

BAB III

METODE PENELITIAN

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

Objek Penelitian

Objek pada penelitian ini adalah variabel kualitas produk (X1), kualitas layanan (X2), dan kepuasan pelanggan (Y). Penelitian ini dilakukan terhadap konsumen yang pernah melakukan pembelian di Burger King Lagoon Avenue, Bekasi Selatan.

Desain Penelitian

Desain penelitian menurut Cooper dan Schlinder (2017:96), rancangan dokumen yang disusun pada saat awal penelitian untuk melengkapi tujuan dan menjawab pertanyaan penelitian. Pendekatan penelitian yang akan digunakan dapat ditinjau dari berbagai perspektif sebagai berikut:

1. Tingkat Rumusan Masalah

Penelitian ini merupakan penelitian formal karena berawal dari adanya hipotesis atau pertanyaan yang melibatkan sumber data spesifik untuk menguji hipotesis dan menjawab seluruh pertanyaan penelitian yang telah diajukan.

2. Metode Pengumpulan Data

Penelitian ini dilakukan melalui penyebaran kuisioner yang berisi daftar pernyataan mengenai indikator-indikator dari variabel kualitas produk, kualitas pelayanan, dan

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.



kepuasan pelanggan yang akan diisi oleh responden untuk kemudian dikumpulkan dan diolah peneliti.

3. Pengendalian Variabel oleh Peneliti

Peneliti tidak memiliki kendali atau memanipulasi variabel yang ada atau *ex post facto study*. Peneliti hanya melaporkan peristiwa yang telah terjadi atau yang sedang terjadi.

4. Tujuan Penelitian

Penelitian ini memiliki tujuan untuk penelitian sebab akibat atau kausal. Adapula tujuan peneliti yaitu ingin mengetahui dan menjelaskan pengaruh variabel bebas yaitu kualitas produk dan kualitas pelayanan terhadap variabel terikatnya yaitu kepuasan pelanggan.

5. Dimensi Waktu

Penelitian ini menggunakan sistem *cross sectional study*, atau hanya dilakukan satu kali mewakili satu periode waktu.

6. Cakupan Topik, Lebar dan Dalamnya Studi

Penelitian ini menggunakan uji hipotesis penelitian kuantitatif atau studi statistik untuk membantu peneliti dalam menguji validitas dan reliabilitas, asumsi klasik, regresi linier berganda, serta uji hipotesis.

7. Lingkungan Penelitian

Penelitian ini termasuk dalam penelitian kondisi lapangan yang objek dan subjek penelitiannya berada dalam satu lingkungan yang nyata dan sesuai dengan kondisi lapangan.

8. Kesadaran Persepsi Partisipan

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 IBKKG.

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



Penelitian ini bersifat mengikat pada jawaban dari subjek penelitian dengan tujuan agar peneliti dapat memahami hasil pengumpulan data dan menghindari persepsi negatif seperti penyimpangan di situasi sehari-hari terhadap penelitian yang sedang dilakukan.

Variabel Penelitian dan Pengukurannya

Variabel menurut Sugiyono (2019:68), adalah atribut atau nilai dari orang, objek, atau kegiatan yang memiliki variasi tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan ditarik kesimpulannya. Variabel penelitian yang digunakan pada penelitian ini terdiri dari dua variabel independen atau bebas dan satu variabel dependen atau terikat.

Variabel Independen

Variabel independen menurut Sekaran dan Bougie (2017: 79), adalah variabel yang mempengaruhi variabel terikat, baik secara positif atau negatif. Dalam penelitian ini, variabel independen yang diteliti adalah:

a. Variabel Kualitas Produk (X_1)

Pengukuran variabel kualitas produk menurut Tjiptono (2016:134) dalam Sitorus, Maolana, and Se (2019) adalah melalui delapan dimensi kualitas produk dan butir pernyataan yang ditampilkan pada tabel 3.1 sebagai berikut.

Tabel 3.1

Operasionalisasi Variabel Kualitas Produk

Dimensi	Butir Pernyataan	Simbol	Skala
Kinerja (<i>performance</i>)	1. Burger King memberikan kemasan yang baik.	KP 1	Interval



Fitur atau Ciri-Ciri Tambahan (<i>features</i>)	2. Produk Burger King memiliki varian rasa yang menarik.	KP 2	Interval
Reliabilitas (<i>reliability</i>)	3. Produk Burger King diproduksi dengan tingkat kematangan yang baik.	KP 3	Interval
	4. Bahan baku yang digunakan oleh Burger King selalu dalam keadaan fresh dan layak saji.	KP 4	Interval
Kesesuaian dengan Spesifikasi (<i>conformance to specifications</i>)	5. Cita rasa produk Burger King selalu konsisten.	KP 5	Interval
	6. Ukuran pada produk Burger King selalu konsisten dan tidak berubah-ubah.	KP 6	Interval
Daya Tahan (<i>durability</i>)	7. Produk Burger King dapat bertahan dalam suhu ruangan lebih dari setengah hari.	KP 7	Interval
	8. Tingkat kerenyahan Ayam dan kelezatan Burger di Burger King dapat bertahan selama lebih setengah hari.	KP 8	Interval
Kemampuan Melayani (<i>serviceability</i>)	9. Burger King memberikan pelayanan yang cepat tanggap kepada pelanggan.	KP 9	Interval
	10. Burger King terbuka terhadap kritik dan saran yang diberikan oleh setiap pelanggan.	KP 10	Interval
Estetika (<i>esthetic</i>)	11. Produk Burger King terlihat sangat menarik pada tampilan menu.	KP 11	Interval
	12. Cita rasa yang diberikan Burger King sesuai dengan harapan.	KP 12	Interval
Kualitas yang Dipersepsikan (<i>perceived quality</i>)	13. Burger King menyampaikan informasi produk dan promosi kepada pelanggan.	KP 13	Interval
	14. Informasi produk yang disampaikan sesuai dengan harapan pelanggan	KP 14	Interval

Sumber: Dikembangkan untuk penelitian ini

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. Variabel Kualitas Layanan (X₂)

Pengukuran variabel kualitas layanan menurut Kotler and Keller (2016:442) adalah melalui lima indikator dan butir pernyataan yang ditampilkan pada tabel 3.2 sebagai berikut.

Tabel 3.2
Operasionalisasi Variabel Kualitas Layanan

Dimensi	Butir Pernyataan	Simbol	Skala
<i>Reliability</i>	1. Karyawan Burger King Lagoon Avenue memberikan pelayanan yang professional sesuai dengan yang keinginan pelanggan.	KL 1	Interval
	2. Pelayanan Burger King Lagoon Avenue dapat diandalkan sesuai dengan harapan pelanggan.	KL 2	Interval
<i>Tangibles</i>	3. Penampilan karyawan Burger King Lagoon Avenue terlihat rapi dan bersih	KL 3	Interval
	4. Peralatan dan fasilitas di Burger King Lagoon Avenue selalu terjaga kebersihannya.	KL 4	Interval
<i>Responsiveness</i>	5. Karyawan Burger King Lagoon Avenue memberikan pelayanan dengan cepat kepada pelanggan.	KL 5	Interval
	6. Karyawan Burger King Lagoon Avenue cepat tanggap dalam menghadapi masalah yang diajukan pelanggan.	KL 6	Interval
<i>Assurance</i>	7. Karyawan Burger King Lagoon Avenue mampu menjawab pertanyaan pelanggan mengenai menu yang ada.	KL 7	Interval

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.



<p>C Hak Cipta milik IBI KKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)</p> <p><i>Empathy</i></p> <p>Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang</p>	8. Karyawan Burger King Lagoon Avenue memberikan kesediaan untuk selalu membantu konsumen.	KL 8	Interval
	9. Karyawan Burger King Lagoon Avenue memberikan perhatian kepada konsumen sesuai dengan apa yang dibutuhkan konsumen.	KL 9	Interval
	10. Karyawan Burger King Lagoon Avenue memberikan bantuan pelayanan kepada pelanggan yang berkebutuhan khusus.	KL 10	Interval

Sumber: Dikembangkan untuk penelitian ini

Variabel Dependen

Variabel dependen Menurut Sugiyono (2019:69), adalah variabel yang dipengaruhi atau yang menjadi akibat, karena adanya variabel bebas. Dalam penelitian ini, yang menjadi variabel dependen adalah kepuasan pelanggan. Pengukuran variabel kepuasan pelanggan menurut Tjiptono (2004:101) dalam Imansyah and Irawan (2018) adalah melalui tiga indikator dan butir pernyataan yang ditampilkan pada tabel 3.3 di bawah ini.

Tabel 3.3

Operasionalisasi Variabel Kepuasan Pelanggan

Dimensi	Butir Pernyataan	Simbol	Skala
Kesesuaian harapan	1. Kualitas produk yang diberikan oleh Burger King melebihi ekspektasi saya sebagai pelanggan.	KP 1	Interval
	2. Kualitas pelayanan yang diberikan oleh Burger King	KP2	Interval



<p>© Hak cipta milik IBI KKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)</p> <p>Minat berkunjung kembali</p>	melebihi ekspektasi saya sebagai pelanggan.		
	3. Fasilitas yang diberikan oleh Burger King Lagoon Avenue melebihi ekspektasi saya sebagai pelanggan.	KP 3	Interval
	4. Kualitas produk yang diberikan oleh Burger King Lagoon Avenue mendorong minat saya sebagai pelanggan untuk berkunjung kembali.	KP 4	Interval
<p>Cipta Dilindungi Undang-Undang</p>	5. Kualitas pelayanan yang diberikan oleh Burger King Lagoon Avenue mendorong minat saya sebagai pelanggan untuk berkunjung kembali.	KP 5	Interval
	6. Fasilitas yang diberikan oleh Burger King Lagoon Avenue mendorong minat saya sebagai pelanggan untuk berkunjung kembali.	KP 6	Interval
	7. Saya bersedia untuk merekomendasikan kepada rekan dan keluarga saya untuk berkunjung ke Burger King Lagoon Avenue dikarenakan kualitas produk yang baik.	KP 7	Interval
<p>Kesediaan merekomendasikan</p>	8. Saya bersedia untuk merekomendasikan kepada rekan dan keluarga saya untuk berkunjung ke Burger King Lagoon Avenue dikarenakan kualitas pelayanan yang baik.	KP 8	Interval
	9. Saya bersedia untuk merekomendasikan kepada rekan dan keluarga saya untuk berkunjung ke Burger King Lagoon Avenue dikarenakan fasilitasnya yang memadai.	KP 9	Interval

Sumber: Dikembangkan untuk penelitian ini

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.



Teknik Pengambilan Sampel

Penentuan Populasi

Populasi menurut Sugiyono (2019:126), adalah wilayah generalisasi yang terdiri atas objek atau subjek yang memiliki kualitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian di tarik kesimpulannya. Populasinya dalam penelitian ini adalah konsumen yang pernah melakukan pembelian di gerai Burger King Lagoon Avenue di Bekasi Selatan.

Penentuan Sampel

Sampel menurut Sugiyono (2019:127), adalah bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi. Penelitian ini menggunakan teknik pengambilan sampel *non probability sampling* dimana anggota populasi tidak mendapatkan peluang yang sama untuk menjadi sampel (Sugiyono, 2019:131)

Penelitian ini menggunakan *Purposive Sampling* sebagai teknik pengambilan sampel.

Purposive sampling menurut Sugiyono (2019:133) merupakan teknik pengambilan sampel yang melibatkan berbagai pertimbangan tertentu. Dalam penelitian ini kriteria responden yang dipilih adalah konsumen yang pernah melakukan pembelian di gerai Burger King Lagoon Avenue di Bekasi Selatan.

Ukuran sampel yang layak untuk digunakan dalam penelitian menurut Sugiyono (2019:144) adalah antara 30 hingga 100 responden. Dalam penelitian ini, jumlah sampel yang akan diambil adalah 160 responden. Jumlah tersebut berdasarkan hasil perhitungan rumus menurut Hair et Al dalam Triandewo and Yustine (2020) yang

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

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

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.



menyatakan bahwa jumlah minimum sampel yang sebaiknya dipakai adalah 10 kali dari jumlah indikator. Dikarenakan jumlah indikator dalam penelitian ini berjumlah 16, maka ukuran sampel yang akan digunakan pada penelitian ini adalah 160 responden.

Teknik Pengumpulan Data

Dalam penelitian ini, peneliti melakukan pengumpulan data dengan cara menyebarkan kuisisioner yang akan diisi secara *online* oleh responden yang memenuhi kriteria berdasarkan teknik pengambilan sampel melalui *Google Form*. Pertanyaan yang diajukan dalam kuisisioner ini bersifat tertutup menggunakan skala *likert*. Penyebaran kuisisioner ini dilakukan untuk mengetahui pengaruh dari kualitas produk dan kualitas layanan terhadap kepuasan pelanggan.

Lalu, untuk jenis dan sumber data yang dikumpulkan oleh peneliti adalah data primer. Data primer menurut Sugiyono (2019:193), adalah sumber data yang bersumber langsung dari observasi lapangan. Sumber data primer yang diperoleh peneliti berasal dari penyebaran kuisisioner kepada responden yang memenuhi kriteria yaitu konsumen yang pernah melakukan pembelian produk di Burger King Lagoon Avenue di Bekasi Selatan melalui *Google Form*.

Teknik Analisis Data

Uji Validitas

Kriteria uji validitas menurut Sugiyono (2019:175), yaitu sebuah variabel akan dinyatakan valid apabila instrumen tersebut dapat diterapkan untuk melakukan pengukuran terkait apa yang seharusnya diukur. Suatu kuisisioner dapat dikatakan valid apabila pertanyaan pada kuisisioner dapat mengungkapkan sesuatu yang hendak



diukur oleh kuesioner tersebut. Uji validitas dengan aplikasi menggunakan teknik korelasi *Product Moment Peason* menerapkan rumus sebagai berikut:

$$r_{xy} = \frac{n \sum xy - (\sum x)(\sum y)}{\sqrt{[n \sum x^2 - (\sum x)^2][n \sum y^2 - (\sum y)^2]}}$$

Keterangan:

r_{xy} = besarnya korelasi

n = jumlah sampel

x = skor tiap pertanyaan

y = skor total yang diperoleh

Untuk mengetahui tingkat validitas instrumen adalah dengan mengkonsultasikan r_{xy} dengan tabel r dengan ketentuan taraf signifikan sebesar 5%. Jika didapatkan r_{xy} hitung $> r$ tabel, maka butir instrumen tersebut dapat dinyatakan valid, akan tetapi apabila r_{xy} hitung $< r$ tabel, maka butir instrumen tersebut dinyatakan tidak valid.

Uji Reliabilitas

Kriteria uji reliabilitas menurut Ghazali (2019: 45), menyatakan bahwa suatu kuesioner dinyatakan reliabel apabila jawaban seseorang terhadap pernyataan konsisten dari waktu ke waktu. Indikator pernyataan dinyatakan reliabel apabila nilai dari *Cronbach's Alpha* $> 0,7$.

$$r_{11} = \frac{K}{K-1} \left(1 - \frac{\sum si^2}{st^2}\right)$$

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_{11} = nilai reliabilitas
- k = banyak butir pertanyaan
- $\sum S_i$ = jumlah varians skor tiap-tiap *item*
- S_t^2 = varian total

© Hak cipta milik IBIKKG (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.

Analisis Statistik Deskriptif

Statistik deskriptif menurut Sugiyono (2019:206), adalah statistik yang diaplikasikan dengan tujuan untuk menganalisa suatu data dengan cara mendeskripsikannya atau menggambarkan data yang telah dikumpulkan sebagaimana adanya tanpa adanya maksud untuk membuat kesimpulan yang berlaku secara umum atau generalisasi. Analisis deskriptif yang dilakukan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

a. Rata-Rata Hitung (*mean*)

Nilai dari rata - rata hitung diperoleh dari penjumlahan nilai yang diamati dalam suatu distribusi kemudian dibagi dengan jumlah data pengamatan. Rumus rata-rata hitung adalah sebagai berikut:

$$\bar{X} = \frac{\sum Xi}{n}$$

Keterangan:

- \bar{X} = rata-rata hitung
- X_i = nilai data yang diamati
- n = jumlah data pengamatan

b. Analisis Presentase



Analisis presentase dilakukan dengan tujuan mengetahui jumlah jawaban terbanyak dalam bentuk persentase. Rumus yang diaplikasikan adalah sebagai berikut:

$$P = \frac{fi}{\sum fi}$$

Keterangan:

P = persentase dari responden

fi = Jumlah responden kategori tertentu

$\sum fi$ = jumlah responden

c. Rentang Skala

Untuk mengukur posisi responden, akan diterapkan rentang skala dengan pemberian nilai skor pada setiap variabel, dengan perhitungan sebagai berikut:

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

Keterangan:

m = Nilai Tertinggi

n = Nilai Terendah

b = Jumlah kelas / banyaknya kategori

Nilai skor tertinggi sebesar 5, nilai skor terendah sebesar 1, jumlah kategori adalah 5, sehingga perhitungannya menjadi:

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.



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

Tabel 3.5
Rentang Skala

Rentang Nilai	Kategori
1,00 – 1,80	Sangat Tidak Setuju
1,81 – 2,60	Tidak Setuju
2,61 – 3,40	Cukup Setuju
3,41 – 4,20	Setuju
4,21 – 5,00	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.

Analisis Regresi Linier Berganda

Analisis regresi berganda menurut Ghozali (2016: 94), bertujuan untuk mengukur kekuatan hubungan antara dua variabel atau lebih dan menunjukkan arah hubungan antara variabel dependen dengan variabel independen. Variabel dependen diasumsikan random atau stokastik yang berarti mempunyai distribusi probabilistik dan variabel independen diasumsikan memiliki nilai tetap dalam pengambilan sampel yang berulang.

A. Estimasi Persamaan Regresi

Rumus analisis regresi berganda yang digunakan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut :

$$Y = B_0 + \beta_1 X_1 + \beta_2 X_2 + e \quad (3.1)$$

Keterangan:

Y = Variabel terikat (keputusan pembelian)



B_0 = Konstanta

Ⓒ β_1 = Variabel bebas 1 (*green marketing*)

β_2 = Variabel bebas 2 (citra merek)

e = *Term of error*

Persamaan regresi (3.1) akan di estimasi dengan persamaan sebagai berikut :

$$\hat{Y} = B_0 + B_1X_1 + B_2X_2$$

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

B. Pengujian Asumsi Klasik

Uji asumsi klasik yang akan dilakukan pada penelitian ini antara lain uji normalitas, uji heterokedastisitas, dan uji multikolinearitas.

1. Uji Normalitas

Uji Normalitas menurut Ghozali (2018:161), bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi, variabel pengganggu atau residual memiliki distribusi normal. Apabila nilai residual tidak mengikuti distribusi normal maka uji statistik menjadi tidak valid untuk jumlah sampel kecil.

Uji normalitas non-parametik *Kolmogorov-Smirov* (K-S) merupakan salah satu cara untuk menguji normalitas residual. Uji (K-S) dilakukan dengan membuat hipotesis:

- 1) H_0 : Jika nilai signifikansi $> 0,05$ maka data residual berdistribusi normal.



- 2) H_a : Jika nilai signifikansi $< 0,05$ maka data residual berdistribusi tidak normal.

2. Uji Heterokedastisitas

Uji heteroskedastisitas menurut Ghozali (2018:137), digunakan untuk menguji apakah dalam model regresi terjadi ketidaksamaan variance dari residual satu pengamatan ke pengamatan lain. Model regresi yang baik adalah model regresi yang tidak terjadi heteroskedastisitas atau dengan kata lain hasilnya homoskedastisitas dimana *variance* residual satu pengamatan ke pengamatan lain tetap. Kriteria uji heteroskedastisitas adalah sebagai berikut:

- 1) Apabila probabilitas $> 0,05$ maka tidak terjadi heteroskedastisitas
- 2) Apabila probabilitas $< 0,05$ maka terjadi heteroskedastisitas

3. Uji Multikolinearitas

Uji multikolinearitas menurut Ghozali (2018:107), bertujuan untuk menguji apakah model regresi ditemukan adanya korelasi antar variabel bebas atau independen. Model regresi yang baik seharusnya tidak terjadi korelasi diantara variabel independen. Untuk menguji adanya multikolinearitas dapat dilihat dari nilai tolerance atau *Variance Inflation Factor* (VIF). Kriteria uji multikolinearitas adalah sebagai berikut:

- 1) Apabila nilai *tolerance* $> 0,10$ atau $VIF < 10$, maka tidak terjadi multikolineritas
- 2) Apabila nilai *tolerance* $< 0,10$ atau $VIF < 10$, maka terdapat multikolineritas.

C. Pengujian Kesesuaian Model (Uji F)



Uji F menurut Ghozali (2018: 79), bertujuan untuk menunjukkan apakah model pada variabel independen dengan variabel dependen yang akan digunakan sesuai atau tidak.

Hipotesis yang akan digunakan pada penelitian ini adalah:

- 1) $H_0 : \beta_1 = \beta_2 = 0$
- 2) $H_a : \text{Paling sedikit ada atau } \beta_1 \neq 0 \text{ (} i = 1,2 \text{)}$

Dasar pengambilan keputusannya adalah sebagai berikut:

- 1) Jika pada tingkat signifikansi yang ditentukan yaitu sebesar 5% ($\alpha: 0,05$) nilai probabilitas $> 0,05$, maka H_0 diterima; Model regresi yang digunakan tidak sesuai untuk memprediksi pengaruh variabel independen secara individual terhadap variabel dependen.
- 2) Jika $p < 0,05$, maka H_0 ditolak; Model regresi yang digunakan sesuai untuk memprediksi pengaruh variabel independen secara individual terhadap variabel dependen.

D. Pengujian Koefisien Regresi

1. Uji Signifikan Parameter Individual (Uji t)

Uji t menurut Ghozali (2018: 98), bertujuan untuk menunjukkan seberapa jauh pengaruh variabel independen secara individual dalam menjelaskan variabel dependen. Hipotesis yang akan digunakan pada penelitian ini adalah:

- 1) $H_0 : \beta_1 = 0$, Variabel bebas tidak mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap variabel terikat.
- 2) $H_a : \beta_1 > 0$, Variabel bebas mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap variabel terikat. ($i = 1,2$)

Dasar pengambilan keputusannya adalah sebagai berikut :



- 1) Apabila Sig (1-tailed) $< 0,05$ maka hal ini menunjukkan bahwa variabel terbukti berpengaruh variabel independen terhadap variabel dependen
- 2) Apabila Sig (1-tailed) $> 0,05$ maka hal ini menunjukkan bahwa variabel tidak terbukti berpengaruh variabel independen terhadap variabel dependen.

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

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian

2. Uji Koefisien Determinasi

Koefisien determinasi (R^2) menurut Ghozali (2018: 97), bertujuan untuk mengukur seberapa jauh kemampuan model dalam menerangkan variasi variabel dependen. Nilai koefisien determinasi adalah antara nol dan satu. Jika nilai R^2 mendekati nol berarti kemampuan variabel independen dalam menjelaskan variabel dependen sangat terbatas. Nilai R^2 mendekati angka satu, maka menunjukkan kekuatan kemampuan variabel independen dalam menjelaskan 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.