KWIK KIAN GIE
SCHOOL OF BUSINESS
© 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.
Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie

BAB III

METODE PENELITIAN

A. Obyek Penelitian

Dalam Penelitian yang dilakukan ini, obyek yang dijadikan penelitian adalah pengguna *E-Commerce* Tokopedia. Penelitian ini dilakukan dengan cara membagikan kuesioner kepada para responden dengan memanfaatkan *Google Form* sebagai media utama dalam pembagian kuesioner.

B. Disain Penelitian

Menurut Cooper dan Schindler (2014), ketika melakukan penelitian diperlukan sebuah disain penelitian. Kemudian disain penelitian ini dibagi menjadi delapan perspektif, yaitu:

1. Derajat Kristalisasi Pertanyaan Riset

   Penelitian yang dilakukan ini merupakan penelitian yang bersifat *formal*. Tujuan dilakukannya penelitian bersifat *formal* ini adalah untuk menguji hipotesis dan menjawab semua pertanyaan penelitian yang dikemukakan

2. Metode Pengumpulan Data

   Penelitian menggunakan metode pengumpulan data dengan cara komunikasi yaitu menyebar kuesioner ke responden. Di mana metode ini dilakukan dengan memberikan pertanyaan dalam bentuk kuesioner kepada responden untuk mendapatkan data primer secara langsung dari para responden yang menggunakan *E-Commerce* Tokopedia

3. Pengendalian Variabel-Variabel oleh Peneliti

Pada penelitian ini, peneliti menggunakan *ex post facto study*. Di mana peneliti tidak memiliki kuasa kontrol atas variabel, dengan arti lain peneliti tidak bisa memanipulasi.

4. Tujuan Penelitian

Penelitian ini tergolong penelitian kausal, dikarenakan peneliti berkeinginan untuk menjelaskan hubungan antar variabel yang terdapat pada penelitian. Berarti penelitian ini bertujuan untuk menguji apakah Pengaruh *Electronic Word of Mouth* Pada Niat Beli di Tokopedia.

5. Dimensi Waktu

Dimensi waktu pada penelitian ini merupakan *cross sectional* yang berarti pengumpulan data hanya dilakukan sekali yaitu ketika melakukan penyebaran kuesioner kepada para responden pengguna *E-Commerce* Tokopedia.

6. Cakupan Topik

Penelitian ini merupakan penelitian statistik yang menjelaskan karakteristik populasi dengan membuat sebuah kesimpulan dari karakteristik sampel.

7. Lingkungan Penelitian

Penelitian ini adalah penelitian yang termasuk dalam kondisi aktual, dikarenakan setiap data didapatkan secara langsung dari pengguna *E-Commerce* Tokopedia dengan menyebarkan kuesioner menggunakan *Google Form* secara *online* pada *social media*.

8. Persepsi Subjek

Hasil kesimpulan akhir pada penelitian ini sangat bergantung pada jawaban-jawaban yang diberikan oleh subjek penelitian, sehingga persepsi subjek

KWIK KIAN GIE SCHOOL OF BUSINESS
© Hak cipta milik IBI KKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)
Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie
Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang
1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.
b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.

dapat mempengaruhi hasil penelitian. Persepsi yang baik dan berguna adalah persepsi yang bersifat nyata tanpa ada campur tangan dan tidak menyimpang dari situasi sebenarnya.

C. Variabel Penelitian

Pada penelitian ini, penelitian terdiri dari tiga variabel bebas dan satu variabel terikat. Variabel bebas tersebut merupakan dimensi *Electronic Word of Mouth* yaitu *Intensity*, *Valence of Opinion Positive*, dan *Content*. Sedangkan variabel terikat pada penelitian ini adalah Niat Beli.

Tabel 3.1

Operasionalisasi Variabel

Dimensi	Indikator	Pengertian	Instrumen	Skala
Intensity	Frekuensi mengakses informasi dari situs jejaring sosial	Seberapa sering calon konsumen mengakses situs jejaring sosial untuk mendapatkan informasi mengenai produk dan jasa pada sebuah toko *online*	Saya sering mengakses internet untuk mendapatkan informasi barang dan jasa yang terdapat di Tokopedia	Likert
	Frekuensi interaksi dengan pengguna situs jejaring sosial	Seberapa sering calon konsumen mengakses situs jejaring sosial untuk mendapatkan informasi mengenai produk dan jasa pada sebuah toko *online* pada sebuah komunitas *online* dan berinteraksi dengan pengguna situs jejaring sosial lainnya	Saya sering membuka internet untuk berinteraksi dengan pengguna internet lain untuk mendapatkan informasi tentang produk dan layanan yang tersedia di Tokopedia.	

(Bersambung)

KWIK KIAN GIE SCHOOL OF BUSINESS
© Hak cipta milik IBI KKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)
Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie
Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang
1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.
b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.

Tabel 3.1

Operasionalisasi Variabel (Lanjutan)

Dimensi	Indikator	Pengertian	Instrumen	Skala
Intensity	Banyaknya ulasan yang ditulis oleh pengguna situs jejaring sosial	Seberapa sering calon konsumen mengakses situs jejaring sosial mengenai barang dan jasa pada toko *online* dengan melihat banyaknya ulasan yang ditinggal oleh pengguna situs jejaring sosial lain	Saya sering melihat jumlah ulasan barang dan jasa pada toko *online* di tokopedia sebelum melakukan transaksi pembelian	Likert
Positive Valence	Komentar positif dari pengguna situs jejaring sosial	Sebuah komentar positif yang diberikan oleh pengguna situs jejaring sosial mengenai sebuah produk jasa pada toko *online*	Saya mendapat informasi positif mengenai sebuah barang dan jasa yang terdapat di Tokopedia	Likert
			Informasi positif yang diberikan pembeli Tokopedia sebelumnya dapat dipercaya	Likert
	Rekomendasi dari pengguna situs jejaring sosial	Sebuah rekomendasi dari seorang pengguna situs jejaring sosial yang telah menggunakan produk jasa di toko *online*	Saya mendapatkan sebuah rekomendasi mengenai barang dan jasa yang terdapat di Tokopedia dari konsumen yang menggunakan Tokopedia	Likert

(Bersambung)

© Hak cipta milik IBI KKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)
Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie
KWIK KIAN GIE SCHOOL OF BUSINESS
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.

Tabel 3.1

Operasionalisasi Variabel (Lanjutan)

Dimensi	Indikator	Pengertian	Instrumen	Skala
Negative Valence	Komentar *negative* dari pengguna situs jejaring sosial	Sebuah komentar *negative* yang diberikan oleh pengguna situs jejaring sosial mengenai sebuah produk jasa pada toko *online*	Saya mendapat informasi negatif mengenai sebuah barang dan jasa yang terdapat di Tokopedia	Likert
			Saya banyak mendapatkan testimoni negatif mengenai barang dan jasa dari pengguna Tokopedia sebelumnya	Likert
			Saya mendapatkan rekomendasi untuk tidak membeli barang dan jasa dari Tokopedia	Likert
Content	Informasi variasi produk atau jasa	Calon konsumen mendapatkan sebuah informasi mengenai sebuah produk dan jasa dari situs jejaring sosial	Saya mendapatkan informasi mengenai barang dan jasa di Tokopedia	Likert
	Informasi kualitas produk atau jasa	Calon konsumen mendapatkan sebuah informasi mengenai kualitas produk dan jasa dari situs jejaring sosial	Saya mendapatkan informasi mengenai kualitas barang dan jasa di Tokopedia	Likert

(Bersambung)

KWIK KIAN GIE SCHOOL OF BUSINESS
© Hak cipta milik IBI KKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)
Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie
Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang
1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.
b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.

Tabel 3.1

Operasionalisasi Variabel (Lanjutan)

Dimensi	Indikator	Pengertian	Instrumen	Skala
Content	Informasi mengenai harga produk dan jasa	Calon konsumen mendapatkan sebuah informasi mengenai harga produk dan jasa dari situs jejaring sosial	Saya mendapatkan informasi mengenai harga barang dan jasa di Tokopedia	
Niat Beli	Niat transaksional	Kecenderungan seseorang untuk membeli produk	Saya tertarik untuk membeli produk yang saya inginkan melalui aplikasi Tokopedia kembali	Likert
	Niat preferensial	Perilaku seseorang yang lebih berminat membeli produk di suatu tempat tertentu	Saya lebih berniat untuk membeli produk yang dibutuhkan di aplikasi Tokopedia kembali	Likert

D. Teknik Pengambilan Sampel

Teknik pengambilan sampel yang digunakan dalam penelitian ini adalah *non-probability sampling* atau teknik pengambilan sampel tidak dipilih secara acak. Jenis teknik *non-probability sampling* yang digunakan untuk penelitian ini adalah *judgement sampling* untuk memperoleh data dari responden dengan kriteria pernah menggunakan *E-Commerce Tokopedia* dan responden dengan kisaran umur 15-35 tahun ke atas. Menurut Hair et al (2010) dalam Hanny (2021), bahwa banyaknya sampel sebagai responden harus disesuaikan dengan banyaknya indikator pertanyaan yang digunakan pada kuesioner, dengan asumsi n x 5 indikator sampai dengan n x 10 indikator. Dalam penelitian ini terdapat jumlah item sebanyak 14 item pertanyaan.

KWIK KIAN GIE SCHOOL OF BUSINESS
© 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.
Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie

Dalam penelitian ini peneliti menggunakan n x 5 sehingga pertanyaan jumlah responden yang digunakan adalah 14 item pertanyaan dikali 5 sama dengan 70 responden.

E. Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data yang digunakan pada penelitian ini adalah teknik komunikasi, di mana peneliti membagikan pertanyaan kuesioner secara *online* melalui media sosial. Menurut Herlina (2019: 1), kuesioner merupakan metode pengumpulan data yang dilakukan dengan cara memberi atau mengajukan seperangkat pertanyaan atau pernyataan tertulis kepada para responden. Kemudian kuesioner ini akan dibagikan kepada 70 responden yang pernah menggunakan *E-Commerce* Tokopedia. Kemudian data penelitian yang digunakan pada penelitian ini merupakan data primer yang didapatkan secara langsung dari sumber pertama. Sumber pertama diperoleh dengan menyebarkan kuesioner kepada responden yang pernah menggunakan *E-Commerce* Tokopedia mengenai *intensity, positive valence, negative valence, content*, dan niat beli.

Kemudian kuesioner pada penelitian ini menggunakan skala likert sebagai alat pengukur. Menurut Herlina (2019: 7), skala likert digunakan untuk mengukur kesetujuan dan ketidaksetujuan seseorang terhadap sesuatu objek. Penilaian dari skala likert sebagai berikut:

KWIK KIAN GIE SCHOOL OF BUSINESS
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.
© Hak cipta milik IBI KKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)
Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie

KWIK KIAN GIE SCHOOL OF BUSINESS
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.
© Hak cipta milik IBI KKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)
Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie

Tabel 3.2
Skala Likert

No	Jenis Jawaban	Bobot
1	SS = Sangat Setuju	5
2	S = Setuju	4
3	N = Netral	3
4	TS = Tidak Setuju	2
5	STS = Sangat Tidak Setuju	1

F. Teknik Analisis Data

Pada penelitian ini, peneliti menggunakan software SPSS 26.0 untuk mengolah data-data yang diperoleh dari kuesioner yang telah dibagikan kepada para responden. Analisis data yang digunakan adalah uji validitas, uji reliabilitas, analisis deskriptif, uji asumsi klasik, analisis regresi linier berganda dan uji hipotesis.

1. Uji Validitas dan Reliabilitas

a. Uji Validitas

Menurut Herlina (2019: 58), uji validitas adalah mengukur koefisien korelasi antara skor suatu pertanyaan atau indikator yang diuji dengan skor total pada variabelnya. Untuk menentukan apakah suatu item layak digunakan atau tidak adalah dengan melakukan uji signifikansi koefisien korelasi pada taraf signifikansi 0,05 (5%), yang artinya suatu item dianggap valid jika berkorelasi signifikan terhadap skor total item. Metode uji validitas yang digunakan adalah *Korelasi Pearson*.

KWIK KIAN GIE SCHOOL OF BUSINESS
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.
© Hak cipta milik IBI KKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)
Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie

b. Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas digunakan untuk mengetahui tingkat kekonsistenan sebuah kuesioner (Herlina, 2019: 70). Uji reliabilitas yang digunakan adalah *Cronbach's Alpha*. Berikut kriteria pengukuran uji reliabilitas menggunakan *Cronbach's Alpha*:

(1) *Cronbach's Alpha* < 0,6 = reliabilitas buruk

(2) *Cronbach's Alpha* 0,6 - 0,79 = reliabilitas diterima

(3) *Cronbach's Alpha* > 0,8 = reliabilitas baik

2. Analisis Deskriptif

Analisis deskriptif adalah teknik analisis untuk meneliti, status sekelompok manusia, suatu objek, kondisi, sistem pemikiran ataupun pemikiran masa sekarang. Teknik analisis deskriptif ini berusaha untuk menjelaskan fenomena sosial pada saat tertentu. Maka penulis menggunakan analisis deskriptif mengenai pengaruh *electronic word of mouth* pada niat belanja ulang pelanggan di Tokopedia.

3. Uji Asumsi Klasik

a. Uji Normalitas

Tujuan uji normalitas dilakukan supaya diketahui apakah sebaran atau distribusi data dalam variabel yang digunakan memiliki distribusi normal atau tidak (Herlina, 2019: 77). Uji statistik yang digunakan pada uji normalitas adalah uji One Sample Kolmogorov-Smirnov. Kriteria pengukuran uji One Sample Kolmogorov-Smirnov ,yaitu:

(1) Sig > 0,05 maka data berdistribusi normal

(2) Sig < 0,05 maka data tidak berdistribusi normal

KWIK KIAN GIE SCHOOL OF BUSINESS
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.
© Hak cipta milik IBI KKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)
Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie

b. Uji Multikolinearitas

Menurut Ghozali (2018: 107), uji multikolinearitas bertujuan untuk menguji apakah model regresi ditemukan adanya korelasi antar variabel bebas (independen). Model regresi yang baik seharusnya tidak terjadi korelasi di antara variabel independen. Jika variabel independen saling berkorelasi, maka variabel-variabel ini tidak ortogonal. Variabel ortogonal adalah variabel independen yang nilai korelasi antar sesama variabel independen sama dengan nol. Berikut merupakan kriteria pengukuran uji Multikolinearitas:

(1) Terjadi multikolinearitas jika VIF > 10 dan TOL < 0, 10

(2) Tidak terjadi multikolinearitas jika VIF < 10 dan TOL > 0,10

c. Uji Heteroskedastisitas

Menurut Ghozali (2018: 137), uji heteroskedastisitas menguji apakah dalam model regresi terjadi ketidaksamaan *variance* dari residual satu pengamatan ke pengamatan yang lain. Jika *variance* dari residual satu pengamatan ke pengamatan lain tetap, maka disebut Homoskedastisitas dan jika berbeda disebut Heteroskedastisitas. Model regresi yang baik adalah yang Homoskedastisitas atau tidak terjadi Heteroskedastisitas. Pada uji Heteroskedastisitas, peneliti menggunakan uji korelasi Spearman yang di mana jika nilai probabilitas > 0,05 atau 5% maka tidak terjadi Heteroskedastisitas.

4. Pengujian Hipotesis dan Analisis Regresi Berganda

a. Regresi Linier Berganda

Analisis Regresi Linier Berganda digunakan untuk mengetahui pengaruh antara dua atau lebih variabel independen dengan satu variabel dependen (Herlina, 2019: 129). Menurut Priyatno (2016) dalam Gautama (2020) model persamaan regresi ganda adalah sebagai berikut:

$$Y = \beta_0 + \beta_1 X_1 + \beta_2 X_2 + \beta_3 X_3 + \beta_4 X_4 + \varepsilon$$

Keterangan:

Y = Niat Beli

X1 = *Intensity*

X2 = *Positive Valence*

X3 = *Negative Valence*

X4 = *Content*

$\beta 1$ = Koefisien X1

$\beta 2$ = Koefisien X2

$\beta 3$ = Koefisien X3

$\beta 4$ = Koefisien X4

ε = *Error*

b. Uji f

Menurut Ghozali (2018: 98), Uji F digunakan untuk menguji apakah semua variabel independen secara simultan atau secara bersama berpengaruh terhadap variabel dependen. Pengujian dilakukan dengan melihat Sig f, jika Sig f > α (0,05), maka hipotesis ditolak, variabel X secara simultan tidak berpengaruh terhadap variabel Y dan jika Sig f < α (0,05), maka hipotesis diterima, variabel X secara simultan berpengaruh terhadap variabel Y.

c. Uji t

Menurut Ghozali (2018: 98), Uji t pada dasarnya menunjukan seberapa jauh pengaruh satu variabel independen secara individual dalam menerangkan variasi variabel dependen. Pengujian dilakukan dengan melihat nilai Sig, jika nilai Sig < α 0,05 atau t hitung > t tabel, maka hipotesis diterima yang berarti variabel independen mempengaruhi variabel dependen dan jika nilai Sig > α atau t hitung < t tabel, maka

KWIK KIAN GIE SCHOOL OF BUSINESS
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.
© Hak cipta milik IBI KKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)
Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie

hipotesis tidak diterima yang berarti variabel independen tidak mempengaruhi variabel dependen.

5. Interpretasi Koefisien Determinasi

Menurut Ghozali (2018: 97) uji koefisien determinasi guna untuk mengukur seberapa jauh kemampuan model dalam menerangkan variasi variabel dependen, di mana nilai koefisien determinasi berkisar antara nol dan satu. Parameter pengukuran menggunakan nilai adjusted R2 yang dapat naik dan turun apabila satu variabel independen ditambahkan ke dalam model. Nilai koefisien determinasi adalah $0 \leq R2 \leq 1$, yang mengindikasikan bahwa:

a. R2 = 0 → model regresi yang terbentuk tidak sempurna, variabel-variabel independen tidak dapat menjelaskan variasi variabel dependen.

b. R2 = 1 → model regresi yang terbentuk sempurna, dimana variabel-variabel independen dapat menjelaskan variasi variabel dependen dengan tepat.

c. R2 mendekati 1 → model regresi yang terbentuk telah semakin tepat untuk memberikan hampir semua informasi yang dibutuhkan untuk memprediksi variasi variabel dependen.

KWIK KIAN GIE SCHOOL OF BUSINESS
© Hak cipta milik IBI KKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)
Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie
Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang
1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.
b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.