



## BAB III

### METODE PENELITIAN



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

Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

#### A. Objek Penelitian

Objek yang digunakan pada penelitian ini adalah McDonald's, sedangkan subjek penelitian ini adalah konsumen yang pernah mengonsumsi produk McDonald's di Artha Gading.

#### 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 Variabel oleh Peneliti

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

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.



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

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

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

**Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie**

4. Tujuan Studi

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 Subyek

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 Peserta Terhadap Persepsi Mereka Sendiri

Hasil penelitian ini dapat dipengaruhi secara tidak langsung oleh persepsi responden saat mengisi kuesioner. Persepsi yang dicari dalam penelitian 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 menggunakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.



adalah persepsi yang benar, dengan tidak adanya perubahan rutinitas normal responden.



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

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

### C. Variabel Penelitian

Variabel adalah simbol peristiwa, aktivitas, kualitas, perlakuan, dan atribut yang dapat dievaluasi dan dinilai (Cooper dan Schindler, 2017:64). Variabel terikat dan variabel bebas merupakan dua jenis variabel dalam penelitian ini. Keputusan pembelian (Y) merupakan variabel terikat dalam penelitian ini, sedangkan faktor bebasnya adalah Promosi (X1) dan Harga (P) (X2). Definisi dan pengukuran untuk masing-masing variabel ini tercantum di bawah ini.

#### 1. Promosi

Menurut Tjiptono dalam Aditi dan Hermansyur (2018:66), Komunikasi pemasaran adalah kegiatan pemasaran yang berusaha menyebarkan informasi, mempengaruhi/membujuk/mengingatkan pasar sasaran perusahaan dan produknya agar bersedia menerima, membeli, dan loyal terhadap produk yang ditawarkan perusahaan yang bersangkutan. Promosi adalah salah satu jenis komunikasi pemasaran. Pengukuran promosi ditunjukkan pada tabel 3.1 dibawah ini.

**Tabel 3. 1**  
**Pengukuran Promosi**

Variabel	Indikator	Butir Pernyataan	Skala
Promosi	Periklanan (Advertising)	- Iklan yang ditawarkan oleh McDonald's sesuai dengan yang disampaikan. - Iklan McDonald's sering muncul di sosial media.	Likert
	Promosi Penjualan (Sales Promotion)	- McDonald's memberikan cashback sehingga saya membeli produknya.	Likert

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. Harga

Harga menurut Kotler dan Armstrong (2018:308) adalah harga yang dibayarkan untuk produk atau layanan, atau nilai yang ditukarkan oleh pelanggan untuk keuntungan memiliki atau menggunakan produk atau layanan. Pengukuran variabel harga yang digunakan dalam penelitian ini adalah melalui empat indikator beserta butir pernyataan yang disajikan pada tabel 3.2 berikut.

**Tabel 3. 2**  
**Pengukuran Harga**

Variabel	Indikator	Butir Pernyataan	Skala
Harga	<b>Keterjangkauan Harga</b>	- Harga yang ditawarkan McDonald's terjangkau.	Likert
	<b>Kesesuaian Harga dengan Kualitas Produk</b>	- Harga yang ditawarkan McDonald's sesuai dengan kualitas produk yang ditawarkan.	Likert
	<b>Daya Saing Harga</b>	- Harga yang ditawarkan McDonald's bersaing dengan merek lain.	Likert
	<b>Kesesuaian Harga dengan Manfaat</b>	- Harga yang ditawarkan McDonald's sesuai dengan manfaat yang dirasakan.	Likert

3. Keputusan Pembelian

Keputusan pembelian menurut Kotler dan Armstrong (2018:177) adalah Keputusan konsumen untuk membeli merek yang paling disukai. Pengukuran variabel keputusan pembelian yang digunakan dalam penelitian ini adalah melalui empat dimensi beserta butir pernyataan yang disajikan pada tabel 3.3 berikut:

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

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

Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie

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



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. 3**  
**Pengukuran Keputusan Pembelian**

Variabel	Indikator	Butir Pernyataan	Skala
Keputusan Pembelian	Pilihan Produk	- Saya memilih untuk membeli produk-produk McDonald's karena merupakan produk yang saya sukai.	Likert
	Pilihan Merek	- Saya memilih untuk membeli produk-produk McDonald's berdasarkan popularitas merek.	Likert
	Waktu Pembelian	- Saya membeli produk-produk McDonald's secara rutin.	Likert
	Jumlah Pembelian	- Saya membeli produk-produk McDonald's lebih dari satu jenis.	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, yaitu non-probability sampling (Sekaran dan Bougie, 2017b:68). Konsumen yang membeli dan mengkonsumsi barang McDonald's Artha Gading pada tahun 2021 memenuhi kriteria.

Hair *et al.* (2014: 100) merekomendasikan ukuran sampel 100 atau lebih untuk ukuran sampel itu sendiri. Sebagai pedoman umum, ukuran sampel harus setidaknya lima kali lebih besar dari jumlah item pernyataan yang akan dievaluasi,



dengan rasio 10:1 lebih disukai. Karena barang hanya bisa dinilai oleh pembeli.

Total peserta yang mengikuti survei sebanyak 100 orang.

### E. Teknik Pengumpulan Data

Data primer, yaitu data yang diterima langsung dari sumber atau responden pertama, digunakan dalam penelitian ini (Sekaran dan Bougie, 2017a: 130). Teknik pengumpulan data yang digunakan ialah teknik komunikasi yang melibatkan pengiriman pertanyaan kepada responden secara elektronik melalui Google Forms.

Jenis kuesioner yang digunakan adalah pertanyaan tertutup, yang artinya pertanyaan telah disusun sebelumnya dengan memberikan pilihan jawaban yang sudah dipersiapkan oleh peneliti. 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

Data akan diperiksa menggunakan software SPSS setelah diperoleh melalui kuesioner. Metode analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

#### 1. Uji Validitas

Menurut Ghazali, uji validitas digunakan untuk mengetahui validitas atau validitas suatu kuesioner (2016:52). Validitas suatu pertanyaan kuesioner ditentukan oleh kemampuannya untuk mengungkapkan apa yang akan diukur oleh kuesioner tersebut. Dalam penelitian ini digunakan rumus korelasi 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:

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

Hak cipta milik IBI KKG (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.

Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie



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 Alpha Cronbach dapat digunakan untuk uji ketergantungan:

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

Keterangan:

$r_{11}$  = reliabilitas instrumen

$k$  = jumlah butir pertanyaan

$\sigma^2$  = 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:

X = nilai skor yang dipilih

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.



### 3. Analisis Deskriptif

Analisis deskriptif digunakan untuk memberikan gambaran atau deskripsi suatu data. Analisis deskriptif yang digunakan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

#### a. Rata-rata Hitung (Mean)

Rata-rata atau mean terhitung dihitung dengan menjumlahkan semua nilai data kelompok sampel dan kemudian membaginya dengan jumlah sampel. Rumus berikut dapat digunakan untuk menghitung mean:

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

Keterangan:

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

$x_i$  = nilai sampel ke-*i*

$n$  = jumlah sampel

#### b. Rentang Skala

Rata-rata atau mean terhitung dihitung dengan menjumlahkan semua nilai data kelompok sampel dan kemudian membaginya dengan jumlah sampel. Rumus berikut dapat digunakan untuk menghitung mean:

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

Keterangan:

$Rs$  = Rentang skala penilaian

$m$  = Skor tertinggi pada skala

$b$  = Skor terendah pada skala

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.

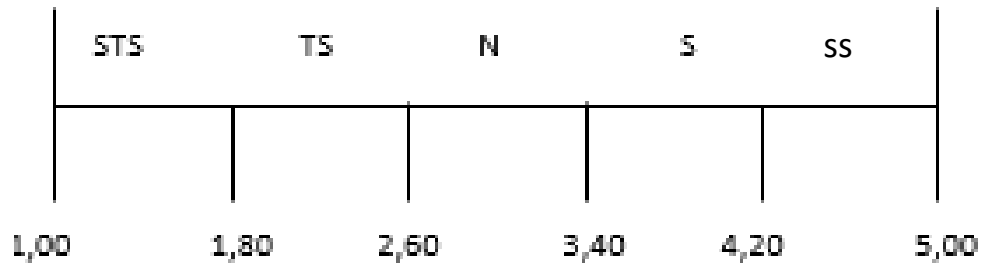




$n$  = Jumlah kelas atau kategori

Ⓒ Dengan skor tertinggi adalah 5 dan skor terendah adalah 1, dengan jumlah kelas atau kategori adalah 5, maka dapat ditentukan rentang skalanya 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

$\sigma$  = Standard Deviasi populasi

$n$  = jumlah sample

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

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

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

Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie

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



#### 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.

##### 1) Uji Normalitas

Uji normalitas, menurut Ghazali (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  $\geq 0.05$  berarti data residual berdistribusi normal.

##### 2) Uji Multikolinearitas

Uji multikolinearitas menurut Ghazali (2016:103) digunakan untuk melihat apakah model regresi menemukan adanya korelasi 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*  $\leq$  0.10 atau nilai VIF  $\geq$  10, maka terdapat multikolinearitas.

### 3) 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 sebagai dasar pengambilan keputusan berikut dalam uji heteroskedastisitas penelitian ini:

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

(2) Jika probabilitas < 0.05 maka terjadi heteroskedastisitas.

### 5. Analisis Regresi Berganda

Analisis regresi digunakan untuk mengukur kekuatan keterkaitan antara dua variabel atau lebih dan untuk menunjukkan arah hubungan antara variabel dependen dan independen, menurut Ghozali (2016: 94). Sementara itu, berikut adalah persamaan regresi berganda yang digunakan dalam penelitian ini:

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

Keterangan:

Y = variabel keputusan pembelian

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



$\beta_0$  = konstanta

$X_1$  = variabel promosi

$X_2$  = variabel harga

$\beta_1, \beta_2$  = koefisien regresi

$\varepsilon$  = *term of error*

### 5.1 Uji Keberartian Model (Uji F)

Menurut Ghozali (2016: 96), uji F digunakan untuk memeriksa kesesuaian model yang mengandung variabel bebas apakah model regresi penelitian layak atau tidak. Hipotesis statistik berikut digunakan dalam analisis:

(1)  $H_0: \beta_1 = \beta_2 = 0$

(2)  $H_a$ : Paling sedikit ada satu  $\beta_i = 0$   $I = 1,2$

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.

### 5.2 Uji Parsial (Uji t)

Uji t digunakan untuk mengetahui apakah setiap variabel bebas terbukti memengaruhi variabel dependent, menurut Ghozali (2016: 97). Berikut ini adalah hipotesis statistik penelitian:

(1)  $H_0: \beta_1 = 0$

$H_a: \beta_1 > 0$

(2)  $H_0: \beta_2 = 0$

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

Hak cipta milik IBI KKG (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.



$H_a: \beta_2 > 0$

Ⓒ 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.

### 5.3 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)

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.