



BAB III

METODE PENELITIAN



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. Objek Penelitian

Dalam penelitian ini, yang menjadi obyek penelitian adalah pemasaran media sosial melalui Instagram, persepsi harga, keputusan pembelian konsumen dan akun Instagram Jiniso @jiniso.id, sedangkan subyek penelitian adalah konsumen dan followers Instagram Jiniso.

B. Desain Penelitian

Menurut Donald & Schindler (2017:146), desain penelitian adalah perencanaan berdasarkan kegiatan, waktu, dan pertanyaan penelitian serta petunjuk untuk memilih informasi dan kerangka kerja untuk menjelaskan hubungan antar variabel. Desain penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode kuantitatif.

Menurut Donald & Schindler (2017: 173), penelitian kuantitatif berguna untuk mengukur sesuatu secara tepat dan digunakan untuk mengukur sesuatu secara tepat dan digunakan untuk mengukur perilaku, pengetahuan, pendapat, dan sikap pelanggan. Terdapat 7 klarifikasi desain penelitian, yaitu:

1. Derajat Kristalisasi Pertanyaan Riset

Penelitian ini menggunakan penelitian formal yang diawali dengan hipotesis yang kemudian melibatkan prosedur dan spesifikasi sumber data yang sesuai. Tujuan penelitian formal ini adalah untuk menguji hipotesis atau jawaban atas pertanyaan-pertanyaan yang berada dalam batas-batas masalah penelitian.

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. Metode Pengumpulan Data

Penelitian ini menggunakan metode penyebaran kuesioner dalam bentuk google form kepada responden yang terkait dengan variabel dalam penelitian yaitu pemasaran media sosial Instagram, persepsi harga, dan keputusan pembelian konsumen.

3. Pengontrolan Variabel oleh Peneliti

Penelitian ini menggunakan desain laporan setelah fakta. Hal ini dikarenakan peneliti tidak dapat mengontrol variabel yang diteliti dan peneliti tidak dapat memanipulasi apa yang telah dan sedang terjadi.

4. Tujuan Penelitian

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh variabel bebas dan variabel terikat. Jadi metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode sebab akibat.

5. Dimensi Waktu

Dimensi waktu dalam penelitian ini adalah cross-section karena dilakukan hanya sekali dalam periode tertentu.

6. Cakupan Topik

Penelitian ini menggunakan desain penelitian statistik karena bertujuan untuk memperluas penelitian bukan untuk memperdalamnya. Penelitian ini bertujuan untuk mendapatkan karakteristik populasi dengan cara menguji sampel untuk mewakili populasi.

7. Lingkungan Penelitian

Penelitian ini termasuk lingkungan aktual (kondisi lapangan) karena datanya didapatkan langsung di lapangan yaitu dengan cara menyebarkan kuesioner (google form).

© Hak cipta milik IBI RKG (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 IBI RKG.

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBI RKG.



8. Kesadaran Persepsi Partisipan

Kesadaran persepsi partisipan dalam pengisian angket dinilai memiliki pengaruh secara tidak langsung terhadap hasil penelitian. Dalam penelitian ini persepsi yang diberikan merupakan persepsi yang nyata dan tidak mengganggu kehidupan sehari-hari partisipan.

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

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

C. Variabel Penelitian

Menurut Cooper dan Schindler (2017:64) variabel adalah simbol dari kejadian, tindakan, karakteristik, perlakuan, maupun atribut yang dapat diukur dan yang dapat diberikan penilaian. Dalam penelitian ini terdapat dua jenis variable, yaitu variable terikat (dependent variable) dan variable bebas (Independent variable). Variabel terikat dalam penelitian ini adalah keputusan pembelian (Y), sedangkan variable bebas adalah pemasaran media sosial Instagram (X1) dan persepsi harga (X2). Berikut ini adalah definisi dan pengukuran yang digunakan dari masing-masing variable tersebut.

1. Variabel Bebas (Independent Variable)

Menurut Sekaran dan Bougie (2017:79), Variabel bebas adalah variabel yang mempengaruhi variabel terikat, baik secara positif maupun negatif. Dengan kata lain, varians dalam variabel terikat disebabkan oleh variabel bebas. Dalam penelitian ini variabel bebas adalah pemasaran media sosial Instagram dan persepsi harga.

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.



a. Pemasaran Media Sosial Instagram

Tabel 3. 1 Variabel Pemasaran Media Sosial Instagram

Variabel Penelitian	Indikator	Pernyataan Kuesioner	Skala Pengukuran
Pemasaran Media Sosial, Singh (2010) dalam As'ad dan Alhadid (2014)	Komunitas Online	Saya tertarik untuk mengikuti komunitas online Jiniso	Interval
		Dengan mengikuti akun media sosial Instagram Jiniso saya akan menjadi lebih loyal pada merek Jiniso	
	Interaksi	Menurut saya informasi yang diberikan oleh akun Instagram Jiniso selalu terkini	Interval
		Menurut saya akun Instagram Jiniso aktif mengunggah postingan dan story	
		Menurut saya akun Instagram Jiniso cepat merespon pertanyaan dari konsumen	
	Aksesibilitas	Saya dapat dengan mudah mengakses akun Instagram Jiniso karena tidak dikunci	Interval
	Kredibilitas	Saya dapat memahami dengan jelas informasi yang disampaikan melalui media sosial Instagram Jiniso	Interval
Media sosial Instagram Jiniso dapat dipercaya			

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

© Hak cipta milik 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.



b. Persepsi Harga

Tabel 3. 2 Variabel Persepsi Harga

Variabel Penelitian	Indikator	Pernyataan Kuesioner	Skala Pengukuran
Persepsi Harga, Kotler dan Keller (2016:487)	Referensi Harga	Menurut saya harga produk merek Jiniso terjangkau dibandingkan dengan merek pakaian lain	Interval
	Inferensi Harga-Kualitas	Menurut saya harga pakaian merek Jiniso sesuai dengan kualitas yang ditawarkan.	Interval

2. Variabel Terikat (dependent Variabel)

Menurut Sekaran dan Bougie (2017:77), Variabel Terikat merupakan variabel yang menjadi perhatian utama peneliti. Dengan kata lain, variabel terikat adalah variabel utama yang sesuai dalam investigasi penelitian. Dalam penelitian ini variabel terikat adalah keputusan pembelian.

a. Keputusan Pembelian

Tabel 3. 3 Variabel Keputusan Pembelian

Variabel Penelitian	Indikator	Pernyataan Kuesioner	Skala Pengukuran
Keputusan Pembelian, Kotler dan Armstrong (2016:187)	Pilihan Produk	Saya memutuskan untuk membeli produk pakaian Jiniso karena model pakaian yang diberikan beragam	Interval
	Pilihan Merek	Saya memilih untuk membeli produk pakaian Jiniso daripada merek lainnya	Interval

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.



<p>© Hak cipta milik IBI KKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)</p>	Pilihan Penyalur	Saya memutuskan untuk membeli produk pakaian Jiniso karena tersedianya pilihan penyalur baik secara online maupun offline	Interval
	Waktu Pembelian	Saya memutuskan untuk membeli produk pakaian Jiniso kapanpun saya membutuhkannya	Interval
	Jumlah Pembelian	Saya memutuskan untuk membeli produk pakaian Jiniso dalam jumlah berapapun yang saya butuhkan	Interval
	Metode Pembayaran	Saya memutuskan untuk membeli produk pakaian Jiniso karena ketersediaan berbagai alternatif pembayaran yang memudahkan konsumen untuk melakukan pembayaran	Interval

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.

D. Teknik Pengambilan Sampel

Menurut Umar (2019:53), populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri dari sekumpulan elemen yang memiliki ciri-ciri tertentu untuk dipelajari dan ditarik kesimpulan. Populasi dalam penelitian ini adalah pengikut akun Instagram Jiniso yang berjumlah 1,1 juta per tanggal 16 Mei 2022 pukul 11.00WIB. Menurut Umar (2019:53), sampel adalah sekelompok individu yang merupakan bagian dari populasi yang mewakili populasi. Dalam penelitian ini digunakan metode non probability sampling dengan teknik judgement sampling, dimana sebelum pengambilan sampel ditentukan dengan pertimbangan tertentu. Dalam penelitian ini, responden yang dipilih adalah orang-orang yang mengikuti Instagram Jiniso dan membeli pakaian



merek Jiniso. Jumlah sampel sebanyak 104 orang. Setelah kuesioner diisi, data akan diolah. Alat yang digunakan untuk melakukan penelitian ini adalah SPSS.

E. Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini adalah komunikasi dengan menyebarkan kuesioner dan jenis data yang diambil adalah data kuantitatif. Penyebaran kuesioner dilakukan dengan menyebarkan link google form kepada responden, dimana responden mengisi kuesioner secara online. Responden diminta untuk mengisi pertanyaan yang diberikan dengan memilih angka pada tingkat setuju dengan persepsi terhadap pertanyaan tersebut. Peneliti menentukan nilai setiap jawaban berdasarkan skala likert. Penelitian ini menggunakan tingkat kesepakatan skala likert sebagai berikut:

STS : Sangat Tidak Setuju

TS : Tidak Setuju

N : Netral

S : Setuju

SS : Sangat Setuju

Skala likert dengan bobot nilai yang dimulai dari 1-5, yaitu Sangat Tidak Setuju = 1, Tidak Setuju = 2, Netral = 3, Setuju = 4, Sangat Setuju = 5.

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



F. Teknik Analisis Data

1. Uji Instrumen

a. Uji Validitas

Menurut Umar (2019:63), Uji validitas berguna untuk memeriksa apakah ada pertanyaan/pertanyaan harus dihapus atau diganti karena tidak valid. Untuk mengetahui validitas tiap indikator, bandingkan nilai korelasi hitung (di bawah kolom corrected item–total correlation) dengan nilai r tabel. Jika sampelnya 30 dan α alpha sebesar 5%, maka nilai r tabelnya adalah 0,361. Jika hasil korelasi hitung $\geq 0,361$ maka pernyataan tersebut dinyatakan valid.

b. Uji Reliabilitas

Menurut Umar (2019:68), uji reliabilitas berfungsi untuk menentukan instrument kuesioner mana yang dapat digunakan secara konsisten atau tidak. Jika uji reliabilitas dilakukan ketika alternatif jawaban lebih dari dua, maka menggunakan Cronbach's Alpha. Rumus uji reliabilitas menggunakan Cronbach's Alpha adalah sebagai berikut :

$$r^{11} = \left(\frac{k}{k-1}\right)\left(1 - \frac{\sum \sigma b^2}{\sigma^2}\right)$$

Keterangan :

r^{11} = reliabilitas instrument

k = banyak butir pertanyaan

$\sum \sigma b^2$ = jumlah varian butir

σ^2 = varian total

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.



2. Analisis Deskriptif

a. Perhitungan Nilai Rata-Rata (*mean score*)

Untuk mengetahui atribut utama yang membuat konsumen untuk membeli pakaian merek Jiniso, maka digunakan perhitungan rata-rata. Berikut merupakan rumus mean score :

$$\bar{X} = \frac{1}{n} \sum_{i=1}^n xi$$

Keterangan :

\bar{x} = Rata-Rata Hitung

xi = Nilai sampel ke- i

n = Jumlah sampel

b. Analisis Persentase

Analisis persentase merupakan analisis yang digunakan untuk mengetahui karakteristik responden yang tertulis dalam profil responden pada kuesioner, seperti jenis kelamin, usia dan pekerjaan. Dalam menghitung analisis persentase dapat menggunakan rumus sebagai berikut :

$$Fr1 = \sum fi/n \times 100\%$$

Keterangan :

$Fr1$ = Frekuensi alternative ke- i setiap kategori

$\sum fi$ = Jumlah kategori yang termasuk kategori i

n = Total responden

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.



c. Rata-rata Tertimbang

Rata – rata tertimbang merupakan perhitungan rata – rata yang dihitung berdasarkan perhitungan timbangan atau bobot untuk setiap datanya . Setiap penimbang atau bobot merupakan pasangan disetiap data. Rata – rata tertimbang dapat dihitung dengan menggunakan rumus sebagai berikut :

$$\bar{x} = \frac{\sum xifi}{\sum fi}$$

Keterangan :

\bar{x} = Rata – rata tertimbang

xi = Nilai data ke- i

fi = Bobot data ke- i

n = Jumlah data

d. Rentang Skala

Dalam pengukuran data kuesioner, peneliti menggunakan skala Likert. Skala penilaian yang dijumlahkan terdiri dari pernyataan yang mengekspresikan baik sikap mendukung dan tidak mendukung terhadap objek kepentingan. Dalam menghitung skala penilaian, digunakan rumus rentang skala sebagai berikut :

$$RS = m - p / b$$

Keterangan :

RS = Rentang Skala penilaian

m = Skor tertinggi

p = Skor terendah

b = Jumlah kelas atau kategori

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



Skor tertinggi adalah 5 dan skor terendah adalah 1 dengan 5 kategori, maka rentang skalanya adalah sebagai berikut :

$$R_s = (5 - 1) / 5 = 0,80$$

Dengan demikian, rentang skala pengukuran rata-rata menjadi :

$$1,00 - 1,80 = \text{sangat tidak setuju}$$

$$1,81 - 2,60 = \text{tidak setuju}$$

$$2,61 - 3,40 = \text{netral}$$

$$3,41 - 4,20 = \text{setuju}$$

$$4,21 - 5,00 = \text{sangat setuju}$$

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

3. Uji Asumsi Klasik

a. Uji Normalitas

Menurut Umar (2019: 75), Uji Normalitas berguna untuk melihat apakah nilai residual (gap antara data asli dan data hasil ramalan) terdistribusi normal atau tidak. Model regresi yang baik harus memiliki nilai residual yang terdistribusi normal. Uji yang dapat digunakan untuk menguji normalitas residual yaitu uji statistik non-parametrik Kolmogorov Smirnov.

Uji Kolmogorov Smirnov dilakukan dengan membuat hipotesis :

- a) H_0 : data residual berdistribusi normal.
- b) H_a : data residual tidak berdistribusi normal.

Dengan nilai signifikan ($\alpha = 5\%$), sehingga pengambilan keputusannya yaitu :

- a) Jika $p\text{-value} > \alpha$, maka data dikatakan berdistribusi normal.
- b) Jika $p\text{-value} > \alpha$, maka data dikatakan tidak berdistribusi normal.

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.



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.

b. Uji Multikolinearitas

Uji multikolinearitas menurut Umar (2019:88) berguna untuk melihat tingkat korelasi antarvariabel bebas dalam suatu model regresi linear berganda. Jika ada korelasi yang tinggi di antara variabel-variabel bebasnya, maka hubungan antara variabel bebas dan variabel terikatnya menjadi terganggu. Pada penelitian ini uji gangguan multikolinearitas menggunakan variance inflation factor (VIF). Nilai cutoff yang umum adalah nilai toleransi sebesar 0,10 sama dengan nilai VIF sebesar 10. Kriteria pengambilan keputusan uji multikolinearitas adalah sebagai berikut: Jika hasil uji memiliki nilai $VIF \geq 10$ dan $TOL \leq 0,1$ maka terdapat multikolinearitas. Jika hasil uji memiliki nilai $VIF \leq 10$ dan $TOL \geq 0,1$ maka tidak ada multikolinearitas.

c. Uji Heteroskedastisitas

Menurut Umar (2019:76), uji heteroskedastisitas berguna untuk mengetahui perbedaan varians dari residual satu pengamatan dengan pengamatan lain. Model regresi yang memenuhi persyaratan apabila memiliki kesamaan varians dari residual satu dengan pengamatan yang lainnya, biasa disebut dengan homoskedastisitas. Peneliti menggunakan uji Glejser dalam melakukan uji heteroskedastisitas. Apabila nilai $sig > 0,05$, maka tidak terjadi heteroskedastisitas. Sebaliknya, apabila nilai $sig < 0,05$, maka terjadi heteroskedastisitas.



4. Analisis Regresi Ganda

Analisis regresi berganda dapat dilakukan apabila terdapat dua atau lebih variabel bebas. Persamaan regresi regresi berganda dalam penelitian ini adalah :

$$\hat{Y} = \beta_0 + \beta_1 X_1 + \beta_2 X_2 + e$$

Keterangan :

\hat{Y} = Keputusan Pembelian

X_1 = Pemasaran Media Sosial

X_2 = Persepsi Harga

β_1 = koefisien regresi variabel Pemasaran Media Sosial

β_2 = koefisien regresi variabel Persepsi Harga

e = error

a. Uji Kelayakan Model (Uji F)

Menurut Umar (2019: 137), Uji F berguna untuk menyatakan apakah model penelitian yang diajukan seperti pada bab ke dua dan ke tiga adalah cocok atau tidak cocok setelah data penelitian digunakan. Apabila P-Value (nilai probabilitas) di bawah kolom Sig. adalah kurang dari 5 persen, maka berdasarkan hasil uji diketahui model adalah fit. Hipotesisnya adalah sebagai berikut

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

$$H_a : \text{paling sedikit ada satu dari } \beta_i \neq 0 ; i = 1, 2$$

Maka dasar pengambilan keputusannya sebagai berikut :

- a) Jika nilai Sig-F < 0.05, maka tolak H_0 atau dapat disimpulkan bahwa model regresi layak untuk digunakan.

© 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.



b) Jika nilai Sig-F > 0.05 , maka tidak tolak H_0 atau dapat disimpulkan bahwa model regresi tidak layak untuk digunakan.

Jika uji F hasilnya adalah tolak H_0 , maka pengujian selanjutnya akan dilakukan pengujian uji t.

b. Uji Parsial (Uji t)

Uji t berguna untuk mengetahui pengaruh masing-masing variabel independent terhadap variabel dependent. Penelitian ini, diuji menggunakan uji t dengan $\alpha = 5\%$. Pengambilan kesimpulan adalah dengan membandingkan t hitung dengan t tabel. Apabila t hitung $< t$ tabel maka terima H_0 dan H_a ditolak, dan apabila t hitung $> t$ tabel maka tolak H_0 dan terima H_a . Selain itu, dapat dilihat pula dari probabilitas signifikan. Apabila probabilitas signifikan $> \alpha (0,05)$ maka terima H_0 . Apabila probabilitas signifikan $< \alpha (0,05)$ maka terima H_a .

c. Uji Koefisien Determinasi (R^2)

Koefisien Determinasi (R^2) digunakan untuk mengukur seberapa jauh kemampuan model dalam menerangkan variasi variabel terikat. Nilai koefisien determinasi antara nol dan satu. Jika nilai (R^2) kecil berarti kemampuan variabel bebas dalam menjelaskan variasi variabel terikat amat terbatas. Sedangkan jika nilai (R^2) yang mendekati satu berarti variabel bebas dapat memberikan hampir semua informasi yang dibutuhkan untuk memprediksi variabel terikat.