

BAB III

METODOLOGI PENELITIAN

©

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

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

A. Obyek Penelitian

Obyek yang akan diteliti adalah *brand trust*, promosi penjualan, dan niat beli ulang pada *marketplace* tokopedia. Subyek pada penelitian ini adalah konsumen yang pernah melakukan pembelian pada *marketplace* tokopedia

B. Desain Penelitian

Menurut Donald R. Cooper dan Pamela S. Schindler (2017), desain penelitian adalah perencanaan berdasarkan aktivitas, waktu, dan pertanyaan penelitian serta petunjuk untuk memilih informasi dan kerangka kerja untuk menjelaskan hubungan antara variabel.

Menurut Cooper & Schindler (2017:148) Desain penelitian diklasifikasi ke dalam beberapa kategori, yaitu :

1. Tingkat Penyelesaian Pertanyaan Penelitian

Tingkat penyelesaian pertanyaan penelitian yang dipilih adalah studi formal. Studi formal dimulai dengan hipotesis atau pertanyaan penelitian yang melibatkan prosedur yang tepat serta spesifikasi sumber data.

2. Metode Pengumpulan Data

Metode pengumpulan data yang digunakan adalah studi komunikasi yaitu peneliti memberikan pertanyaan kepada subjek penelitian dan mengumpulkan respons mereka berdasarkan makna personal maupun umum.

3. Kontrol Peneliti terhadap Variabel



Peneliti menggunakan desain *ex post facto* (*ex post facto design*) yaitu peneliti tidak memiliki kontrol terhadap variabel-variabel, dalam arti memanipulasinya. Peneliti hanya dapat melaporkan apa yang telah terjadi dan apa yang sedang terjadi. Peneliti yang menggunakan desain penelitian ini tidak memengaruhi variabel yang diteliti sehingga tidak ada bias.

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

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

4. Tujuan Studi

Studi yang digunakan adalah studi deskriptif (*descriptive*). Fokus penelitian ini adalah untuk menemukan siapa, apa, dimana, kapan, atau berapa banyak.

5. Dimensi Waktu

Peneliti menggunakan studi *cross-sectional* yang dilakukan satu kali dan menyajikan potret satu kejadian dalam satu waktu.

6. Cakupan Topik

Peneliti menggunakan studi statistik yang didesain untuk cakupan yang lebih luas dan bukan lebih mendalam. Studi ini berusaha untuk menangkap karakteristik populasi dengan membuat kesimpulan dari karakteristik sampel. Hipotesis diuji secara kuantitatif.

7. Lingkungan Penelitian

Peneliti menggunakan lingkungan aktual/kondisi lapangan (*field conditions*) dalam melakukan penelitiannya

C. Variabel Penelitian

Menurut Sekaran dan Bougie, (2017:77), variabel adalah apa pun yang dapat membedakan atau mengubah nilai. Nilai dapat berbeda pada berbagai waktu untuk objek atau orang yang sama, atau pada waktu yang sama untuk objek atau orang yang berbeda. Beberapa variabel yang diteliti dalam penelitian ini yaitu *Brand Trust* (X1)

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.



dan Promosi Penjualan (X2) yang menjadi variabel bebas (independent) dan Niat Beli Ulang (Y) yang menjadi variabel terikat (dependent).

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. Variabel Terikat (*dependent variable*)

Variabel terikat adalah variable yang menjadi akibat karena adanya variable bebas. Dalam penelitian ini, variable terikatnya adalah keputusan pembelian. Calon pembeli memiliki kebutuhan dan juga keinginan yang berbeda-beda satu dengan yang lainnya. Perusahaan perlu mengetahui apa saja yang menjadi kebutuhan dan juga keinginan calon pembeli.

2. Variabel Bebas (*Independent variable*)

Variabel bebas adalah variabel yang bebas dan tidak terpengaruh oleh variabel lain. Variabel bebas yang mempengaruhi dalam penelitian ini adalah *brand trust* dan promosi penjualan, sedangkan variabel terikat yang dipengaruhi adalah keputusan pembelian.

Indikator setiap variabel dijabarkan sebagai berikut:

Tabel 3.1

Brand Trust

Indikator	Pernyataan	Skala
Merek dapat dipercaya.	Merek Tokopedia sudah diakui banyak orang	Likert
	Merek Tokopedia sudah dikenal banyak orang	Likert
Merek dianggap aman	Merek Tokopedia tidak mudah ditiru	Likert
	Merek Tokopedia dilindungi oleh UU Pemerintahan	Likert
Merek dianggap jujur	Merek Tokopedia memiliki pelayanan yang berkualitas	Likert
	Merek Tokopedia memiliki pelayanan yang aman	Likert

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

Promosi Penjualan

Indikator	Pernyataan	Skala
Frekuensi promosi	Tokopedia melakukan promosi lewat berbagai media promosi penjualan	Likert
	Tokopedia melakukan promosi secara berkala	Likert
Kualitas promosi	Promosi yang dilakukan Tokopedia memiliki efek yang besar bagi pengguna	Likert
	Tokopedia memberikan kualitas yang baik dalam promosi penjualannya	Likert
Kuantitas promosi	Tokopedia melakukan promosi dalam skala besar untuk menjangkau konsumen	Likert
	Tokopedia melakukan promosi dengan cara yang bervariasi	Likert
Waktu promosi	Tokopedia melakukan promosi dalam jangka waktu yang lama	Likert
Ketepatan sasaran promosi	Tokopedia melakukan promosi yang cocok untuk semua kalangan	Likert
	Tokopedia telah mengkaji promosi untuk setiap target pasarnya	Likert

Tabel 3.3

Niat Beli Ulang

Indikator	Pernyataan	Skala
Niat transaksional	Saya akan berbelanja pada marketplace tokopedia	Likert
	Saya akan melakukan pembelian ulang pada <i>marketplace</i> Tokopedia	Likert
Niat refensial	Saya akan merekomendasikan Tokopedia kepada orang lain	Likert
	Saya akan memberikan tanggapan positif agar orang lain tertarik untuk membeli produk di Tokopedia	Likert
Niat preferensial	Saya akan mengutamakan untuk membeli produk pada <i>marketplace</i> Tokopedia	Likert
	Saya akan memilih Tokopedia sebagai <i>marketplace</i> unggulan.	Likert
Niat eksploratif	Saya akan mencari tahu lebih banyak informasi tentang Tokopedia	Likert

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

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie

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.



D. Teknik Pengumpulan Data

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

Teknik pengumpulan data yang digunakan adalah teknik komunikasi dengan menggunakan kuisioner yang disebarakan kepada responden dalam bentuk Google Forms dengan pertanyaan mengenai *brand trust*, promosi penjualan dan niat beli ulang. Jenis kuisioner yang digunakan adalah pertanyaan terbuka. Kuisioner disusun dengan menggunakan skala likert, yaitu dengan meminta persetujuan pada suatu pertanyaan dengan kriteria STS = Sangat Tidak Setuju, TS = Tidak Setuju, N = Netral, S = Setuju, dan SS = Sangat Setuju. Kemudian setiap tingkat jawaban diberi skor dari 1 sampai 5.

1. Jenis dan Sumber Data

Dalam penelitian ini penulis menggunakan data primer. Jenis dan sumber data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data primer. Data Primer merupakan data yang diperoleh secara langsung dari objek yang diteliti. Sumber data menggunakan data primer yang terbentuk dari jawaban-jawaban atas penyebaran kuisioner kepada para responden yang pernah menjadi pengguna *marketplace* tokopedia.

2. Pengumpulan Data

Dalam penelitian ini teknik mengumpulkan data yang digunakan adalah dengan menggunakan teknik komunikasi. Teknik komunikasi adalah dengan menyebarkan daftar pernyataan (kuesioner) kepada responden. Jenis kuisioner yang digunakan adalah pertanyaan tertutup.

3. Teknik Pengukuran Data

Pengukuran data kuisioner dilakukan dengan skala Likert. Skala likert digunakan untuk mengukur sikap, pendapat, dan persepsi seseorang atau sekelompok orang tentang fenomena social. Dengan skala likert, maka variabel

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.



yang akan diukur dijabarkan menjadi indikator variabel. Kemudian indikator tersebut dijadikan sebagai titik tolak untuk menyusun item-item instrument yang dapat berupa pernyataan atau pertanyaan. Jawaban setiap item instrument menggunakan skala likert mempunyai gradasi dari sangat positif sampai sangat negative, yang dapat berupa kata – kata antara lain :

Tabel 3.4

Jawaban Skala Likert

Jawaban	Nilai
Sangat Setuju	5
Setuju	4
Netral	3
Tidak Setuju	2
Sangat Tidak Setuju	1

Rentang skala untuk menentukan posisi responden dengan menggunakan nilai skor setiap variabel. Untuk itu, perlu dihitung dengan rumus rentang skala sebagai berikut :

$$Rs = \frac{m - 1}{m}$$

Keterangan:

Rs = Rentang skala penelitian

m = banyaknya kategori

Skor terbesar adalah 5 dan skor terkecil adalah 1, jumlah kelas atau kategori 5, maka dapat ditentukan rentang skalanya sebagai berikut :

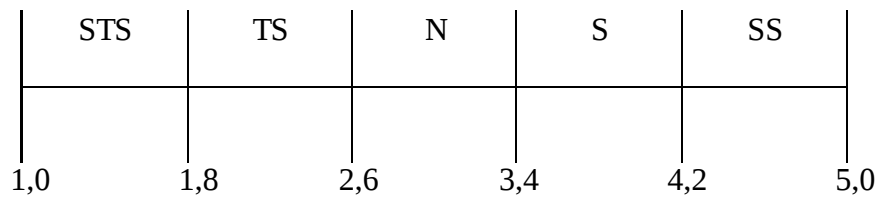
$$Rs = \frac{5 - 1}{5} = 0,8$$

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.



Gambar 3.5

Rentang Skala



Keterangan:

1,0 – 1,8 = Sangat Tidak Setuju (STS)

1,81 – 2,6 = Tidak Setuju (TS)

2,61 – 3,4 = Netral (N)

3,41 – 4,2 = Setuju (S)

4,21 – 5,0 = Sangat Setuju (SS)

©

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.

E. Teknik Pengambilan Sampel

Teknik pengambilan sampel yang digunakan adalah *nonprobability sampling* atau yang disebut juga penarikan sampel secara tidak acak. Metode pengambilan sampel yang digunakan adalah *judgement sampling* (pemilihan sampling yang didasarkan pada kriteria-kriteria tertentu). Dalam hal ini responden yang dipilih yaitu:

1. Konsumen yang pernah melakukan belanja online di marketplace Tokopedia
2. jumlah Responden: 100

F. Teknik Analisis Data

Untuk menganalisis data, penulis menggunakan program SPSS 20.0 untuk mempermudah proses perhitungan. Teknik analisis data yang digunakan oleh penulis untuk membantu menganalisis data-data mendukung hasil penelitian ini, antara lain:



1. Analisis Statistik Deskriptif

Menurut Ghazali (2018:19), analisis statistik deskriptif memberikan gambaran atau deskripsi suatu data yang dilihat dari nilai rata-rata (mean), standar deviasi, varian, maksimum, minimum, sum, range, kurtosis dan skewness (kemencengan distribusi) dengan rumus:

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

Keterangan :

ρ = Persentase dari responden yang memiliki kategori tertentu

fi = Banyaknya responden yang menjawab satu jenis jawaban tertentu

$\sum fi$ = Jumlah total responden

a. Rata – Rata (*Mean*)

Setelah kuesioner dikumpulkan, maka dilakukan perhitungan untuk mengetahui tingkat rata-rata respon konsumen. Rumus yang digunakan adalah sebagai berikut:

$$\bar{x} = \frac{\sum fi \cdot xi}{n}$$

Keterangan :

$\bar{X}$ = Skor rata-rata

Fi = Frekuensi pemilihan nilai

Xi = skor 1,2,3,4,5

n = Jumlah yang digunakan

2. Uji Validitas

Menurut Ghazali (2018:52), uji validitas digunakan untuk mengukur sah atau valid tidaknya suatu kuisisioner. Suatu kuisisioner dikatakan valid jika pertanyaan

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan 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.



pada kuisisioner mampu untuk mengungkapkan sesuatu yang akan diukur oleh kuisisioner yang sudah dibuat benar-benar dapat mengukur apa yang hendak diukur. Dalam pengambilan keputusan uji validitas ini, peneliti membandingkan hasil perhitungan *Pearson Product Moment* dengan *r* table sebesar 0,361 ($n=30$, $\alpha=5\%$). Penulis menggunakan rumus korelasi *Pearson 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

r = korelasi

x = skor tiap pertanyaan

y = skor total

n = jumlah responden

3. Uji Reliabilitas

Menurut Ghazali (2018:45), Reliabilitas sebenarnya adalah alat untuk mengukur suatu kuisisioner, dikatakan *reliable* atau handal jika jawaban seseorang terhadap pertanyaan adalah konsisten atau stabil dari waktu ke waktu. Uji reliabilitas dapat menggunakan rumus *Cronbach's Alpha*, sebagai berikut:

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

Keterangan:

r = reliabilitas internal seluruh instrument

k = jumlah

$\sum sb^2$ = jumlah varian butir

$\sum xt^2$ = Varian total

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

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

Dalam analisis regresi ganda, perlu dilakukan pengujian asumsi klasik agar memenuhi *BLUE* (*Best Linier Unbiased Estimate*). Dimana untuk memenuhi kriteria *BLUE* harus terpenuhi residual berdistribusi normal, tidak terjadi otokorelasi, tidak terjadi heteroskedastisitas, dan tidak multikolinearitas. Adapun pengujian asumsi klasik sebagai berikut:

a. Uji Normalitas

Menurut Ghazali (2018:27), Screening terhadap normalitas data merupakan langkah awal yang harus dilakukan untuk setiap analisis multivariate, khususnya jika tujuannya adalah inferensi. Jika terhadap normalitas, maka residual akan terdistribusi secara normal dan independent, yaitu nilai antara prediksi dengan skor yang sesungguhnya atau error akan terdistribusi secara simetri disekitar nilai mean sama dengan nol. Uji normalitas ini dilakukan dengan bantuan program SPSS 20.0

b. Uji Multikolonieritas

Menurut Ghazali (2018:107), uji multikolonieritas bertujuan untuk menguji apakah model regresi ditemukan adanya korelasi antar variabel bebas (independent). Jika variabel independent saling berkorelasi, maka variabel-variabel ini tidak ortogonal. Variabel ortogonal adalah variabel independent yang nilai korelasi antar sesama variabel independent sama dengan nol. Dasar pengambilan keputusannya adalah sebagai berikut:

Jika nilai $VIF < 10$, maka tidak terjadi multikolineritas.

Jika nilai $VIF \geq 10$, maka terjadi multikolineritas.

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



c. Uji Heteroskedastisitas

Menurut Ghazali (2018:137), uji heteroskedastisitas merupakan salah satu bagian dari uji asumsi klasik dalam model regresi. Untuk mendeteksi ada tidaknya Heteroskedastisitas dalam sebuah data, dapat dilakukan dengan beberapa cara seperti menggunakan Uji Glejser, Uji Park, Uji White, dan Uji Heteroskedastisitas dengan melihat grafik scatter plot pada output SPSS. Uji heteroskedastisitas bertujuan menguji apakah dalam model regresi terjadi ketidaksamaan variance dari residual satu pengamatan ke pengamatan yang lain. Jika variasi dari residual satu pengamatan ke pengamatan lain tetap, maka disebut Homoskedastisitas dan jika berbeda disebut Heteroskedastisitas. Kebanyakan data *cross section* mengandung situasi heteroskedastisitas karena data ini menghimpun data yang mewakili berbagai ukuran (kecil, sedang, dan besar). Dalam analisis statistik ada beberapa cara untuk yang bisa dilakukan sebagai upaya untuk mendeteksi ada tidaknya gejala heteroskedastisitas :

- (1) Melihat Grafik *Scatterplot* antara nilai prediksi variabel terikat (*dependent*) yaitu ZPRED dengan residualnya SRESID. Deteksi ada tidaknya heteroskedastisitas dapat dilakukan dengan melihat ada tidaknya pola tertentu pada grafik *scatterplot* antara SRESID dan ZPRED dimana sumbu Y adalah Y yang telah diprediksi, dan sumbu X adalah residual ($Y \text{ prediksi} - Y \text{ sesungguhnya}$) yang telah di-studentized.
- (2) Titik-titik data menyebar di atas dan di bawah atau di sekitar angka 0.
- (3) Titik-titik tidak mengumpul hanya di atas atau di bawah saja.

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



- (4) Penyebaran titik-titik data tidak boleh membentuk pola bergelombang melebar kemudian menyempit dan melebar kembali.
- (5) Penyebaran titik-titik data tidak berpola.

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

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie

5. Analisis Regresi Ganda

Menurut Ghazali (2018:95), dalam analisis regresi, selain mengukur kekuatan hubungan antara dua variabel atau lebih, juga menunjukkan hubungan antara variabel dependent dengan variabel independent.

$$y = \beta_0 + \beta_1 x_1 + \beta_2 x_2 + e$$

Keterangan:

X = Variabel bebas

Y = Variabel terikat

β_0 = Konstanta

β_1 = Koefisien regresi variabel X1

β_2 = Koefisien regresi variabel X2

E = Error

1. Uji Signifikansi Simultan (Uji F)

Menurut Ghazali (2018:101), uji F bertujuan untuk menguji apakah semua variabel bebas memiliki pengaruh terhadap variabel terikat. Apabila nilai hitung > f tabel dengan signifikan < 0,05 maka dapat disimpulkan bahwa variabel bebas secara simultan (bersama-sama) mempengaruhi variabel terikat.

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.



Uji F digunakan untuk melihat signifikan model regresi, apakah model regresi penelitian layak digunakan. Dalam analisisnya, hipotesis statistic yang digunakan adalah sebagai berikut :

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

$$H_a : \text{Tidak semua } \beta_1 = 0$$

Kriteria pengambilan keputusannya adalah sebagai berikut :

- (1) Jika nilai $\text{sig} \leq 0,05$ atau $F \text{ hitung} \geq F \text{ table}$ maka tolak H_0 , yang berarti model regresi tersebut dapat digunakan memprediksi Y.
- (2) Jika nilai $\text{sig} \geq 0,05$ atau $F \text{ hitung} \leq F \text{ table}$ maka tidak tolak H_0 , yang berarti model regresi tersebut tidak dapat digunakan untuk memprediksi Y.

2. Uji Signifikan Parameter Individual (Uji T)

Menurut Ghazali (2018:98), uji T (parsial) pada dasarnya dilakukan untuk menunjukkan seberapa jauh pengaruh suatu variabel *independent* secara individual dalam menerangkan variasi variabel *dependent*. Pengambilan keputusan untuk menerima atau menolak hipotesis didalam penelitian didasarkan pada pertimbangan signifikansi koefisien dari setiap variabel independen terhadap variabel dependen. Hipotesis statistik yang digunakan adalah sebagai berikut:

$$H_0 : \beta_1 = 0$$

$$H_a : \beta_1 \neq 0$$

Kriteria pengambilan keputusan adalah sebagai berikut :

- (1) Jika nilai $\text{Sig} \leq \alpha$ atau $t \text{ hitung} \geq t \text{ tabel}$ maka tolak H_0 , yang berarti variabel independen berpengaruh signifikan terhadap variabel dependen.

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) Jika nilai $Sis > \alpha$ atau $t_{hitung} < 1$ tabel maka tidak tolak H_0 , yang berarti variabel Independen tidak berpengaruh signifikan terhadap variabel dependen. Dengan menggunakan uji *Glejser*, jika probabilitas signifikan dari masing-masing variabel independen $> 0,05$, maka hal ini dapat disimpulkan tidak terjadi heteroskedastisitas dalam model regresi.

3. Koefisien Determinasi (R^2)

Menurut Ghozali (2018:97), koefisien determinasi (R^2) pada intinya mengukur seberapa jauh kemampuan model dalam menerangkan variasi variabel *dependent*. Nilai koefisien determinasi adalah antara nol dan satu. Nilai R^2 yang kecil berarti kemampuan variabel independen dalam menjelaskan variabel dependen sangat terbatas

- (1) $(R^2) = 0$, artinya variabel independen (X) tidak memiliki kemampuan untuk menjelaskan variabel dependen (Y).
- (2) $(R^2) = 1$, artinya variabel independen (X) secara sepenuhnya memiliki kemampuan untuk menjelaskan variabel dependen (Y).

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.