



BAB III

METODE PENELITIAN

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

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

A. Objek Penelitian

Menurut Sugiyono (2017:38) objek penelitian adalah suatu atribut atau sifat atau nilai dari orang, objek atau kegiatan yang mempunyai variasi tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya.

Penelitian ini dilakukan pada *Instagram @secondatebeauty* untuk membuktikan adanya *Pengaruh Influencer Marketing* terhadap *Brand Awareness Secondate*. Objek dalam penelitian ini adalah pengguna aktif *Instagram* yang mengetahui akun *@secondatebeauty*. *Secondate* memiliki pengikut sebanyak kurang lebih 154 ribu pengikut di *Instagram* pada tanggal 5 Desember 2021. Penelitian ini dilakukan dengan cara menyebarkan kuesioner kepada pengguna aktif media sosial *Instagram* sekaligus *followers* akun *Instagram @secondatebeauty*.

B. Desain Penelitian

Dalam penelitian ini, penulis menggunakan metode kuantitatif. Menurut Sujarweni (2014:39) penelitian kuantitatif adalah jenis penelitian yang menghasilkan penemuan-penemuan yang dapat dicapai (diperoleh) dengan menggunakan prosedur-prosedur statistik atau cara lain dari kuantifikasi (pengukuran).

Menurut Sugiyono (2017:8) penelitian kuantitatif dapat diartikan sebagai metode penelitian yang berlandaskan pada filsafat positivisme, digunakan untuk meneliti pada populasi atau sampel tertentu, pengumpulan data menggunakan instrumen penelitian, analisis data bersifat kuantitatif/statistik, dengan tujuan untuk menguji hipotesis yang telah ditetapkan. Dari definisi yang dikemukakan oleh para ahli, dapat disimpulkan bahwa penelitian kuantitatif adalah penemuan dengan

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.



menggunakan prosedur statistik. Prosedur statistik tersebut meliputi yang diperoleh dengan pengumpulan data, menganalisis data hingga penyajian data untuk diuji dan menarik kesimpulan.

Penulis menggunakan pendekatan deskriptif dalam penelitian ini dengan tujuan untuk mendeskripsikan objek penelitian ataupun hasil penelitian. Menurut Sugiyono (2017:232), pengertian deskriptif adalah metode yang digunakan dengan cara mendeskripsikan atau menggambarkan objek yang diteliti melalui data yang telah terkumpul sebagaimana adanya, tanpa bermaksud membuat kesimpulan yang berlaku untuk umum atau generalisasi.

Peneliti memilih pendekatan deskriptif pada penelitian ini karena ingin mendeskripsikan dan memberikan gambaran bagaimana membangun kesadaran terhadap suatu produk yang dihasilkan dari pengaruh *influencer marketing* yang akan membentuk sebuah *brand awareness* menurut Aaker ke dalam beberapa dimensi yaitu, *Brand Recognition*, *Brand Recall* dan *Top of Mind* pada media sosial *Instagram*.

C Variabel Penelitian

Menurut Silaen (2018:69) mengungkapkan bahwa “variabel penelitian adalah konsep yang mempunyai bermacam-macam nilai atau mempunyai nilai yang bervariasi, yakni suatu sifat, karakteristik atau fenomena yang dapat menunjukkan sesuatu untuk dapat diamati atau diukur yang nilainya berbeda-beda atau bervariasi.

1. Variabel Bebas (*Independent Variabel*)

Variabel bebas adalah variabel yang memengaruhi, faktor-faktor yang diukur, dimanipulasi atau dipilih oleh peneliti, tujuannya agar dapat menentukan hubungan antara fenomena yang diobservasi atau diamati, atau juga variabel

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

yang mempengaruhi atau menjadi penyebab bagi variabel lain. Dalam penelitian ini, variabel bebas adalah *pengaruh influencer marketing*.

2. Variabel Terikat (*Dependent Variabel*)

Variabel terikat adalah faktor-faktor yang diukur untuk menentukan adanya pengaruh variabel bebas, yaitu faktor yang muncul atau tidak muncul, berubah sesuai dengan yang diperkenalkan oleh peneliti. Dalam penelitian ini, variabel terkait adalah *brand awareness* (kesadaran merek) *Secondate*.

Tabel 3.1 Variabel Penelitian
Tabel Dimensi, Indikator dan Item Pertanyaan *Influencer*

No.	Dimensi	Indikator	Item Pertanyaan
1	<i>Trustworthiness</i>	Kepercayaan terhadap kredibilitas <i>Influencer</i>	Saya percaya dengan kredibilitas Titan Tyra sebagai <i>influencer</i> ternama
2		Kepercayaan terhadap personal <i>Influencer</i>	Kepercayaan saya terhadap Titan Tyra sebagai <i>influencer</i> membuat saya yakin terhadap kualitas produk dari <i>brand Secondate</i> yang di post melalui media sosial miliknya.
3		Kepercayaan terhadap kualitas <i>Influencer</i>	Saya percaya Titan Tyra memang pantas dengan beberapa penghargaan yang diperolehnya di dunia kosmetik/kecantikan
4	<i>Expertise</i>	Keahlian <i>Influencer</i> dalam mempelajari tentang produk kecantikan	Pengetahuan yang dimiliki Titan Tyra tentang <i>make up</i> membuat saya tertarik untuk melihat produk dari <i>brand make up</i> yang di <i>posting</i>

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

Tabel 3.1 Variabel Penelitian (lanjutan)

Tabel Dimensi, Indikator dan Item Pertanyaan *Influencer*

			olehnya
5		Keahlian <i>Influencer</i> dalam menggunakan produk kecantikan	Berbagai pengalaman yang dimiliki Titan Tyra di dunia <i>make up</i> membuat saya yakin terhadap setiap <i>posting-nya</i> di media sosial
6		Keahlian <i>Influencer</i> dalam berbagi pengetahuan tentang produk kecantikan	Seringnya Titan Tyra diundang ke acara produk <i>make up</i> atau masuk ke dalam artikel sebagai narasumber membuat saya mengakui keahliannya di bidang <i>make up</i>
7		Keahlian <i>Influencer</i> dalam memberikan pengaruh tentang produk kecantikan	Keahlian Titan Tyra sebagai <i>influencer</i> kecantikan membuat saya yakin untuk mengikuti media sosialnya
8	<i>Attractiveness</i>	Daya tarik terhadap fisik <i>Influencer</i>	<i>Influencer</i> Titan Tyra memiliki paras yang mendukung dalam menggunakan produk <i>Secondate</i>
9		Daya tarik terhadap apa yang dikenakan <i>Influencer</i>	<i>Influencer</i> Titan Tyra memiliki penampilan yang menarik
10		Daya tarik terhadap pesona <i>Influencer</i>	<i>Influencer</i> Titan Tyra terlihat elegan ketika menggunakan produk <i>Secondate</i>
11	<i>Respect</i>	Penghargaan terhadap kualitas	<i>Influencer</i> Titan Tyra memiliki pendidikan yang berkualitas

© 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 3.1 Variabel Penelitian (lanjutan)

Tabel Dimensi, Indikator dan Item Pertanyaan *Influencer*

		diri <i>Influencer</i>	
12		Rasa kagum terhadap prestasi <i>Influencer</i>	Prestasi yang dicapai Titan Tyra membuat dirinya menjadi <i>role model</i> bagi saya
13		Rasa hormat terhadap bakat yang dimiliki <i>Influencer</i>	Titan Tyra mampu meyakinkan saya untuk mencoba produk <i>Secondate</i> dengan bakatnya dalam menjadi <i>influencer</i>
14	<i>Similarity</i>	Kesamaan <i>Influencer</i> dan audiens dalam memilih produk kecantikan berkualitas	Saya merasa memiliki beberapa kesamaan dengan Titan Tyra dalam memilih produk dan <i>brand make up</i> berkualitas
15		<i>Influencer</i> menunjukkan kesamaan dengan audiens dalam selera <i>make up</i>	Saya merasa memiliki kesamaan selera <i>make up</i> dengan Titan Tyra
16		Kesamaan <i>Influencer</i> dan audiens dalam kebutuhan produk kecantikan	Kemiripan kebutuhan terhadap produk <i>make up</i> saya dengan Titan Tyra membuat saya tertarik pada produk dari <i>brand Secondate</i> yang di <i>posting</i> nya

Sumber : Teori *Influencer Marketing*, Shimp (2014:304)

© 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 3.2 Variabel Penelitian

Tabel Dimensi, Indikator, dan Item Pertanyaan *Brand Awareness*

No.	Dimensi	Indikator	Item Pertanyaan
1	<i>Brand Recognition</i>	Mengenali logo dari <i>brand</i> kecantikan	Saya bisa mengenali logo <i>brand Secondate</i> dibanding logo dari <i>brand</i> lainnya
2		Mengenali penggunaan warna <i>brand</i> kecantikan	Saya mengenal ciri warna yang digunakan <i>brand Secondate</i> dibanding <i>brand</i> lainnya
3		Mengenali jenis-jenis produk dalam <i>brand</i> kecantikan	Saya mengenal jenis produk-produk yang dijual oleh <i>brand Secondate</i>
4	<i>Brand Recall</i>	Sering mendengar nama <i>brand</i> kecantikan tertentu	Saya sering mendengar tentang <i>Secondate</i>
5		Sering melihat tentang <i>brand</i> kecantikan tertentu di media	Saya sering melihat berbagai artikel ataupun <i>postingan</i> tentang <i>Secondate</i> di berbagai media
6		Mampu mengingat karakteristik dari <i>brand</i> kecantikan	Saya mengetahui ciri khas atau karakteristik dari <i>brand Secondate</i> dibanding <i>brand</i> lainnya
7		Mampu mengingat jenis produk dari <i>brand</i> kecantikan	Saya dapat menjabarkan tentang jenis produk dari <i>brand Secondate</i>
8	<i>Top of Mind</i>	Mampu menyebutkan <i>brand</i> yang ada dalam <i>brand</i> kecantikan	Saya langsung mengingat <i>brand Secondate</i> ketika diminta menyebutkan <i>brand</i> kosmetik lokal
9		Mampu menyebutkan <i>brand</i> sebagai	<i>Brand Secondate</i> akan muncul sebagai <i>brand</i>

© 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 3.2 Variabel Penelitian (lanjutan)

Tabel Dimensi, Indikator, dan Item Pertanyaan *Brand Awareness*

		peringkat yang pertama	pertama yang ada dipikiran ketika menyebutkan <i>brand</i> kosmetik lokal
10		Mampu menyebutkan keunggulan dari <i>brand</i> kecantikan	Saya mengetahui keunggulan dari <i>brand Secondate</i> dibanding <i>brand</i> lainnya

Sumber : Teori *Brand Awareness*, Aaker (2018:91)

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

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie

D. Teknik Pengumpulan Data

Menurut Sugiyono (2017:194) cara atau teknik pengumpulan data dapat dilakukan dengan *interview* (wawancara), kuesioner (angket), observasi (pengamatan), dan gabungan ketiganya.

Peneliti menggunakan teknik pengumpulan data berupa Kuesioner. Teknik pengumpulan data yang digunakan peneliti untuk mengumpulkan data pada penelitian ini menggunakan Kuesioner. Menurut Sugiyono (2017:142), angket (kuisisioner) merupakan teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan cara memberi seperangkat pertanyaan atau pernyataan tertulis kepada responden untuk dijawabnya. Angket dalam penelitian ini menggunakan angket tertutup (dilihat dari cara menjawab). Angket tertutup jawabannya sudah disediakan sehingga responden tinggal memilih.

Tujuan dari kuesioner adalah mencari informasi yang lengkap mengenai suatu masalah dari responden tanpa membuat khawatir bila responden memberikan jawaban yang tidak sesuai dengan kenyataan dalam pengisian daftar pertanyaan (Kriyantono, 2014:97). Didalam penelitian ini peneliti menggunakan kuesioner. Kuesioner akan dibagikan kepada 130 responden (Hair, et al., 2014:573).

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.



E. Teknik Pengambilan Sampel

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

Teknik pengambilan sampel yang digunakan dalam penelitian ini menggunakan teknik *Purposive sampling*. Teknik non probabilistik yang memiliki jenis *purposive sampling* adalah teknik yang digunakan dalam penelitian ini yang memiliki arti tidak memberikan peluang yang sama untuk masing-masing sampel populasi. Teknik *Purposive Sampling* ini mencakup orang-orang yang diseleksi atas dasar kriteria-kriteria tertentu yang dibuat periset berdasarkan tujuan riset (Kriyantono, 2014:158). Kriteria yang digunakan peneliti adalah sebagai berikut:

1. Mengikuti akun *Instagram influencer* Titan Tyra.
2. Mengikuti akun *Instagram Secondate* atau mengetahui merek *Secondate*.

Apabila populasi sangat banyak dan tidak diketahui, menurut Hair, Black, Babin dan Anderson (2014:573) merekomendasikan jumlah sampel minimal adalah 5 kali banyaknya indikator atau dari item pertanyaan yang terdapat di kuesioner. Total pertanyaan dalam penelitian ini adalah 26 pertanyaan, sehingga minimal ukuran sampel penelitian ini adalah:

$$26 \text{ pertanyaan} \times 5 = 130 \text{ responden}$$

Sehingga yang menjadi sampel dalam penelitian ini adalah 130 responden yang memenuhi kriteria yang disebutkan sebelumnya oleh peneliti.

F. Teknik Analisis Data

1. Uji Validitas

Menurut Sugiyono (2017:121) uji validitas adalah instrumen yang *valid* berarti alat ukur yang digunakan untuk mendapatkan data (mengukur) itu *valid*. *Valid* berarti instrumen tersebut dapat digunakan untuk mengukur apa yang



seharusnya di ukur. Pengujian Validitas menggunakan rumus korelasi Pearson

Product Moment sebagai berikut:

$$r_{xy} = \frac{n \sum XY - (\sum X)(\sum Y)}{\sqrt{\{\sum X^2 - (\sum X)^2\} \{n \sum Y^2 - (\sum Y)^2\}}}$$

Keterangan:

- r_{xy} : koefisien korelasi r pearson
 n : jumlah sampel/observasi
 x : variabel bebas/variabel pertama
 y : variabel terikat/variabel kedua.

2. Uji Reliabilitas

Menurut Sugiyono (2017:130) menyatakan bahwa uji reliabilitas adalah sejauh mana hasil pengukuran dengan menggunakan objek yang sama, akan menghasilkan data yang sama.

Koefisien *Alpha Cronbach* (Ca) merupakan statistik yang paling umum digunakan untuk menguji reliabilitas suatu instrumen penelitian. Suatu instrumen penelitian diindikasikan memiliki tingkat reliabilitas memadai jika koefisien *Alpha Cronbach* lebih besar atau sama 0,70. Rumus *Alpha Cronbach* sebagai berikut :

$$r_{11} = \left(\frac{n}{n-1} \right) \left(1 - \frac{\sum \sigma_t^2}{\sigma_t^2} \right)$$

© 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.



Keterangan :

- r_{11} = reliabilitas yang dicari
- n = jumlah item pertanyaan yang di uji
- $\sum \sigma_t^2$ = jumlah varian skor – skor tiap item
- σ_t^2 = varian total

Tabel 3.3

Tingkat Reliabilitas berdasarkan Nilai *Alpha Cronbach*

Interval Koefisien	Tingkat Hubungan
0.00 – 0.199	Sangat Rendah
0.20 – 0.399	Rendah
0.40 – 0.599	Sedang
0.60 – 0.799	Kuat
0.80 – 1.000	Sangat Kuat

Sumber : Sugiyono (2015:184)

Penelitian ini melakukan pengujian validitas dan reliabilitas pada populasi yaitu *followers* dari akun *Instagram Secondate* dan *influencer* yang mempromosikan *Secondate*.

3. Uji Analisis Statistik Deskriptif

Sugiyono (2017:147) menyatakan bahwa analisis deskriptif adalah metode yang digunakan untuk menggambarkan atau menganalisis suatu hasil penelitian tetapi tidak digunakan untuk membuat kesimpulan yang lebih luas.

Hasil data penelitian secara deskriptif disajikan melalui grafik, tabel, maupun diagram, kemudian digunakan untuk melihat frekuensi, *mean*, median, modus ukuran penyebaran data (standar deviasi). Statistik deskriptif dapat digunakan



untuk melihat gambaran mengenai objek penelitian. Dalam penelitian ini, statistic deskriptif digunakan untuk melihat dimensi yang paling dominan dari setiap variabel dengan merujuk kepada nilai rata-rata (mean) tertinggi dari setiap dimensi per variabel.

Dalam melakukan analisis deskriptif pengukurannya menggunakan rentang skala. Adapun rumus rentang skala yang digunakan sebagai berikut:

$$Rentang\ Skala\ (RS) = \frac{(m - 1)}{m}$$

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

Keterangan:

RS : Rentang Skala

m : Jumlah alternatif jawaban

Tabel 3.4
Kategori Rentang Skala

Rentang Skala	Kategori
1,0 – 1,8	Sangat Tidak Setuju
1,9 – 2,6	Tidak Setuju
2,7 – 3,4	Ragu-ragu
3,5 – 4,2	Setuju
4,3 – 5,0	Sangat Setuju

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.



4. Uji Normalitas

Dalam penelitian ini, uji normalitas yang digunakan adalah *Kolmogorov-Smirnov*. Menurut Ghozali (2018:111), uji normalitas bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi, variabel independen dan dependennya berdistribusi normal atau tidak.

Model regresi yang baik yaitu memiliki distribusi data yang normal atau mendekati normal yaitu distribusi tidak menyimpang ke kiri atau ke kanan (kurva normal). Pengujian normalitas data menggunakan uji *Kolmogorov-Smirnov* dalam program aplikasi SPSS 22.0 dengan taraf probabilitas (*sig.*) 0,05. Kriteria pengujian uji *Kolmogorov-Smirnov* adalah nilai probabilitas (*sig.*) > 0,05, maka data berdistribusi normal, sedangkan nilai probabilitas (*sig.*) < 0,05, maka data tidak berdistribusi normal.

5. Uji Linieritas

Menurut Sugiyono dan Susanto (2015:323), tujuan dari uji linieritas adalah untuk mengetahui apakah terdapat hubungan linier atau tidak antara variabel terikat dengan variabel bebas secara signifikan. Pengujian dalam uji linieritas menggunakan *test of linearity*. Kriteria dalam uji linieritas yang berlaku adalah apabila nilai signifikansi pada *linearity* < 0,05 yang berarti bahwa terdapat hubungan linier antara variabel terikat dengan variabel bebas.

6. Uji Analisis Regresi Linier Sederhana

Menurut Sugiyono (2017:260) analisis regresi adalah untuk membuat keputusan apakah naik dan menurunnya variabel dependen dapat dilakukan

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.



melalui peningkatan variabel independen atau tidak. Berikut adalah rumus untuk uji analisis regresi linier sederhana untuk sampel:

$$Y = a + bX$$

Keterangan :

Y = variabel tidak bebas (variabel dependen / variabel yang akan diprediksi)

X = variabel bebas (variabel independen, variabel yang akan memprediksi Y)

a = nilai *intercept* (konstan) atau harga Y bila X = 0

b = koefisien regresi, yaitu angka peningkatan atau penurunan variabel dependen yang didasarkan pada variabel independen. Bila b (+) maka naik, bila b (-) maka terjadi penurunan.

Nilai a dihitung dengan rumus :

$$a = \frac{\sum Y (\sum X^2) - \sum X - \sum XY}{n \sum X^2 - (\sum X^2)}$$

Nilai b dihitung dengan rumus :

$$b = \frac{\sum XY - \sum X - \sum XY}{n \sum X^2 - (\sum X^2)}$$

© 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.



7. Skala *Likert*

Menurut Sugiyono (2016:92) skala pengukuran merupakan kesepakatan yang digunakan sebagai acuan untuk menentukan panjang pendeknya interval yang ada dalam alat ukur, sehingga alat ukur tersebut bila digunakan dalam pengukuran akan menghasilkan data kuantitatif. Penulis dalam melakukan skala pengukuran yaitu diukur menggunakan skala *Likert*.

Menurut Sugiyono (2017:133) Skala *Likert* digunakan untuk mengukur pendapat, sikap, dan persepsi seseorang atau kelompok orang tentang fenomena sosial. reliabel adalah instrumen yang bila digunakan beberapa kali untuk mengukur objek yang sama, akan menghasilkan data yang sama.

Tabel 3.5
Skala *Likert*

Skala	Nilai
1	Sangat Tidak Setuju
2	Tidak Setuju
3	Ragu-ragu
4	Setuju
5	Sangat Setuju

(Sugiyono, 2017:93)

8. Uji Hipotesis

Hipotesis penelitian diartikan sebagai jawaban sementara terhadap merumuskan masalah penelitian. Kebeneran dari hipotesis harus diartikan melalui data yang terkumpul. Secara statistik hipotesis diartikan sebagai pertanyaan mengenai keadaan populasi (parameter) yang akan di uji kebenarannya berdasarkan data yang diperoleh dari sample penelitian (statistik

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.



parameter) yang akan di uji kebenarannya berdasarkan data yang diperoleh dari sample penelitian (statistik) (Sugiyono, 2018:159-160).

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

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie

a. UJI MODEL (uji F)

Menurut Ghozali (2018:98), uji F bertujuan untuk menunjukkan apakah variabel bebas memiliki pengaruh terhadap variabel terikat.

$H_0 : \beta_1 = 0$, model tidak signifikan

$H_a : \beta_1 \neq 0$, model signifikan

Kriteria pengujian pada uji F menggunakan tingkat signifikansi 0,05. Jika nilai signifikansi < 0,05 berarti model penelitian layak digunakan. Jika nilai signifikansi > 0,05, berarti model penelitian tidak layak digunakan.

b. Uji t

Uji t digunakan untuk menguji variabel signifikan atau tidak.

$H_0 : \beta_1 = 0$, variabel tidak signifikan

$H_a : \beta_1 > 0$, variabel signifikan

Hasil uji t dapat dilihat dari tabel koefisien pada kolom sig (*significance*). Jika probabilitas nilai t signifikan < 0,05, maka dapat dikatakan terdapat pengaruh kepada variabel bebas terhadap variabel terikat secara parsial. Namun, jika probabilitas nilai t signifikan > 0,05, maka dapat dikatakan tidak terdapat pengaruh kepada variabel bebas terhadap variabel terkait secara parsial (Ghozali, 2016: 101-102).

9. Uji Koefisien Determinasi (R^2)

Dalam mengetahui nilai dari koefisien korelasi secara simultan pada model regresi logistik, maka menurut Ghozali (2018:333) dapat dilihat dari nilai

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.



Nagelkerke R Square pada hasil olah data statistik menggunakan SPSS, karena nilai tersebut diinterpretasikan seperti R^2 pada *multiple regression*. Untuk mengetahui nilai dari koefisien determinasi, maka penulis menggunakan rumus sebagai berikut:

$$KD = r^2 \times 100\%$$

Keterangan :

KD = nilai koefisien determinasi

r^2 = nilai koefisien korelasi

Besarnya koefisien determinasi (R^2) terletak diantara 0 dan 1 atau diantara 0% sampai dengan 100%. Sebaliknya jika $R^2 = 0$, model tadi tidak menjelaskan sedikitpun pengaruh variasi variabel X terhadap Y.

© 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.