

## BAB III

### METODE PENELITIAN

#### A. Objek Penelitian

Pada penelitian kali ini, yang akan menjadi objek dalam penelitian adalah konsumen McDonald's dari kalangan muda dan tua serta melihat pengaruh kualitas produk, harga, dan layanan terhadap keputusan pembelian pada konsumen restoran cepat saji McDonald's.

#### B. Desain Penelitian

Penelitian ini memiliki tujuan untuk dapat mencari tahu apakah peran sebuah citra merek dapat mempengaruhi sebuah kualitas, harga, dan sebuah layanan dalam memutuskan sebuah pembelian terhadap suatu produk. Dalam penelitian ini termasuk dalam sebuah desain penelitian deskriptif.

Sebuah penelitian deskriptif merupakan sebuah metode penelitian yang dilakukan untuk mengetahui suatu gambaran, keadaan, atau sesuatu hal yang di deskripsikan dengan serinci mungkin yang di ambil sesuai dengan fakta yang ada, metode penelitian deskriptif menurut Sugiyono (2018) adalah metode yang digunakan untuk dapat memberitahu nilai pada variabel mandiri, untuk pada satu variabel atau lebih dari satu tanpa memperhatikan sebuah persamaan atau mengkaitkan pada variabel lainnya. Metode kuantitatif menurut Hendrawan (2019) adalah suatu metode yang menilai pada suatu keobjektifan dan juga ilmiah yang dimana sebuah datanya didapat dari angka, atau pernyataan yang dapat dinilai dan juga didalami dengan menggunakan analisis statistik





Penelitian ini memakai pendekatan survei. Metode survei sendiri menurut Sugiyono (2017), sebagai berikut:

"Suatu metode yang digunakan dalam suatu metode kuantitatif dapat dipakai dengan menggunakan sebuah kejadian yang terjadi pada masa sekarang atau masa lalu, mengenai sebuah keyakinan, komentar, kepribadian serta kaitan variabel dalam menilai sebuah hipotesis mengenai variabel sosiologis dan psikologis dari data yang sudah dikumpulkan dari para responden, teknik yang dipakai dengan cara mengamati berupa kuesioner yang tertutup dan hasilnya akan digeneralisasikan."

Dengan ini dapat disimpulkan bahwa dari metode survei akan menggunakan instrumen penelitian dengan berupa sebuah bentuk pertanyaan dan pernyataan yang akan disusun secara sistematis, dan akan dibagikan dikalangan tertentu sesuai dengan sasaran penelitian yang diperlukan dalam riset ini. Data yang dikumpulkan akan dijadikan kesimpulan, maka itu peneliti dapat menghasilkan sebuah fakta atau bukti dari penelitian ini secara konkret.

### C. Variabel Penelitian

Dalam riset ini, variabel penelitian menjadi suatu alat atau sifat dan nilai dari penilaian seseorang, tujuan, atau sebuah organisasi yang memiliki sebuah varian khusus yang sudah dipilih oleh peneliti untuk dapat dikembangkan lalu setelah itu akan dijadikan sebuah kesimpulan, yang akan dipakai dalam riset ini terdiri atas variabel bebas (*Independent* Variabel) dan variabel terikat (*Dependent* Variabel).

- Variabel Bebas (Variabel *Independen*) menurut Sugiyono (2017) variabel menyebabkan atau disebut dijadikan sebab dari perubahan atau tampak dipengaruhi oleh variabel terikat (variabel *dependent*), dalam riset ini berkaitan dengan masalah yang akan diteliti adalah variabel kualitas produk, harga dan layanan



- Variabel Terikat (Variabel *dependen*) menurut Sugiyono (2017) adalah variabel yang disebabkan atau yang sebagai akibat, karena timbulnya variabel bebas, pada riset tersebut variabel ini akan berkaitan dengan masalah penelitian ini yaitu keputusan pembelian.

1. Variabel kualitas produk dengan dimensi-dimensi terdiri pada:

**Tabel 3.1**

**Operasionalisasi Variabel Kualitas Produk**

| Variabel                                      | Dimensi  | Indikator   | Skala    |
|---|--|---|----------|
| Kualitas Produk (Kotler dan Keller 2016: 393) | <i>Form</i> (bentuk)                             | McDonald's memiliki menu yang beragam dan ukuran makanan yang dimiliki Mcdonald's bervariasi                | Interval |
|   | <i>Features</i> (fitur)                          | McDonald's menawarkan pilihan paket yang bervariasi dan Mcdonald's dapat mengganti isi dari varian paket    | Interval |
|   | <i>Quality Performance</i> (Kualitas Kinerja)    | McDonald's memiliki cara yang mudah untuk konsumen dapat melakukan pembelian produk                         | Interval |
|   | <i>Conformance quality</i> (kesesuaian kualitas) | Menu yang ditawarkan sesuai dengan tampilan menu dan kualitas makanan yang disajikan sesuai yang dijanjikan | Interval |
|   | <i>Durability</i> (daya tahan)                   | Ayam pada McDonald's dapat bertahan lama  | Interval |
|   | <i>Reliability</i> (keandalan)                   | McDonald's memiliki ciri khas pada rasanya  | Interval |
|   | <i>Repairability</i> (Kemudahan perbaikan)       | McDonald's memberikan jaminan penukaran makanan jika tidak sesuai pesanan                                   | Interval |
|   | <i>Style</i> (gaya)                              | McDonald's menawarkan produk yang sesuai dengan kalangan usia   | Interval |

2. Variabel harga dengan dimensi-dimensi yang terdiri dari:

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.

b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.

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

**Tabel 3.2**

**Operasionalisasi Variabel Harga**

| Variabel   | Dimensi                                     | Indikator  | Skala    |
|--|---|--|----------|
| Harga ( <i>Price</i> ) menurut Fandy Tjiptono (2016:156) | <i>keterjangkauan harga</i>                 | McDonald's menawarkan harga disetiap paket makanan atau a la carte   | Interval |
|  | <i>kesesuaian harga dengan kualitas</i>     | kualitas dan mutu yang diberikan sesuai dengan harga yang diberikan  | Interval |
|  | <i>kesesuaian harga dengan manfaat</i>      | setiap makanan atau barang yang tidak sesuai dengan keinginan atau ada hal yang tidak sesuai, Mcd akan menggantinya dengan mengembalikan uang atau produk baru | Interval |
|  | <i>daya saing produk dan potongan harga</i> | McDonald's suka memberikan potongan harga atau cashback disetiap moment  | Interval |

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

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

**Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian**

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. Variabel kualitas layanan dengan dimensi-dimensi yang terdiri dari:



Tabel 3.3

Operasionalisasi Variabel Kualitas Layanan

| Variabel  | Dimensi                               | Indikator  | Skala    |
|---|---------------------------------------|--|----------|
| Kualitas layanan menurut pendapat Parasuraman et Al, (2000:44) dalam Bilgies (2016) | <i>Reliability</i> (keandalan)        | a. Karyawann melayani konsumen sesuai dengan standar operasional, pelayanan mengutamakan kebersihan<br>b. Karyawan Mcd memiliki kemampuan yang baik dalam melayani pelanggan | Interval |
|   | <i>Responsiveness</i> (responsivitas) | Karyawan Mcd selalu membantu dan melayani apa yang dibutuhkan oleh customer dengan cepat   | Interval |
|   | <i>Assurance</i> (jaminan)            | Karyawan mcd memiliki kemampuan yang baik dalam menjawab semua pertanyaan yang diajukan konsumen   | Interval |
|   | <i>Empathy</i> (empati)               | Karyawan Mcd selalu siap melayani konsumen disetiap waktu selama 24 jam  | Interval |

© Hak cipta dan hak paten Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian

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.

4. Variabel keputusan pembelian dengan dimensi-dimensi yang terdiri dari:



Tabel 3.4

Operasionalisasi Variabel Keputusan Pembelian

| Variabel            | Dimensi                     | Indikator   | Skala    |
|---------------------|-----------------------------|---|----------|
| keputusan pembelian | kemantapan produk           | Anda akan tetap melakukan pembelian di Mcdonald's walau ada resto sejenis lainnya                             | Interval |
|                     | melakukan pembelian ulang   | Konsumen menyukai dan akan membeli setiap Mcd mengeluarkan menu baru atau menu spesial edisi                  | Interval |
|                     | rekomendasi dari orang lain | Anda membeli makanan atau memilih mcd sebagai tempat makan anda dan mengajak ke orang lain untuk makan di mcd | Interval |

© Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang  
 Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie

**D. Teknik Pengambilan Sampel**

Dalam riset ini akan memakai teknik pengumpulan data yang dimana dengan membagikan kuesioner terhadap beberapa responden menggunakan Google Form, pertanyaan atau pernyataan yang diberikan mencakup sesuai pada kualitas produk, layanan, harga dan menentukan keputusan pembelian, untuk jenis kuesionernya sendiri akan memakai jenis pertanyaan tertutup, kuesioner ini akan disusun dengan memakai skala likert yang dimana responden akan menjawab dengan pilihan no 1-5 yang berisikan pernyataan dari sangat tidak setuju sampai sangat setuju.

**E. Teknik Pengumpulan Data**

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.



Dalam metode pengumpulan data ini peneliti akan menggunakan teknik kuesioner yang akan disusun atas dasar skala likert yang dimana metode ini digunakan untuk menghitung atau mengukur data kuantitatif berupa data dengan komentar positif atau negatif, metode ini sudah banyak digunakan karena sangat mudah, dan bebas dalam memasukkan sebuah pernyataan yang masuk akal. Untuk mendapatkan jawaban dari para responden, maka akan diberikan sebuah pernyataan dan pertanyaan tentang kualitas produk, layanan dan juga kepuasan konsumen, jawaban yang akan disediakan adalah STS (sangat tidak setuju), TS (tidak setuju), N (netral), S (setuju), SS (sangat setuju), jawaban akan di berikan dari bobot 1-5 dan pernyataan atau pertanyaan itu akan dihitung dengan menggunakan skala likert dari nilai positif hingga negatif, dan untuk mempermudahnya dan bisa mendapatkan hasil yang sangat bermanfaat untuk disimpulkan menjadi sebuah pengambilan keputusan, data akan diolah dan dianalisis menggunakan pengolahan data komputer dengan sebuah program SPSS dengan versi 2021

## F. Teknik Analisis Data

### 1. Uji Validitas dan Reliabilitas

#### a. Uji Validitas

Uji Validitas menurut Ghazali (2016) digunakan untuk menghitung suatu kevalidan atau tidak validnya suatu data, pada data tersebut akan dikatakan kevalidan nya jika sebuah pertanyaan yang terdapat pada data dapat menjelaskan hal yang dapat dihitung pada data tersebut. maka uji validitas akan mengukur apa pertanyaan atau pernyataan pada data tersebut apakah dapat diukur sesuai dengan yang seharusnya diukur.



Untuk mengambil sebuah kevalidan dalam uji validitas ini, peneliti akan melihat dari

metode penghitungan *Pearson Product Moment* menggunakan r tabel sejumlah 0,361. pada metode

ini peneliti akan menggunakan rumus *Korelasi Pearson Product Moment*:

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

Keterangan:

r korelasi

x skor tiap pertanyaan

y skor total

n jumlah responden

### b. Uji Reliabilitas

Reliabilitas sebuah alat ukur yang dapat mengukur sebuah kuesioner yang merupakan variabel atau indikator. Menurut Imam Ghazali (2016: 47), bahwa suatu data dapat dikatakan

sesuai jika jawaban dari seseorang pada pertanyaan atau pernyataan dapat jelas dan selaras setiap

waktunya. Hasil uji ini akan menggunakan program SPSS, maka uji reliabilitas akan memakai

metode Cronbach's Alpha

$$r_{11} = \left[ \frac{K}{k-1} \right] \left[ \frac{1 - \sum s_b^2}{\sum s_t^2} \right]$$

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.

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





Keterangan:

- © 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.
- $r$  = reliabilitas internal seluruh instrument
- $k$  = jumlah
- $\sum sb^2$  = jumlah varian butir
- $\sum st^2$  = Varian total

## 2. Analisis Deskriptif

### a. Rata-rata Tertimbang

Menurut Umar (2019), pada skor rata-rata sebuah data yang diberikan dan disebar pada responden akan menghasilkan sebuah gambaran, dengan metode ini peneliti dapat melihat gambaran yang lebih luas pada keputusan pembelian, maka dipakailah rentang skala, ini adalah rumus pada rentang skala

$$Rs = (b-k) / b$$

Keterangan:

$Rs$  = Rentang Skala

$b$  = skala ukur terbesar

$k$  = skala ukur terkecil

### b. Analisis Persentase (%)

Pada perhitungan ini dipakai untung dapat memberitahu bagaimana karakter yang dimiliki oleh para responden yang mengisi profil pada kuisioner. Data itu berupa dari identitas yang dimiliki oleh mereka seperti nama, gender, umur, dan pekerjaannya, untuk itu peneliti memakai rumus ini untuk menghitung persentasinya.



### c. Rentang Skala

$$P_j = \frac{\text{Jumlah responden yang memilih}}{\text{Total responden}} \times 100\%$$

Metode yang dipakai pada data ini yaitu skala likert, merupakan sebuah penjumlahan dari skala penilaian yang terdiri atas pernyataan yang menyatakan sebuah sikap positif atau negatif pada objek yang terdapat pada kuesioner tersebut, responden akan diminta menjawab dengan menggunakan setuju atau tidak setuju maka menghasilkan data interval, skala yang digunakan terdiri dari angka 1-5 yang dimana angka 1 adalah nilai terendah dan angka 5 adalah nilai tertinggi, pada kuesioner ini skor nilai yang diberikan sebagai berikut :

- 1 = STS Sangat Tidak Setuju
- 2 = TS Tidak Setuju
- 3 = N Netral
- 4 = S Setuju
- 5 = SS Sangat Setuju

Dalam mengukur nilai rata-rata pada responden, terbentuk dari range ini

Rumus yang digunakan adalah:

$$Range = \frac{m - p}{b}$$

Keterangan:

m = rata – rata nilai tertinggi

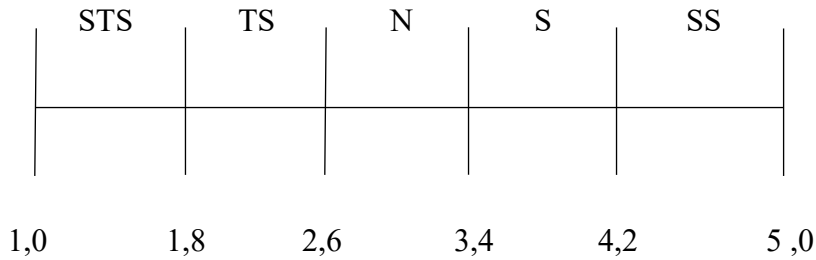
p = rata – rata nilai terendah



b = jumlah kelas/ banyaknya kategori

bahwa jawaban tertinggi yaitu 5 dan jawaban terendah yaitu 1, dengan jumlah kategori adalah 5 hingga dapat di tentukan rentang skala

$$R_5 = \frac{5 - 1}{5} = 0,8$$



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

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.

b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.

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

### 3. Uji Asumsi Klasik

#### a. Uji Normalitas

Uji Normalitas menurut Ghozali (2016: 154) bertujuan untuk menilai variabel residual memiliki distribusi normal, seperti yang dilihat bahwa uji t dan F diasumsikan dengan nilai residual yang melihat dari distribusi normal. jika dilanggar maka hasil tidak valid untuk sampel kecil, uji stratisik juga digunakan dalam menguji sebuah normalitas residual disebut dengan uji statistik non-parametrik Kolmogorov-Smirnov (K-S)



Uji K-S dipakai dalam pembuatan hipotesis:

$H_0$ : data residual berdistribusi normal

$H_a$ : data residual tidak berdistribusi normal

Apabila memiliki normalitas, maka residual akan terealisasi secara baik dan independen.

Pilihan terbaik adalah dilihat dari distribusi data normal/mendekati normal.

### b. Uji Multikolinieritas

Menurut Ghazali (2016:103), metode ini mempunyai tujuan dalam menguji atau mengukur apakah model regresi memiliki korelasi pada setiap variabel independent, apabila variabel independent memang berkorelasi, akan menyebabkan variabel menjadi tidak ortogonal. itu terjadi karena variabel independent yang harusnya memiliki nilai yang sama yaitu sama dengan 0, maka itu keputusan yang akan diambil:

- Apabila  $VIF < 10$  dan  $TOL > 0.1$  artinya bebas multikolinieritas.
- Apabila  $VIF > 10$  dan  $TOL < 0.1$  artinya terdapat multikolinieritas.

### c. Uji Heteroskedastisitas

Menurut Ghazali (2016), metode ini dipilih untuk melihat apakah model regresi terjadi dan tidak sama dengan variance dari residual pengamatan yang satu pada pengamatan yang lain. Jika variance dari residual memiliki pandangan yang berbeda tetapi yang lain tetap, itu akan dikatakan homoskedastisitas dan bila tidak sama akan disebut dengan heteroskedastisitas. Metode regresi yang benar yaitu:

- bila koefisien *parameter sign*  $< 0.05$  akan menjadi heteroskedastisitas.



- b. bila koefisien *parameter sign* > 0.05 tidak akan menjadi heteroskedastisitas.

#### 4. Analisis Regresi Ganda

Analisis ini menurut Sakaran dan Bougie (2017 : 39), menjelaskan bahwa regresi ini memakai lebih pada satu variabel bebas karna itu akan menunjukkan varian lain pada variabel terikat. Analisis ini akan memberikan rata-rata pada semua variabel secara benar danurut.

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

Keterangan:

X = Variabel bebas ( kualitas produk,harga, layanan )

Y = Variabel terikat ( keputusan pembelian )

$\beta_0$  = konstanta

$\beta_1$  = koefisien regresi variabel X1

$\beta_2$  = koefisien regresi variabel X2

e = Error

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

Metode uji F ini bisa dilihat dari signifikansi model regresi, ini akan menentukan bahwa penelitian ini layak atau tidak untuk dipakai, pada analisis ini peneliti mamakai hipotesis statistik yaitu:

$H_0: \beta_1 = \beta_2 = 0$

$H_a: \text{Tidak Semua } \beta_i = 0$

Keterangan:  $i = 1,2$

Dengan ini maka peneliti akan menggunakan dasar dari pengambilan keputusan yaitu:



1. Jika  $F_{hitung} > F_{tabel}$ , pada  $H_0$  ditolak dan  $H_a$  diterima.
2. Jika  $F_{hitung} < F_{tabel}$ , pada  $H_0$  diterima dan  $H_a$  ditolak.

### b. Uji Signifikan Koefisien (Uji t)

Pada pengujian ini akan melihat bagaimana besarnya pengaruh dari satu variabel independen secara personal untuk menjelaskan variabel dependen, pada hipotesis ( $H_0$ ) yang akan di uji apakah parameter ( $\beta_i$ ) hasilnya sama dengan nol.

$H_0: \beta_i = 0$ , artinya jika variabel independen ke- $i$  maka tidak berpengaruh positif signifikan terhadap variabel dependen

$H_a: \beta_i > 0$ , artinya variabel independen ke- $i$  berpengaruh positif signifikan terhadap variabel dependen

Pada hal ini maka dasar untuk pengambilan keputusannya adalah:

- 1) Apabila  $sig < 0.05$  maka menolak  $H_0$  adalah variabel independen mendorong variabel dependen.
- 2) Apabila  $sig > 0.05$  maka tidak menolak  $H_0$  adalah variabel independen tidak mendorong variabel dependen.

### c. Koefisien Determinasi ( $R^2$ )

Pada koefisien determinasi ( $R^2$ ) menurut Ghozali (2016) metode ini diukur dari bagaimana cara kapasitas model dalam menjelaskan variasi variabel dependen. Nilai pada koefisien determinasi yaitu diantara 0 dan 1. Nilai  $R^2$  yang kecil yaitu variabel independen yang memberitahu variabel dependen tersebut terbatas.

$R^2 = 0$ , adalah variabel independen (X) tidak memiliki kemampuan dalam menerangkan variabel dependen (Y).

Hak cipta dilindungi undang-undang. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.

Hak cipta dilindungi undang-undang. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.



$R^2 = 1$ , adalah variabel independen (X) secara sepenuhnya memiliki kemampuan untuk menerangkan variabel dependen (Y)

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

**Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian**

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.