bahwa variabel independen yang digunakan dalam penelitian ini adalah variabel promosi dan variabel kualitas layanan. Seluruh indikator yang akan digunakan merupakan indikator yang berskala interval dimana indikator tersebut memungkinkan kita untuk melakukan operasi aritmetika tertentu pada data yang dikumpulkan dari responden. Dengan arti lain skala interval tidak hanya mengelompokkan individu menurut kategori tertentu dan menentukan ukuran kelompok saja tetapi juga dapat mengukur besaran perbedaan preferensi antar individu tersebut.

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) Promosi penjualan (X1)

Promosi penjualan merupakan sebuah aktivitas jangka pendek yang dilakukan oleh sebuah merek atau perusahaan dalam rangka untuk menaikkan atau mendorong pembelian atau mendorong penjualan dari sebuah produk atau jasa tersebut dan mempengaruhi konsumen untuk membeli produk yang dimiliki oleh perusahaan tersebut. indikator dalam dimensi promosi penjualan sebagai berikut :

**Tabel 3.1**  
**Dimensi dan Indikator Variabel Promosi Penjualan**

Variabel	Dimensi	Indikator	Skala
Promotion	<i>Samples</i>	Aplikasi <i>Shopeepay</i> memberikan pelayanan gratis tanpa dipungut biaya seperti pembayaran tagihan menggunakan <i>Shopeepay</i>	Interval
	<i>coupons</i>	Aplikasi <i>Shopeepay</i> sering menawarkan kupon/voucher pada pembelian barang di <i>shopee</i> ataupun pembelian makanan di <i>shopeefood</i> dengan pembayaran menggunakan <i>shopeepay</i>	Interval
	<i>Cash refund offers</i>	Aplikasi <i>shopeepay</i> sering memberikan promo pengembalian tunai atau <i>cashback</i> pada saat melakukan pembelian.	interval
	<i>Price pack</i>	Aplikasi <i>Shopeepay</i> menawarkan paket pembelian melalui <i>Shopee</i> seperti pembelian paket internet dengan harga khusus	Interval
	<i>Premiums</i>	Aplikasi <i>shopeepay</i> melalui <i>shopee</i> menawarkan harga atau promo khusus terhadap barang atau jasa khusus pembayaran menggunakan <i>shopeepay</i>	Interval

Sumber : Penulis



**Tabel 3.1**  
**Dimensi dan Indikator Variabel Promosi Penjualan**

Variabel	Dimensi	Indikator	Skala
Promotion	<i>Frequency Programs</i>	Aplikasi <i>shopeepay</i> memberikan hadiah berupa koin tambahan bagi pengguna <i>shopeepay</i> yang diberikan setelah pembelian menggunakan <i>shopeepay</i>	Interval
	<i>Point of purchase displays &amp; demonstrations</i>	Aplikasi <i>Shopeepay</i> sering menampilkan mengenai produk atau jasa yang sedang mendapatkan potongan harga atau <i>cashback</i> di marketplace <i>shopee</i> , <i>shopeeFood</i> maupun retail yang bekerja sama dengan <i>shopee</i> .	Interval
	<i>Contests, sweepstakes, games</i>	Aplikasi <i>Shopeepay</i> melalui <i>Shopee</i> sering melakukan undian <i>grandprize</i> dengan hadiah seperti uang tunai, perjalanan atau barang-barang tertentu.	Interval

Sumber : Penulis

2) *E-service quality* (X2)

*e-service quality* merupakan totalitas fitur dan karakteristik produk atau jasa elektronik dan semua aktivitas yang bersifat tidak kasat mata yang terjadi karena adanya interaksi antara konsumen dengan karyawan atau hal lain yang disediakan oleh perusahaan pemberi layanan untuk memecahkan masalah tersebut. Menurut penelitian ini, terdapat 7 dimensi kualitas layanan yaitu :

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

**Tabel 3.2**  
**Dimensi dan Indikator Variabel *E-Service Quality***

Variabel	Dimensi	Indikator	Skala
<i>E-Service Quality</i>	<i>efficiency</i>	1. Aplikasi <i>Shopeepay</i> berjalan dengan baik 2. Aplikasi <i>Shopeepay</i> memproses sebuah transaksi dengan cepat dan tepat	Interval
	<i>Fulfilment</i>	Setiap layanan yang diberikan oleh <i>shopeepay</i> sesuai dengan keinginan konsumen	Interval
	<i>System availability</i>	Sistem pada aplikasi <i>Shopeepay</i> selalu berjalan dengan baik terutama saat melakukan transaksi	Interval
	<i>Privacy</i>	1. Aplikasi <i>Shopeepay</i> menjamin keamanan data pribadi konsumen 2. Aplikasi <i>Shopeepay</i> menjamin keamanan saldo yang dimiliki oleh konsumen di aplikasi <i>shopeepay</i>	Interval
	<i>responsiveness</i>	Aplikasi <i>shopeepay</i> menangani masalah konsumen dengan baik	interval
	<i>compensation</i>	Aplikasi <i>shopeepay</i> memberikan kompensasi yang baik saat menyelesaikan masalah yang dimiliki oleh konsumen	Interval
	<i>Contact</i>	Aplikasi <i>shopeepay</i> memiliki kontak atau media yang jelas untuk menyampaikan permasalahan dan keluhan konsumen	interval

Sumber : Penulis

### 3) Loyalitas Pelanggan (Y)

Loyalitas pelanggan merupakan sebuah komitmen yang dimiliki oleh konsumen untuk melakukan pembelian ulang pada sebuah merk atau perusahaan. Tidak hanya melakukan pembelian ulang saja, tetapi pelanggan yang sudah loyal terhadap suatu merk atau perusahaan juga akan melakukan rekomendasi kepada orang-orang terdekatnya dan memiliki komitmen untuk



menjaga sikap positif terhadap brand tersebut. Terdapat beberapa dimensi dalam penelitian ini, yaitu :

**Tabel 3.3**  
**Dimensi dan Indikator Variabel Loyalitas Pelanggan**

Variabel	Dimensi	Indikator	Skala
Loyalitas Pelanggan	<i>Makes regular repeat purchase</i>	Pengguna aplikasi <i>Shopeepay</i> menggunakan <i>shopeepay</i> setiap kali melakukan transaksi	Interval
	<i>Purchase Across product or service lines</i>	Pengguna aplikasi <i>shopeepay</i> menggunakan <i>shopeepay</i> selain pembayaran seperti pengisian uang elektronik, isi pulsa atau membayar tagihan	Interval
	<i>Refers other</i>	Pengguna aplikasi <i>shopeepay</i> akan merekomendasikan untuk menggunakan <i>shopeepay</i> kepada orang-orang terdekat	Interval
	<i>Demonstrates an immunity to the full of competition</i>	Pengguna aplikasi <i>shopeepay</i> tidak mudah dipengaruhi oleh promosi aplikasi lain dan tetap menggunakan <i>shopeepay</i> saat transaksi	Interval

Sumber :penulis

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

### 3.6 Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data yang dilakukan dalam penelitian ini menggunakan metode *survey*. Data yang dipelajari diambil dalam populasi, sehingga ditemukan kejadian-kejadian yang berhubungan antara variabel secara sosiologis. Pendekatan yang dilakukan peneliti dalam penelitian ini adalah dengan melakukan pendekatan *survey* yang dikelola dengan menggunakan kusioner. Kusioner merupakan sebuah teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan cara memberi beberapa pertanyaan secara tertulis kepada responden-responden yang akan menjawab kusioner. Nantinya, kusioner akan diberikan kepada responden yang berdomisili di Jakarta dan sudah pernah



menggunakan dompet digital *shopeepay* dalam melakukan transaksi. Pertanyaan-pertanyaan yang akan diajukan nantinya merupakan pertanyaan yang bersifat tertutup, dengan harapan diperoleh informasi mengenai promosi, kualitas layanan, dan loyalitas pelanggan pengguna dompet digital *shopeepay* Jakarta.

### 3.7 Pengolahan Data dan Analisis Data

Setelah menyebarkan kusioner dan sudah mendapatkan data-data yang didapatkan dari hasil penyebaran kusioner tersebut maka selanjutnya akan dilakukan pengolahan data oleh peneliti. Teknik analisis data yang akan digunakan untuk mengolah data tersebut adalah :

#### 3.7.1 Uji validitas Data

Menurut Husein Umar (2019:63), uji validitas data digunakan untuk mencari tahu apakah ada pertanyaan-pertanyaan atau pernyataan-pernyataan yang terdapat di kusioner yang harus di hapus atau di ganti karena tidak mengukur hal-hal variabel yang sedang diteliti tersebut.

Pada penelitian ini, uji validitas yang dilakukan oleh peneliti adalah *corrected item total correlation* dengan rumus *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 :

r = Korelasi *product moment*

n = Jumlah Responden



X = nilai pertanyaan/item

Y = skor total responden

Kriteria utama untuk pengambilan keputusan tersebut adalah :

- (1)  $r\text{-hitung} > r\text{-Tabel}$ , maka pertanyaan yang sedang diteliti valid
- (2)  $r\text{-hitung} < r\text{-Tabel}$  maka pertanyaan yang sedang diteliti tidak valid

**3.7.2 Uji Reliabilitas**

Menurut Gozhali (2018:44), reliabilitas merupakan alat yang digunakan untuk mengukur suatu kusioner yang merupakan sebuah indikator dari variabel-variabel atau konstruk. Kusioner sendiri dapat dikatakan reliable atau handal apabila jawaban seseorang yang menjawab pertanyaan tersebut memiliki konsisten atau kestabilan yang tinggi dari waktu ke waktu. Uji reliabilitas dilakukan untuk mencari tahu bagaimana kuatnya sebuah korelasi butir-butir yang terdapat dalam kusioner tersebut.

Pada pengujian reliabilitas sebuah kusioner maka dapat menggunakan rumus *Cronbach's alpha* sebagai berikut :

$$r_{11} = \left[ \frac{n}{n-1} \right] \left[ 1 - \frac{S_i^2}{S_t^2} \right]$$

Keterangan :

$r_{11}$  = reliabilitas instrumen

n = Banyaknya butir soal

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

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



$S_i^2$  = jumlah varians skor tiap butir

$S_t^2$  = varians skor total

### 3.7.3 Analisis Deskriptif

Analisis deskriptif digunakan untuk memberikan gambaran atau sebuah deskripsi mengenai apa yang dilihat dari nilai rata-rata (*mean*), standar deviasi, varian, maksimum, minimum, *sum*, *range*, *kurtosis*, dan *skewness*. Dalam penelitian ini, analisis deskriptif yang akan digunakan adalah :

a. Rata-rata (*mean*)

Rata-rata adalah sejumlah nilai yang dibagi dengan total dari jumlah pengamatan. Rumus rata-rata atau *mean* adalah :

$$\bar{X} = \sum \frac{f_i \cdot X_i}{n}$$

Keterangan :

$X$  = Skor rata-rata

$f_i$  = Frekuensi pemilihan Nilai

$X_i$  = data

$N$  = jumlah responden

b. Analisis Persentase (%)

Analisis persentasi akan digunakan untuk mengetahui jumlah jawaban terbanyak dalam bentuk persentase. Rumus dari analisis persentase 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 menggunakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.

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

Keterangan :

P = persentase dari responden yang memiliki kategori tertentu

fi = jumlah responden yang menjawab satu jenis pertanyaan tertentu

$\sum fi$  = Jumlah total responden

### c. Rentang Skala

Pengukuran data kusioner yang dilakukan pada penelitian ini menggunakan skala likert. Menurut Sugiyono (2017:93) mendefinisikan bahwa skala likert digunakan untuk mengukur suatu sikap, pendapat dan persepsi seseorang atau sekelompok orang mengenai fenomena sosial. Dalam skala likert, partisipan yang mengisi kusioner diminta untuk menyetujui atau tidak menyetujui setiap pertanyaan yang disediakan. Dari setiap jawaban tersebut akan diberi skor numerik yang akan merefleksikan tingkat kesukaan partisipan terhadap pertanyaan-pertanyaan yang terdapat di kusioner tersebut yang nantinya seluruh jawaban tersebut akan dikumpulkan dan dijumlahkan untuk mengukur sikap keseluruhan partisipan

Pengukuran yang dilakukan pada skala likert dapat menggunakan angka 1 (satu) sampai 5 (lima) sebagai tolak ukur yaitu 1 untuk sangat tidak setuju sampai angka 5 yaitu sangat setuju. Pada penelitian ini, pengukuran skala likert dilakukan dengan menggunakan skala yang bernilai 1 (satu) sampai 5 (lima) pada tabel berikut :



**Tabel 3.4**  
**Tabel Skala Likert**

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

Rentang Skala tersebut bertujuan untuk menentukan posisi responden dengan menggunakan nilai skor di setiap variabel yang ada. Setelah mendapatkan hasil maka diperlukan rumus untuk menghitung rentang skala yaitu :

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

Keterangan :

Rs = Rentang skala penelitian

m = Skor tertinggi pada skala

n = Skor terendah pada skala

b = jumlah kelas atau kategori yang dibuat

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

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

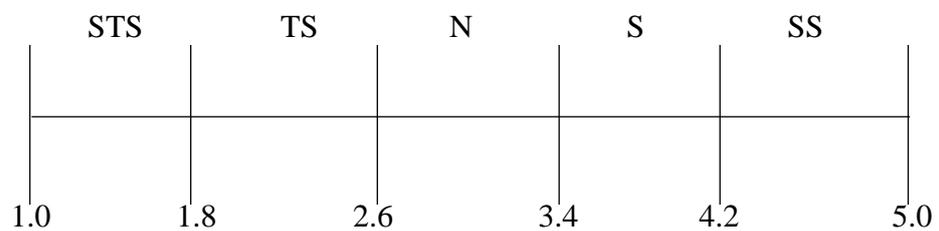
**Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie**

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.

skor terbesar pada skala ini adalah 5 dan skor terkecil adalah 1, maka dapat ditentukan rentang skalanya yaitu:

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

**Gambar 3.1**  
**Rentang Skala**



Keterangan :

- 1.00 – 1.80 = Sangat tidak setuju (STS)
- 1.81 – 2.60 = tidak setuju (TS)
- 2.61 – 3.40 = netral (N)
- 3.41 – 4.20 = setuju (S)
- 4.21 – 5.00 = sangat setuju (SS)

### 3.7.4 Uji Asumsi Klasik

#### a. Uji Normalitas

Menurut Gozhali (2018:53) uji normalitas bertujuan untuk mengetahui apakah distribusi pada sebuah data mengikuti atau mendekati distribusi normal. Distribusi normal yang dimaksudkan adalah distribusi



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.



pada sebuah data dengan memiliki *bell Shaped* (bentuk lonceng). Data yang baik merupakan data yang memiliki pola seperti distribusi normal yaitu data yang tidak berat ke kiri maupun berat ke kanan.

Uji normalitas yang digunakan pada penelitian ini menggunakan uji statistik non-parametrik *kolmogorov-smirnov* (K-S) yang dinyatakan dalam *Asymp. Sig* (2-tailed) dengan keterangan :

- 1) Jika nilai *Asymp. Sig* (2-tailed)  $\geq \alpha$  (0,05) berarti data memiliki nilai residual berdistribusi normal
- 2) Jika nilai *Asymp. Sig* (2-tailed)  $< \alpha$  (0,05) berarti data tidak memiliki nilai residual berdistribusi normal

Dengan hipotesis :

$H_0$  : Data residual berdistribusi normal

$H_a$  : Data residual tidak berdistribusi Normal

#### b. Uji Multikolinieritas

Menurut Gozhali (2018:102), uji multikolinieritas memiliki tujuan untuk menguji apakah model regresi ditemukan adanya korelasi antara variabel bebas. Jika variabel bebas saling berkorelasi, maka variabel-variabel tersebut tidak ortogonal yaitu variabel independen yang nilai korelasi antar sesama variabel independen sama dengan nol. Ada pertimbangan utama untuk melakukan pengambilan keputusan, yaitu :

- 1) Jika nilai VIF  $< 10$ , maka tidak terjadi multikolinieritas
- 2) Jika nilai VIF  $> 10$ , maka akan terjadi multikolinieritas



### c. Uji Heteroskedastisitas

Menurut Gozhali (2018:133), uji heteroskedastisitas merupakan salah satu bagian dari uji asumsi klasik dalam model regresi. Uji heteroskedastisitas memiliki tujuan untuk menguji apakah dalam model regresi terjadi ketidaksamaan varian dari residual suatu pengamatan ke pengamatan lain tetap, maka disebut homokedastisitas dan apabila berbeda maka disebut heteroskedastisitas. Kriteria utama untuk mengetahui dan mengukur heteroskedastisitas adalah :

- 1) Jika nilai sig > 0,05, maka tidak terjadinya heteroskedastisitas
- 2) Jika nilai sig < 0,05 maka terjadinya heteroskedastisitas

Pada pendeteksian ada atau tidaknya heteroskedastisitas ada beberapa cara yang dapat dilakukan yaitu dengan menggunakan uji Glejser, uji Park Whitre dan Uji heteroskedastisitas dengan cara melihat grafik scatter plot pada output yang ditampilkan pada SPSS. Pada penelitian ini, Uji Heteroskedastisitas menggunakan Glejser. Ada beberapa cara yang dapat digunakan untuk mendeteksi ada atau tidaknya gejala heteroskedastisitas, yaitu :

- 1) Dengan melihat grafik scatter plot antara nilai prediksi variabel dependen yaitu ZPRED dengan residualnya SRESID. Dikatakan tidak terjadi heteroskedastisitas jika pola yang ditampilkan pada output SPSS tidak memiliki pola yang jelas.
- 2) Titik tidak mengumpul hanya di bagian atas atau bawah saja
- 3) Titik tidak menyebar di atas dan dibawah angka 0 pada sumbu Y

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.



### 3.7.5 Analisis Regresi berganda

Menurut Sugiyono (2016 :192) mendefinisikan bahwa analisis regresi linier berganda adalah regresi yang mempunyai satu variabel dependen dan dua atau lebih variabel independen. Adapula persamaan regresi berganda dapat dirumuskan sebagai berikut :

$$Y = a + b_1X_1 + b_2X_2$$

Keterangan :

Y = variabel dependen

a = Harga Konstanta

b<sub>1</sub> = koefisien regresi pertama

b<sub>2</sub> = Koefisien Regresi kedua

X<sub>1</sub> = Variabel independen pertama

X<sub>2</sub> = Variabel independen kedua

a. Uji Koefisien Determinasi (R<sup>2</sup>)

Menurut Gozhali (2018 :98), koefisien determinansi (R<sup>2</sup>) biasanya digunakan untuk mengukur seberapa jauh kemampuan model dalam menerangkan variasi variabel dependen. Nilai dari koefisien determinasi selalu positif karena merupakan rasio dari jumlah kuadrat, antara 0 dan 1 yaitu :

- 1) R<sup>2</sup> = 0 artinya variabel independen (X) tidak memiliki kemampuan untuk menjelaskan variabel dependen (Y)

© 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.



2)  $R^2 = 1$  artinya variabel independen (X) secara sepenuhnya memiliki kemampuan untuk menjelaskan variabel dependen (Y)

b. Uji Keberartian Model (Uji F)

Menurut Gozhali (2018:99), Uji F dasarnya digunakan untuk menunjukkan apakah seluruh variabel bebas atau independen mempunyai pengaruh terhadap variabel terkait atau dependen. Uji F biasanya digunakan untuk melihat signifikansi model regresi, apakah model regresi layak digunakan, dengan hipotesis sebagai berikut :

- 1)  $H_0 : \beta_1 = \beta_2 = 0$
- 2)  $H_a$  : tidak semua

Dasar dalam pengambilan keputusannya adalah :

- 1) Jika nilai Sig F  $> 0,05$ , maka tidak tolak  $H_0$  artinya model regresi tersebut tidak dapat digunakan
- 2) Jika Nilai Sig F  $< 0,05$ , maka tolak  $H_0$  artinya model regresi tersebut dapat digunakan

c. Uji Signifikansi Koefisien (Uji t)

Menurut Ghazali (2018:97), uji t biasanya dilakukan untuk menunjukkan seberapa jauh pengaruh pada suatu variabel bebas atau independen secara individual dalam menerangkan variasi variabel dependennya. Hipotesis yang digunakan, yaitu :

$$H_0 : \beta_1 = 0$$

$$H_a : \beta_2 > 0$$

Dasar dalam pengambilan keputusannya adalah :

- 1) Jika nilai sig atau t hitung  $\geq t$  tabel, maka tolak  $H_0$  yang artinya variabel independen atau terikat berpengaruh terhadap variabel dependen atau bebas
- 2) Jika nilai Sig atau t Hitung  $\leq t$  tabel, maka terima  $H_0$  yang artinya variabel independen atau terikat tidak berpengaruh terhadap variabel dependen atau bebas
- 3) Atau terikat berpengaruh terhadap variabel dependen atau bebas.

**© 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.