

## BAB III

### METODE PENELITIAN

Pembahasan peneliti di dalam bab ketiga ini berfokus membahas secara detail mengenai penelitian dalam aspek objek, desain, populasi dan sampel, lokasi dan variabel penelitian. Serta, teknik pengambilan, pengumpulan dan analisis data yang digunakan mendukung analisis dan pembahasan penelitian secara relevan.

Teknik pengambilan sampel dijelaskan bagaimana anggota populasi dijadikan sebagai anggota sampel. Dalam teknik pengumpulan data, yang akan dijelaskan adalah bagaimana cara penuliis mengumpulkan data, berasal darimanakah data yang akan diteliti, apa saja data yang diperlukan, dan bagaimana teknik pengumpulan data yang akan digunakan. Sedangkan untuk pembahasan teknik analisis data adalah metode analisis apa saja yang digunakan untuk mengukur hasil penelitian dan rumus statistik apa saja yang digunakan dalam perhitungan pengolahan data dalam *software* yang dipakai.

#### 3.1 Objek Penelitian

Objek penelitian ini adalah Ropang Plus Plus yang merupakan salah satu restoran di Pluit Sakti. Sedangkan, subjek dari penelitian ini adalah konsumen yang pernah membeli dan mengonsumsi makanan dan minuman yang di jual restoran Ropang Plus Plus, Pluit Sakti. Peneliti melakukan penelitian ini dengan penyebaran kuesioner melalui *google form*.



### 3.2 Disain Penelitian

Menurut Cooper dan Schindler (2017: 147-152), disain penelitian merupakan suatu perencanaan dan struktur dari investigasi yang disusun untuk mendapatkan jawaban atas pertanyaan penelitian yang meliputi rencana awal pengumpulan, pengukuran, dan analisis data. Dalam memilih disain penelitian, terdapat delapan sistem pengklasifikasian sederhana yang didefinisikan untuk mengelompokkan permasalahan, antara lain:

#### 3.2.1 Tingkat Penyelesaian Pertanyaan Penelitian

Tingkat penyelesaian pertanyaan penelitian dilihat dari disain studi yang akan digunakan peneliti dalam menjawab pertanyaan penelitian. Studi dipandang sebagai studi eksploratif atau formal dimana perbedaannya dilihat dari tingkatan struktur dan tujuan studi. Dalam penelitian ini, peneliti memilih studi formal (*formal studies*) yang dimulai dari hipotesis atau pertanyaan penelitian dan terhubung dengan prosedur yang tepat serta spesifikasi sumber data. Tujuannya untuk menguji hipotesis dan menjawab seluruh pertanyaan penelitian.

#### 3.2.2 Metode Pengumpulan Data

Metode pengumpulan data memiliki dua klasifikasi yaitu pengamatan dan proses komunikasi. Dalam penelitian ini, peneliti memilih studi komunikasi (*communication study*) dimana peneliti memberikan pertanyaan kepada subjek penelitian dan mengumpulkan respons berdasarkan makna personal dan umum. Data yang dikumpulkan berasal dari kuesioner secara *online*.





### 3.2.3 Kontrol Peneliti Terhadap Variabel

Peneliti memiliki kemampuan untuk memanipulasi variabel. Hal tersebut dibedakan menjadi dua yaitu eksperimental dan *ex post facto*. Dalam penelitian ini, peneliti menggunakan desain *ex post facto (ex post facto design)* dimana peneliti tidak memiliki kontrol terhadap variabel atau tidak memanipulasi variabel, sehingga tidak terjadi adanya bias, karena peneliti melaporkan apa yang telah terjadi atau apa yang sedang terjadi.

### 3.2.4 Tujuan Penelitian

Penelitian ini menggunakan studi kausal-eksplanatori, dimana peneliti menjelaskan hubungan antarvariabel dalam penelitian.

### 3.2.5 Dimensi Waktu

Penelitian ini menggunakan *cross-sectional* sebagai dimensi waktu, dimana penelitian dilakukan satu kali dan menyajikan suatu kejadian dalam satu waktu.

### 3.2.6 Cakupan Topik

Penelitian ini menggunakan studi statistik sebagai studi yang diatur untuk cakupan yang lebih luas, bukan lebih mendalam. Studi ini berusaha untuk menangkap karakteristik populasi dengan membuat kesimpulan dari karakteristik sampel. Hipotesisnya akan diuji secara kuantitatif.

### 3.2.7 Lingkungan Penelitian

Penelitian ini menggunakan lingkungan kondisi lapangan atau aktual dimana data yang didapatkan berdasarkan fakta yang terjadi di lapangan.

### 3.2.8 Kesadaran Persepsi Partisipan

Kesadaran persepsi partisipan mempengaruhi hasil penelitian secara tidak langsung atau lebih jelas. Terdapat tiga persepsi partisipan yaitu:

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.

- (1) Partisipan tidak merasakan adanya penyimpangan dalam rutinitas kesehariannya.
- (2) Partisipan merasa ada penyimpangan, namun tidak ada hubungannya dengan peneliti.
- (3) Partisipan merasakan adanya penyimpangan ketika terlibat dengan peneliti.

Dalam penelitian ini, peneliti memberikan pemahaman kepada responden untuk menghindari persepsi negatif terhadap peneliti dan penelitian ini.

### 3.3 Populasi dan Sampel

Dalam penelitian ini, peneliti menggunakan *nonprobability sampling* sebagai teknik pengambilan sampel. *Nonprobability sampling* merupakan teknik pengambilan sampel dimana elemen tidak memiliki peluang yang diketahui atau yang ditentukan sebelumnya sebagai subjek (Sekaran dan Bougie, 2017: 59). Penulis memilih metode tersebut karena tidak dapat diketahui secara pasti banyaknya jumlah pembeli produk Ropang Plus Plus (RPP), Pluit Sakti.

Terdapat dua jenis teknik *nonprobability sampling*, yaitu pengambilan sampel berdasarkan kemudahan (*convenience sampling*) dan pengambilan sampel bertujuan (*purposive sampling*) yang memiliki dua jenis teknik pengambilan sampel yaitu pengambilan sampel berdasarkan pertimbangan tertentu (*judgment sampling*) dan pengambilan sampel kuota (*quota sampling*). Teknik pengambilan sampel yang dipilih peneliti untuk melakukan penelitian ini adalah *judgment sampling*, dimana jumlah atau kategori orang tertentu yang memiliki informasi yang terbatas. Peneliti memperoleh data penelitian dari kuesioner secara elektronik dengan kriteria tertentu yaitu konsumen



yang pernah membeli dan mengonsumsi makanan dan minuman dari restoran Ropang Plus Plus, Pluit Sakti.

Menurut Sugiyono (dalam Jefri dan Widagdo 2021), ukuran sampel yang layak dalam penelitian antara 30 sampai dengan 500. Sehingga, jumlah sampel yang akan diambil sebanyak 100 responden. Jumlah sampel tersebut diambil dari hasil perhitungan rumus Hair et al. Menurut Hair et al (dalam Prilano, Sudarso dan Fajrillah, 2020), rumus Hair et al digunakan untuk menentukan jumlah sampel yang terlalu besar. Rumusnya sebagai berikut:

$$N = 5 \times \text{Jumlah Indikator yang Diestimasi}$$

Keterangan :

$$n = \text{jumlah sampel yang digunakan}$$

Sehingga, sebanyak 100 responden yang ditetapkan sebagai jumlah sampel, dengan pengaplikasian rumusnya sebagai berikut:

$$N = 5 \times 20 = 100 \text{ responden}$$

### 3.4 Lokasi Penelitian

Peneliti memilih salah satu restoran di daerah Pluit sebagai lokasi penelitian yaitu Ropang Plus Plus, Pluit Sakti yang letaknya berada di Jl. Pluit Sakti No.21 A, RW.7, Pluit, Jakarta Utara. Alasan peneliti memilih restoran Ropang Plus Plus, Pluit Sakti dikarenakan restoran tersebut cukup dikenal oleh masyarakat daerah Pluit, Jakarta Utara. Menurut observasi peneliti restoran tersebut selalu ramai di setiap minggunya baik dalam keadaan sebelum pandemi dan saat pandemi. Hal ini dibuktikan dari pengalaman peneliti dan adanya *review* dari konsumen di internet mengenai restoran tersebut, serta teman-teman peneliti yang berkunjung ke tempat tersebut di saat sebelum pandemi sampai sekarang.





### 3.5 Variabel Penelitian

Penelitian ini memiliki tiga variabel yang akan dianalisis yaitu *word of mouth* (wom) (X1) dan cita rasa (X2) sebagai variabel independen dan keputusan pembelian (Y) sebagai variabel dependen. Berikut penjelasan dari masing-masing variabel:

#### 3.5.1 Word Of Mouth (X1)

*Word of mouth* (wom) merupakan salah satu proses pemasaran dalam bentuk komunikasi antar konsumen baik lisan maupun tertulis berdasarkan pandangan, penilaian dan pengalamannya dalam memakai atau menggunakan sebuah produk atau jasa dan dapat digunakan menjadi salah satu sumber rekomendasi dan informasi bagi para konsumen.

Tabel 3.1

Variabel *Word Of Mouth* (wom) (X1)

Sumber	No	Indikator	Pernyataan	Skala
Sernovitz dalam Joesyiana (2018)	1.	<i>Talkers</i> (pembicara)	1. Orang terdekat adalah salah satu sumber informasi yang membicarakan Ropang Plus Plus, Pluit Sakti.	Likert
	2.	<i>Topics</i> (topik)	1. Tempat nongkrong adalah topik pembicaraan saya dengan orang terdekat.	Likert
	3.	<i>Tools</i> (alat)	1. Instagram merupakan salah satu <i>platform</i> yang mempermudah pembicaraan mengenai Ropang Plus Plus, Pluit Sakti.	Likert
	4.	<i>Talking part</i> (partisipasi)	1. Saya bersedia untuk memberikan kritik dan saran kepada pihak Ropang Plus Plus, Pluit Sakti. 2. Pihak Ropang Plus Plus, Pluit Sakti cepat tanggap dalam menjawab pertanyaan yang saya ajukan.	Likert
	5.	<i>Tracking</i> (pengawasan)	1. Pihak Ropang Plus Plus, Pluit Sakti menerima tanggapan dan memberikan respon yang baik atas saran dan kritik yang saya berikan.	Likert

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

Hak cipta milik IBIKKG (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.



### 3.5.2 Cita Rasa (X2)

Cita rasa adalah suatu cara konsumen dalam pemilihan makanan berdasarkan perbedaan rasa dan atribut makanan yang meliputi bau, penampakan, tekstur, dan suhu.

**Tabel 3.2**

**Variabel Cita Rasa (X2)**

Sumber	No	Indikator	Pernyataan	Skala
Wahida (dalam Resky 2021)	1.	Penampakan	1. Penampilan produk Ropang Plus Plus, Pluit Sakti yang sedap dipandang mata.	Likert
	2.	Bau	1. Saya menyukai aroma yang muncul dari makanan Ropang Plus Plus, Pluit Sakti.	Likert
	3.	Rasa	1. Adanya rasa nikmat yang dirasakan ketika makan produk Ropang Plus Plus, Pluit Sakti. 2. Rasa pada produk Ropang Plus Plus, Pluit Sakti sesuai dengan selera saya.	Likert
	4.	Tekstur	1. Ropang Plus Plus, Pluit Sakti memiliki produk makanan dengan tekstur yang lembut.	Likert
	5.	Suhu	1. Suhu produk Ropang Plus Plus, Pluit Sakti ideal.	Likert

### 3.5.3 Keputusan Pembelian (Y)

Keputusan pembelian merupakan proses konsumen dalam memilih sebuah produk atau jasa yang mereka inginkan berdasarkan kumpulan informasi yang didapatkan dan mengevaluasi berbagai pilihan yang tersedia untuk melakukan pembelian.

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.

Tabel 3.3

## Variabel Keputusan Pembelian (Y)

Sumber	No	Indikator	Pernyataan	Skala
Kotler (dalam Joesyiana 2018)	1.	Tujuan membeli sebuah produk	1. Saya menyadari adanya kebutuhan untuk berkunjung ke Ropang Plus Plus, Pluit Sakti	Likert
	2.	Proses informasi untuk sampai ke pemilihan mereka	1. Saya mencari informasi mengenai Ropang Plus Plus, Pluit Sakti kepada orang terdekat yang sudah pernah berkunjung	Likert
	3.	Kemantapan sebuah produk	1. Saya memutuskan untuk melakukan pembelian karena informasi orang terdekat saya mengenai Ropang Plus Plus, Pluit Sakti 2. Setelah mencari informasi, saya mempertimbangkan membeli Ropang Plus Plus, Pluit Sakti atas menunya dari orang terdekat. 3. Setelah mencari informasi, saya mempertimbangkan membeli Ropang Plus Plus, Pluit Sakti atas <i>review</i> dari orang terdekat.	Likert
	4.	Memberikan rekomendasi kepada orang lain	1. Saya akan mengatakan keunggulan dari Ropang Plus Plus, Pluit Sakti kepada orang lain.	Likert
	5.	Melakukan pembelian ulang	1. Saya merasa puas telah membeli produk makanan dan minuman di Ropang Plus Plus, Pluit Sakti 2. Saya akan memutuskan untuk membeli kembali karena cita rasa yang dirasakan sesuai dengan informasi orang terdekat.	Likert

© 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.





## 3.6 Teknik Pengumpulan Data

### 3.6.1 Jenis dan Sumber Data

Data memiliki dua jenis yaitu data primer dan data sekunder. Data primer adalah data yang diperoleh secara langsung dari sumber data atau responden melalui kuesioner dan wawancara. Sedangkan data sekunder adalah sumber data tidak langsung, melalui media perantara seperti buku, berita *online*, atau perusahaan. Dalam penelitian ini, peneliti menggunakan data primer dimana data tersebut didapatkan dari hasil penyebaran kuesioner secara *online* kepada responden yang pernah membeli dan mengonsumsi makanan dan minuman dari restoran Ropang Plus Plus, Pluit Sakti.

### 3.6.2 Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data dalam penelitian ini menggunakan penyebaran kuesioner secara *online* melalui *Google Form*. Kuesioner tersebut akan diberikan kepada responden yang pernah membeli dan mengonsumsi makanan dan minuman dari restoran Ropang Plus Plus, Pluit Sakti dan jawaban atas kuesioner tersebut akan menjadi sumber informasi peneliti dalam penelitian ini. Jenis kuesioner yang digunakan adalah pertanyaan tertutup dimana peneliti menyediakan daftar pertanyaan yang jawaban alternatifnya telah disediakan. Peneliti juga menggunakan skala *likert* untuk mengukur data penelitian dalam kuesionernya, dimana skala *likert* didesain untuk menelaah seberapa kuat subjek setuju atau tidak setuju dengan pernyataan. Tingkat setuju pada skala *likert* dalam penelitian ini adalah 1 = Sangat Tidak Setuju, 2 = Tidak Setuju, 3 = Netral, 4 = Setuju, dan 5 = Sangat Setuju. (Sekaran dan Bougie, 2017: 30)

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.

Tabel 3.4

## Skala Likert

Pernyataan	Skala
Sangat Tidak Setuju (STS)	1
Tidak Setuju (TS)	2
Netral (N)	3
Setuju (S)	4
Sangat Setuju (SS)	5

### 3.7 Pengolahan Data dan Analisis Data

Penulis menggunakan alat bantu *software* SPSS 20 untuk mengolah data yang didapatkan dari kuesioner yang telah disebarkan kepada responden. Teknik analisis data yang digunakan adalah sebagai berikut:

#### 3.7.1 Evaluasi Model Pengukuran

##### a. Uji Validitas

Menurut Ghazali (2016: 52), uji validitas dalam mengolah data digunakan untuk mengukur valid tidaknya suatu kuesioner yang dimana kuesioner dikatakan valid jika pertanyaan yang telah disajikan dalam kuesioner mampu mengungkapkan sesuatu yang diukur dari kuesioner tersebut.

Pengukuran validitas setiap indikator dapat dilihat dari perbandingan nilai korelasi hasil hitung (*Correlated Item – Total Correlation*) dengan korelasi dari tabel korelasi *product moment* dengan r tabel sebesar 0,361 dengan menguji 30 responden untuk jumlah sampel dan taraf signifikansi  $\alpha$  sebesar 5%. Berikut rumus korelasi *product moment*, yaitu:

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

Keterangan :

- r = korelasi  
 X = skor pernyataan  
 Y = skor total  
 n = jumlah responden

Jika hasil korelasi hitung ( $r$ ) atau *Correlated Item – Total Correlation*  $\geq 0,361$ , maka pernyataan atau indikator dinyatakan valid.

#### b. Uji Reliabilitas

Menurut Ghazali (2016: 47), reliabilitas merupakan alat ukur kuesioner yang merupakan indikator dari variabel. Kuesioner dinyatakan reliabel jika jawaban responden terhadap pernyataan konsisten dari waktu ke waktu dan memiliki nilai reliabilitas atau nilai Cronbach's Alpha  $> 0,7$ . Berikut rumus Cronbach's Alpha, yaitu:

$$r_{ii} = \left[ \frac{k}{k-1} \right] \left[ 1 - \frac{\sum \sigma_b^2}{\sigma_t^2} \right]$$

Keterangan :

- $r_{ii}$  = reliabilitas seluruh instrumen  
 k = jumlah pertanyaan  
 $\sum \sigma_b^2$  = jumlah varian butir  
 $\sigma_t^2$  = varian total

#### 3.7.2 Analisis Deskriptif

Ghozali (2016: 19) menyatakan bahwa analisa deskriptif memberikan gambaran atau deskripsi sebuah data yang dinilai dari nilai rata-rata (mean),



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.

standar deviasi, varian, maksimum, minimum, *sum*, *range*, kurtosis dan *skewness* (kemencengan distribusi). Berikut analisis deskriptif yang digunakan peneliti, yaitu:

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

Rata-rata hitung merupakan hasil penjumlahan dari seluruh perkalian frekuensi dengan nilai skor masing-masing, lalu dibagi dengan jumlah total frekuensi. Berikut rumus dari rata-rata hitung, yaitu:

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

Keterangan :

$\bar{X}$	= skor rata-rata
$f_i$	= frekuensi kelompok data ke-i
$X_i$	= data kelas i
$n$	= jumlah total frekuensi

#### b. Analisis Persentase (%)

Tujuan analisis persentase adalah mengetahui karakteristik dari responden berdasarkan jenis kelamin, usia, dan pekerjaan dalam bentuk persen. Berikut rumus dalam menghitung persentase, yaitu:

$$\rho = \frac{f_i}{\sum f_i} \times 100\%$$

Keterangan :

$\rho$	= persentase berdasarkan kategori tertentu
$f_i$	= banyaknya responden yang menjawab berdasarkan kategori tertentu
$\sum f_i$	= Total responden berdasarkan kategori tertentu



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

### c. Rentang Skala

Rentang skala bertujuan untuk menentukan posisi responden dengan menggunakan alat ukur skor dari setiap variabel. Berikut rumus rentang skala, yaitu:

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

Keterangan :

RS = rentang skala penilaian

m = nilai tertinggi

n = nilai terendah

b = jumlah kategori

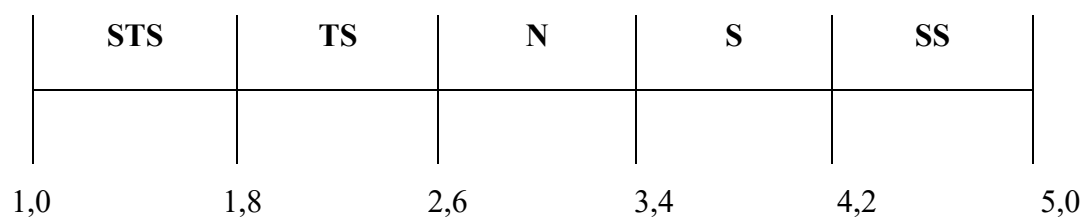
Penelitian ini memiliki skor tertinggi yaitu 5 dan skor terendah

1. Sedangkan jumlah kategorinya sebanyak 5. Dengan rumus diatas, maka rentang skalanya adalah sebagai berikut:

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

**Gambar 3.1**

**Rentang Skala**



### © 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.





Keterangan :

1,0 – 1,8	=	Sangat Tidak Setuju (STS)
1,8 – 2,6	=	Tidak Setuju (TS)
2,6 – 3,4	=	Netral (N)
3,4 – 4,2	=	Setuju (S)
4,2 – 5,0	=	Sangat Setuju (SS)

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

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

**3.7.3**

**Uji Asumsi Klasik**

**a. Uji Normalitas**

Menurut Ghozali (2016: 154), uji normalitas bertujuan untuk mengetahui apakah dalam model regresi memiliki distribusi normal dalam variabel pengganggu atau residualnya. Untuk mengetahui apakah residual berdistribusi normal atau tidak normal yaitu dengan analisis grafik dan uji statistik melalui Kolmogorov-Smirnov Test (K-S) yang dinyatakan dalam *Asymp.Sig (2-tailed)* dengan membuat hipotesis sebagai berikut:

$H_0$  : Data residual berdistribusi normal

$H_a$  : Data residual tidak berdistribusi normal

Dengan hipotesis tersebut, akan diterapkan untuk mengambil keputusan yang dibandingkan dengan taraf signifikansi  $\alpha$  sebesar 5% (0,05), dengan pernyataan:

- 1) Jika *Asymp.Sig (2-tailed)*  $> \alpha$  (0,05), maka data berdistribusi normal.
- 2) Jika *Asymp.Sig (2-tailed)*  $< \alpha$  (0,05), maka data tidak berdistribusi normal.



### b. Uji Multikolonieritas

Menurut Ghozali (2016: 103), uji multikolinieritas bertujuan untuk menguji apakah ditemukan adanya korelasi antar variabel bebas (independen) dalam model regresi. Untuk mengetahui ada tidaknya multikolonieritas sebagai pertimbangan pengambilan keputusan adalah sebagai berikut:

- 1) Jika nilai  $VIF \leq 10$  atau nilai *tolerance*  $\geq 0,10$ , maka tidak terdapat multikolonieritas.
- 2) Jika nilai  $VIF \geq 10$  atau nilai *tolerance*  $\leq 0,10$ , maka terdapat multikolonieritas.

### c. Uji Heterokedastisitas

Menurut Ghozali (2016: 134), uji heterokedastisitas bertujuan untuk menguji apakah terjadi ketidaksamaan varian dari residual satu pengamatan ke pengamatan lain dalam model regresi. Model regresi yang baik adalah model yang tidak terjadi heterokedastisitas atau homoskedastisitas. Jika varian dari residual satu pengamatan ke pengamatan lain tetap, maka disebut homoskedastisitas. Sebaliknya, jika berbeda berarti terjadi heterokedastisitas.

Cara untuk mengetahui ada atau tidaknya heterokedastisitas adalah menggunakan uji *Glejser* dengan kriteria pengambilan keputusan sebagai berikut:

- 1) Jika nilai  $sig > 0,05$ , maka tidak terjadi heterokedastisitas.
- 2) Jika nilai  $sig < 0,05$ , maka terjadi heterokedastisitas.

### d. Analisis Regresi Berganda

Menurut Ghozali (2016: 94), analisis regresi selain mengukur kekuatan hubungan antara dua variabel atau lebih, analisis regresi juga

menunjukkan arah hubungan antara variabel dependen dengan variabel independen. Persamaan model regresi berganda adalah sebagai berikut:

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

Keterangan :

Y	= keputusan pembelian
$\beta_0$	= konstanta
$\beta_1$	= koefisien regresi variabel X1
$X_1$	= <i>word of mouth</i>
$\beta_2$	= koefisien regresi variabel X2
$X_2$	= cita rasa
e	= error

### 3.7.4 Uji Hipotesis

#### a. Uji Keberartian Model (Uji Statistik F)

Menurut Ghazali (2016: 96), uji statistik F bertujuan untuk menguji apakah seluruh variabel bebas yang tercantum dalam model regresi dapat digunakan atau tidak layak untuk digunakan. Hipotesis statistik yang digunakan adalah sebagai berikut:

$$H_0 : \beta_1 = \beta_2 = 0$$

$$H_a : \beta_1 = \beta_2 \neq 0$$

Dasar pengambilan keputusan uji F adalah sebagai berikut:

- 1) Dengan membandingkan nilai F hitung dengan F tabel. Apabila F tabel > F hitung, maka  $H_0$  diterima dan  $H_a$  ditolak. Apabila F tabel < F hitung, maka  $H_0$  ditolak dan  $H_a$  diterima.



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.



- 2) Dengan menggunakan angka probabilitas signifikansi. Apabila probabilitas signifikansi  $> 0,005$  maka  $H_0$  diterima dan  $H_a$  ditolak. Apabila probabilitas signifikansi  $< 0,005$  maka  $H_0$  ditolak dan  $H_a$  diterima.

**b. Uji Signifikansi Koefisien (Uji Statistik T)**

Menurut Ghozali (2016: 97), uji statistik T bertujuan untuk menunjukkan pengaruh variabel bebas secara individual dalam menerangkan variasi variabel dependen atau dengan kata lain, untuk menunjukkan pengaruh variabel independen terhadap variabel dependen. Hipotesis yang digunakan adalah sebagai berikut:

$$H_0 : \beta_i = 0$$

$$H_a : \beta_i \neq 0$$

Dasar pengambilan keputusan uji T adalah sebagai berikut :

- 1) Dengan membandingkan nilai t hitungnya dengan t tabel, apabila t tabel  $> t$  hitung, maka  $H_0$  diterima dan  $H_a$  ditolak. Sebaliknya, jika t tabel  $< t$  hitung, maka  $H_0$  ditolak dan  $H_a$  diterima.
- 2) Dengan menggunakan angka probabilitas signifikansi, apabila angka probabilitas signifikansi  $> 0,05$ , maka  $H_0$  diterima dan  $H_a$  ditolak. Sebaliknya, apabila angka probabilitas signifikansi  $< 0,05$ , maka  $H_0$  ditolak dan  $H_a$  diterima.

**c. Uji Koefisien Determinasi ( $R^2$ )**

Menurut Ghozali (2016: 95), koefisien determinasi ( $R^2$ ) digunakan untuk mengukur seberapa jauh kemampuan model dalam menjelaskan variasi variabel dependen. Nilai koefisien determinasi selalu positif karena merupakan rasio dari jumlah kuadrat, antara 0 dan 1.



Jika  $R^2 = 0$ , variabel independen (X) tidak memiliki kemampuan untuk menjelaskan variabel dependen (Y), sebaliknya jika  $R^2 = 1$ , variabel independen (X) memiliki kemampuan untuk menjelaskan variabel dependen (Y).

**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**

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.

