



BAB III

METODE PENELITIAN

A. Objek Penelitian

Objek yang akan diteliti dalam penelitian ini adalah Kopi Janji Jiwa, sedangkan subjek penelitian ini adalah konsumen yang pernah membeli dan mengkonsumsi Kopi Janji Jiwa di Danau Sunter

B. Desain Penelitian

Cooper dan Schindler (2017:146) mendefinisikan desain penelitian sebagai organisasi dan struktur penyelidikan yang ditujukan untuk menjawab pertanyaan penelitian. Garis besar dari apa yang peneliti rencanakan untuk dilakukan, dari menyusun hipotesis melalui implikasi operasionalnya untuk analisis data akhir, disebut sebagai perencanaan. Cooper dan Schindler (2017:147) membagi desain penelitian menjadi beberapa kelompok, antara lain:

1. Tingkat Penyelesaian Pertanyaan Penelitian

Penelitian ini termasuk penelitian formal karena mencoba menguji hipotesis dan menjawab semua pertanyaan penelitian yang telah diajukan, berdasarkan tingkat penyelesaian pertanyaan penelitian.

2. Metode Pengumpulan Data

Penelitian ini menggunakan studi komunikasi sebagai metode pengumpulan data, dimana peneliti menyebarkan kuesioner secara elektronik melalui Google Forms yang terdiri dari sejumlah pertanyaan yang disajikan kepada subjek penelitian dan mengumpulkan tanggapan mereka.

3. Kontrol Peneliti terhadap Variabel

Penelitian ini menggunakan desain *ex post facto* berdasarkan kemampuan peneliti untuk mengubah variabel, di mana peneliti tidak memiliki kendali atas variabel dalam



arti tidak dapat memanipulasinya. Peneliti hanya dapat melaporkan apa yang telah terjadi atau sedang terjadi.

4. Tujuan Penelitian

Karena penelitian ini berfokus pada bagaimana satu variabel mempengaruhi perubahan variabel lain, maka penelitian ini dikategorikan sebagai penelitian penjelas-kausal berdasarkan tujuan penelitian. Peneliti berusaha untuk menjelaskan hubungan antar variabel dalam penelitian kausal-penjelasan.

5. Dimensi Waktu

Karena penelitian ini hanya dilakukan satu kali dan memberikan potret suatu peristiwa pada satu saat, maka penelitian ini menggunakan studi potong lintang (*cross-sectional study*) berdasarkan dimensi temporal.

6. Cakupan Topik

Penelitian ini menggunakan studi statistik sebagai hasil dari topik yang dibahas. Investigasi statistik dimaksudkan untuk lebih luas cakupannya daripada mendalam. Tujuan penelitian ini adalah untuk menyimpulkan ciri-ciri populasi dari ciri-ciri sampel, dan hipotesisnya akan diuji secara kuantitatif.

7. Lingkungan Penelitian

Karena penelitian ini dilakukan pada kondisi lapangan yang sebenarnya dengan memberikan kuesioner kepada responden, maka termasuk dalam kondisi lingkungan yang sebenarnya (*field condition*) berdasarkan lingkungan penelitian.

8. Kesadaran Persepsi Partisipan

Menyadari persepsi responden saat mengisi kuesioner dapat berdampak tidak langsung pada hasil penelitian. Persepsi yang dicari dalam penelitian ini adalah persepsi yang benar, dengan tidak adanya perubahan rutinitas normal responden.

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.



C. Variabel Penelitian

Variabel adalah simbol peristiwa, aktivitas, kualitas, perlakuan, dan atribut yang dapat dievaluasi dan dinilai, menurut Cooper dan Schindler (2017:64). Variabel terikat dan variabel bebas merupakan dua jenis variabel dalam penelitian ini. Variabel terikat dalam penelitian ini adalah keputusan pembelian (Y), sedangkan yang menjadi variabel bebas adalah Promosi (X₁), Kualitas Produk (X₂), dan Harga (X₃). Berikut ini adalah definisi dan pengukuran yang digunakan dari masing-masing variabel tersebut.

1. Variabel Bebas

Variabel bebas menurut Robbins dalam Noor (2017:48), merupakan penyebab yang diproyeksikan serta beberapa perubahan pada variabel terikat, dan umumnya dilambangkan dengan tanda X. Penelitian ini memiliki 3 variabel bebas, yaitu Promosi, Kualitas Produk dan Harga

a. Kualitas Produk

Kualitas produk mengacu pada seberapa baik atau buruk suatu produk memenuhi kebutuhan pelanggan. Lima indikator dan pertanyaan digunakan untuk menilai kualitas produk yang disajikan dalam tabel 3.1

Tabel 3.1

Butir Pertanyaan Variabel Kualitas Produk

Variabel	Indikator	Butir pertanyaan	Skala
Kualitas Produk (Kotler & Keller 2016)	Bentuk	Produk Janji Jiwa Rasanya enak	Likert
		Produk Janji Jiwa mempunyai rasa yang nikmat dan menyegarkan	
		Desain kemasan Produk Janji Jiwa Menarik	Likert
	Kehandalan	Rasa dari produk Janji Jiwa yang di sajikan selalu konsisten dari waktu-kewaktu	Likert



	Kesesuaian	Produk yang di sajikan Janji Jiwa sesuai dengan yang tertulis dalam menu	Likert
--	------------	--	--------

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

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie

b. Harga

Harga produk dan jasa adalah jumlah uang yang dibebankan untuk pembeli, atau jumlah nilai yang diperdagangkan untuk pembeli. Pengukuran harga ditunjukkan pada Tabel 3.2

Tabel 3.2

Butir Pertanyaan Variabel Kualitas Harga

Variabel	Indikator	Butir pertanyaan	Skala
Harga (Tjiptono 2015)	Keterjangkauan Harga	Harga produk Janji Jiwa terjangkau	Likert
	Harga sesuai kemampuan atau daya saing harga	Harga Yang ditawarkan Janji Jiwa bersaing dengan merk lain	Likert
	Kesesuaian Harga dengan Kualitas Produk	Harga yang ditawarkan Janji Jiwa sesuai dengan kualitas produk yang diberikan	Likert
	Kesesuaian Harga dengan manfaat produk	Harga yang ditawarkan Janji Jiwa Sesuai dengan manfaat produk yang saya rasakan	Likert

c. Promosi

Promosi Menurut Tjiptono dalam Aditi dan Hermansyur (2018:66), promosi dapat didefinisikan sebagai suatu bentuk komunikasi pemasaran, komunikasi pemasaran adalah aktivitas pemasaran yang berusaha menyebarkan informasi, mempengaruhi/membujuk /mengingatnkan pasar sasaran atas perusahaan dan produknya agar bersedia menerima, membeli, dan loyal pada produk yang ditawarkan perusahaan yang bersangkutan. Pengukuran promosi ditunjukkan pada tabel 3.3 dibawah ini.

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



Tabel 3.3

Butir Pertanyaan Variabel Promosi

Variabel	Indikator	Butir pertanyaan	Skala
Promosi (Kotler & Keller 2016)	Iklan (<i>advertising</i>)	Iklan yang ditawarkan oleh janji jiwa sesuai dengan yang di sampaikan	Likert
		Iklan Janji Jiwa sering muncul di sosial media	
	Promosi Penjualan (<i>Sales Promotion</i>)	Janji Jiwa sering menawarkan potongan harga sehingga anda berminat untuk membeli	Likert
		Janji Jiwa sering memberikan cashback sehingga anda berminat untuk membeli	
	Pemasaran Langsung (<i>Direct Marketing</i>)	Janji Jiwa sering memberikan pesan singkat mengenai promosi penjualan terkini	Likert

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

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie

2. Variabel Terikat

Variabel terikat, atau variabel dependen, adalah faktor kunci yang ingin dijelaskan atau diprediksi dan dipengaruhi oleh berbagai faktor lain, menurut Robbins dalam Noor (2017:49). Biasanya dilambangkan dengan Y. Variabel terikat adalah variabel yang dipengaruhi atau dihasilkan dari adanya variabel bebas. Karena adanya variabel bebas atau variabel bebas maka disebut sebagai variabel terikat. Keputusan Pembelian merupakan satu-satunya variabel terikat dalam penelitian ini.

a. Keputusan Pembelian

Keputusan pembelian adalah keputusan pembeli mengenai merek mana yang akan dibeli (Kotler dan Armstrong, 2016:178), menyiratkan bahwa keputusan pembelian adalah tahap proses keputusan di mana pelanggan benar-benar melakukan pembelian produk. Pengukuran variabel 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 mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.



pembelian diadaptasi dari Kotler (2012), antara lain stabilitas produk, kebiasaan dalam membeli barang, merekomendasikannya kepada orang lain, dan pembelian ulang.

Tabel 3.4

Butir Pertanyaan Variabel Keputusan Pembelian

Variabel	Indikator	Butir pertanyaan	Skala
Keputusan Pembelian (Kotler 2016)	Kebiasaan dalam membeli produk	Saya selalu ingin membeli produk Janji Jiwa	Likert
	Kemantapan pada sebuah produk	Saya puas dengan cita rasa dari produk Janji Jiwa	Likert
	Memberikan rekomendasi kepada orang lain	Saya merekomendasikan produk Janji Jiwa kepada orang lain (keluarga, teman, kerabat)	Likert
	Melakukan pembelian ulang	Saya akan tetap mengkonsumsi produk Janji Jiwa	Likert

D. Teknik Pengambilan Sampel

Teknik sampling yang digunakan dalam penelitian ini adalah teknik *non-probability sampling* yang tidak memberikan kesempatan atau kesempatan yang sama bagi setiap elemen atau anggota populasi untuk dipilih sebagai sampel, dan jenis teknik *non-probability sampling* yang digunakan adalah *judgement sampling*. (Sekaran dan Bougie, 2017:68). Konsumen yang membeli dan mengkonsumsi produk Janji Jiwa Danau Sunter pada tahun 2021 adalah yang memenuhi kriteria.

Hair *et al.* (2014: 100) merekomendasikan ukuran sampel 100 atau lebih untuk ukuran sampel itu sendiri. Sebagai pedoman umum, ukuran sampel minimum harus setidaknya lima kali lebih besar dari jumlah item pernyataan yang akan diperiksa, dengan rasio 10:1 yang dapat diterima. Karena hanya pembeli yang memiliki



kemampuan untuk menilai suatu hal. Total peserta yang mengikuti survei sebanyak 100 orang.

E. Teknik Pengumpulan Data

Penelitian ini mengandalkan data primer, atau informasi yang diperoleh langsung dari sumber atau responden pertama (Sekaran dan Bougie, 2017:130). Penelitian ini menggunakan teknik pengumpulan data yaitu strategi komunikasi dengan memberikan survei kepada responden secara elektronik menggunakan *Google Forms*.

Jenis angket yang digunakan adalah pertanyaan tertutup, artinya pertanyaan-pertanyaan tersebut telah dipersiapkan sebelumnya oleh peneliti dengan memberikan pilihan jawaban. Kuesioner disusun menggunakan Skala Likert dengan lima tingkatan, yaitu STS = Sangat Tidak Setuju, TS = Tidak Setuju, N = Netral, S = Setuju, SS = Sangat Setuju

F. Teknik Analisis Data

Setelah mengumpulkan data melalui kuesioner, selanjutnya peneliti akan menganalisis data tersebut menggunakan alat bantu *software* SPSS. Berikut adalah teknik analisis data yang digunakan dalam penelitian ini sebagai berikut:

1. Uji Validitas

Uji validitas digunakan untuk mengetahui validitas atau keabsahan suatu kuesioner, menurut Ghozali (2016:52). Apabila pertanyaan-pertanyaan pada suatu kuesioner mampu mengungkapkan apa saja yang akan diukur oleh kuesioner tersebut, maka pertanyaan tersebut dianggap valid. Berikut ini adalah bagaimana rumus korelasi *Product Moment* diterapkan dalam penelitian ini:

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



Keterangan:

C r = Korelasi *product moment*

n = Jumlah responden

X = Data jawaban responden tiap item

Y = Data total jawaban tiap item setelah dikurangi data X pasangannya

2. Uji Reliabilitas

Ghozali (2016:47) mendefinisikan reliabilitas sebagai suatu metode untuk menilai validitas suatu kuesioner yang berfungsi sebagai indikator suatu variabel atau konstruk. Jika respons seseorang terhadap suatu pernyataan konsisten atau stabil sepanjang waktu, kuesioner dikatakan dapat diandalkan. Suatu konstruk atau variabel dikatakan dapat diandalkan jika nilai *Cronbach Alpha*-nya lebih dari 0,70, menurut Nunnally dalam Ghozali (2016:48). Rumus *Cronbach Alpha* dapat digunakan untuk uji ketergantungan:

$$r_{11} = \left[\frac{k}{k-1} \right] \left[\frac{1 - \sum \sigma b^2}{\sigma t^2} \right]$$

Keterangan:

r_{11} = reliabilitas instrumen

k = jumlah butir pertanyaan

σt^2 = varians total

$\sum \sigma b^2$ = jumlah varians butir

Rumus varians total yang digunakan:

$$\sigma^2 = \frac{\sum X^2 - \frac{(\sum X)^2}{n}}{n}$$

Keterangan:

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.



X = nilai skor yang dipilih

n = jumlah responden

3. Analisis Deskriptif

Menurut Ghozali (2016: 19), analisis deskriptif digunakan untuk menghasilkan gambaran atau gambaran suatu data berdasarkan nilai rata-rata (mean), standar deviasi, varians, maksimum, minimum, jumlah, rentang, kurtosis, dan skewness dari data. Berikut ini adalah analisis deskriptif yang digunakan dalam penelitian ini:

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.

Mean dapat dihitung dengan menggunakan rumus sebagai berikut:

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

Keterangan:

\bar{x} = rata-rata hitung (*mean*) x_i

= nilai sampel ke-i

n = jumlah sampel

b. Rentang Skala

Setelah diperoleh nilai rata-rata, rentang skala dideskripsikan untuk mengidentifikasi posisi responden berdasarkan skor untuk masing-masing variabel. Akibatnya, rumus rentang skala harus dihitung sebagai berikut:

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

Keterangan:

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.



R_s = Rentang skala penilaian

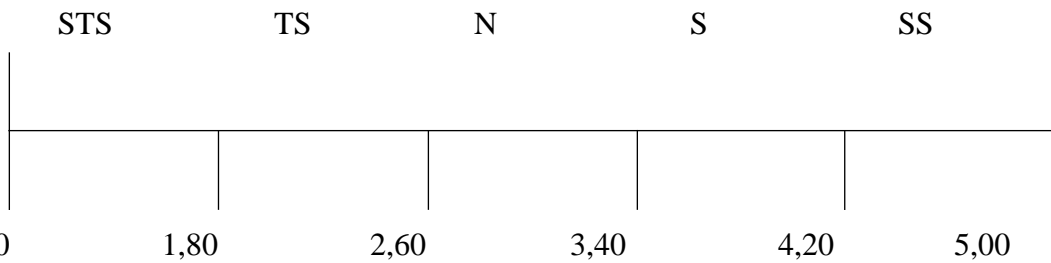
m = Skor tertinggi pada skala

b = Skor terendah pada skala

n = Jumlah kelas atau kategori

Rentang skala dapat ditentukan sebagai berikut: Dengan skor maksimum 5 dan skor minimum 1, dan total 5 kelas atau kategori, rentang skala dapat ditentukan sebagai berikut:

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



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)

c. Selang Kepercayaan

$$\bar{x} \pm z^* \frac{\sigma}{\sqrt{n}}$$

\bar{x} = rata-rata sample

σ = Standard Deviasi populasi

n = jumlah sample

C 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.

Z^* = nilai distribusi – z yang di dapatkan dari tingkat kepercayaan tertentu

4. Uji Asumsi Klasik

Uji asumsi klasik merupakan salah satu cara untuk menentukan apakah model persamaan regresi linier berganda layak digunakan pada variabel penelitian dan bebas dari gejala heteroskedastisitas, multikolinearitas, dan autokorelasi. Uji normalitas, uji multikolinearitas, uji heteroskedastisitas, dan uji autokorelasi merupakan empat uji asumsi klasik yang sering digunakan. Karena datanya *cross-sectional*, uji autokorelasi tidak digunakan.

a. Uji Normalitas

Uji normalitas, menurut Ghozali (2016:154), digunakan untuk mengetahui apakah variabel pengganggu atau residual dalam suatu model regresi berdistribusi normal. Sebuah residual dengan distribusi normal adalah model regresi yang baik. Uji Kolmogorov-Sminov dapat digunakan untuk menentukan normalitas. Pengujian dilakukan dengan menghasilkan hipotesis:

- (1) H_0 : Data residual berdistribusi normal
- (2) H_a : Data residual tidak berdistribusi normal

Dasar pengambilan keputusan untuk uji normalitas:

- (1) Jika probabilitas < 0.05 berarti data residual berdistribusi tidak normal.
- (2) Jika probabilitas ≥ 0.05 berarti data residual berdistribusi normal.

b. Uji Multikolinearitas

Uji multikolinearitas menurut Ghozali (2016:103) digunakan untuk melihat apakah model regresi menemukan keterkaitan antara variabel bebas (independen). Seharusnya tidak ada korelasi antara variabel independen dalam





model regresi yang layak. Nilai toleransi atau VIF dapat digunakan untuk menguji multikolinearitas (Variance Inflation Factor). Nilai toleransi > 0.10 atau nilai VIF 10 harus bebas dari multikolinearitas.

- (1) Jika nilai *tolerance* $> 0,10$ atau nilai VIF < 10 , maka tidak terdapat multikolinearitas.
- (2) Jika nilai *tolerance* ≤ 0.10 atau nilai VIF ≥ 10 , maka terdapat multikolinearitas.

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

c. Uji Heteroskedastisitas

Uji heteroskedastisitas menurut Ghozali (2016:134), digunakan untuk mengetahui ada tidaknya ketidaksamaan varians antara residual pengamatan yang satu dengan pengamatan yang lain dalam suatu model regresi. Homoskedastisitas didefinisikan sebagai retensi varians residual dari satu pengamatan ke pengamatan berikutnya, sedangkan heteroskedastisitas didefinisikan sebagai adanya berbagai varians. Model regresi yang cocok untuk model regresi yang homoskedastisitas atau tidak ada heteroskedastisitas. Uji Glejser digunakan untuk menguji heteroskedastisitas dalam penelitian ini, dengan kriteria pengambilan keputusan sebagai berikut:

- (1) Jika probabilitas > 0.05 maka tidak terjadi heteroskedastisitas.
- (2) Jika probabilitas < 0.05 maka terjadi heteroskedastisitas.

5. Analisis Regresi Berganda

Menurut Ghozali (2016:94), analisis regresi digunakan untuk mengukur kekuatan hubungan antara dua variabel atau lebih dan untuk menunjukkan arah hubungan antara variabel terikat dengan variabel bebas. Sedangkan, persamaan regresi berganda dalam penelitian ini adalah:

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

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.



Keterangan:

Y = variabel keputusan pembelian

β_0 = konstanta

X_1 = variabel promosi

X_2 = variabel harga

β_1, β_2 = koefisien regresi

ϵ = *term of error*

Uji Keberartian Model (Uji F)

Menurut Ghazali (2016:96), uji F digunakan untuk mengetahui apakah model regresi penelitian ini layak atau tidak dengan mengukur tingkat kepentingan variabel Y secara bersamaan atau bersama-sama. Hipotesis statistik berikut digunakan dalam analisis:

- (1) $H_0: \beta_1 = \beta_2 = 0$
- (2) H_a : Paling sedikit ada satu $\beta_i \neq 0$

Kriteria yang digunakan untuk menentukan apakah model layak digunakan atau tidak adalah:

- (1) Jika nilai Sig. F > 0.05 maka model tidak layak untuk digunakan dalam penelitian.
- (2) Jika nilai Sig. F < 0.05 maka model layak untuk digunakan dalam penelitian.

b. Uji Parsial (Uji t)

Uji t digunakan untuk menunjukkan seberapa jauh faktor independen secara individual mempengaruhi variabel dependen, menurut Ghazali (2016: 97). Berikut ini adalah hipotesis statistik penelitian:

- (1) $H_0: \beta_1 = 0$

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

Hak cipta milik IBI RKG (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 mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.



$$H_a: \beta_1 > 0$$

$$(2) H_0: \beta_2 = 0$$

$$H_a: \beta_2 > 0$$

Kriteria yang digunakan untuk menentukan apakah variabel independen signifikan atau tidak adalah sebagai berikut:

- (1) Taraf signifikansi / Sig. t ($\alpha = 0.05$)
- (2) Jika nilai Sig. t < 0.05 maka variabel independen berpengaruh terhadap variabel dependen.

Koefisien Determinasi (R^2)

Koefisien determinasi digunakan untuk mengukur seberapa baik suatu model dapat menjelaskan variasi variabel dependen, menurut Ghazali (2016:95). Koefisien determinasi memiliki nilai nol sampai satu. Angka R^2 yang rendah menunjukkan bahwa kemampuan variabel independen untuk menjelaskan variabel dependen dibatasi, tetapi nilai R^2 yang mendekati satu menunjukkan bahwa variabel independen dapat menawarkan hampir semua informasi yang diperlukan untuk meramalkan variabel dependen.

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