



## BAB III

### METODE PENELITIAN

#### © Hak cipta milik IBIKKG

Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie

Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie

#### A. Objek Penelitian

Pada penelitian kali ini yang menjadi objek penelitian adalah Kopi Kenangan, Sedangkan subjek dari penelitian ini adalah pelanggan yang mengkonsumsi Kopi Kenangan di daerah Jakarta Utara. Penelitian ini dilakukan dengan cara penyebaran kuisioner di daerah Jakarta Utara.

#### B. Desain Penelitian

Menurut Cooper dan Schindler (2014 : 126-128), desain penelitian yang akan digunakan penulis akan ditinjau dari delapan perspektif, yaitu :

##### 1. Derajat Kristalisasi Pertanyaan Riset.

Berdasarkan tingkat perumusan masalah, studi yang digunakan berkaitan dengan penelitian ini adalah studi formal. Studi formal dimulai dengan suatu hipotesis atau pertanyaan penelitian dan mencakup prosedur-prosedur yang cermat dan spesifikasi mengenai sumber data. Tujuan dari studi ini adalah menguji hipotesis atau menjawab pertanyaan-pertanyaan penelitian yang diajukan.

##### 2. Metode Pengumpulan data.

Penelitian ini menggunakan metode kuisioner, dengan mengajukan pertanyaan-pertanyaan kepada subjek penelitian berkaitan dengan variabel-variabel dalam penelitian yaitu kualitas produk, kualitas pelayanan, persepsi harga dan kepuasan pelanggan.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

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



3. Pengendalian variabel-variabel oleh peneliti.

Ⓒ Penelitian ini merupakan penelitian *expost facto*, dimana peneliti tidak mempunyai kontrol dalam terhadap variabel untuk memanipulasinya.

4. Tujuan penelitian.

Penelitian ini menggunakan metode kasual atau metode sebab akibat dimana penelitian ini bertujuan untuk menemukan hubungan antar variabel yang terdapat dalam penelitian ini :

- Pengaruh Kualitas produk terhadap Kepuasan Pelanggan pada Kopi Kenangan.
- Pengaruh Kualitas pelayanan terhadap Kepuasan Pelanggan pada Kopi Kenangan.
- Pengaruh persepsi harga terhadap Kepuasan Pelanggan pada Kopi Kenangan.

5. Dimensi waktu.

Penelitian ini merupakan penelitian studi *cross sectional*, karena hanya dilakukan satu kali dan mencerminkan gambaran dari suatu keadaan pada satu saat tertentu.

6. Ruang lingkup topik bahasan.

Penelitian ini merupakan desain studi statistik, karena bertujuan untuk mengetahuiciri-ciri populasi melalui penarikan kesimpulan berdasarkan ciri-ciri sampel.

7. Lingkungan riset.

Penelitian ini tergolong dalam penelitian lapangan, karena data-data diambil langsung di lapangan dengan menyebarkan kuesioner, khususnya di wilayah Jakarta Utara.

8. Persepsi harga.

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.



Hasil penelitian ini tergantung dari kesadaran dan persepsi subjek penelitian

pada saat mengisi kuesioner dan dapat mempengaruhi jawaban-jawaban yang dapat mempengaruhi hasil penelitian. Persepsi subjek yang baik adalah persepsi yang nyata dan tidak terdapat penyimpangan.

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

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

### C. Variabel Penelitian

#### 1. Variabel Bebas (X)

Menurut Sudaryono (2018 : 162) variabel bebas adalah variabel yang menjadi sebab perubahannya atau timbulnya variabel dependen (terikat). Variabel bebas dalam penelitian ini adalah kualitas produk, kualitas pelayanan, dan harga.

##### a. Kualitas Produk (X<sub>1</sub>).

Kualitas produk adalah kemampuan suatu barang yang di tawarkan kepada pelanggan untuk memuaskan keinginan pelanggan. Menurut Kotler dan Keller (206 : 393), kualitas produk memiliki beberapa dimensi, yaitu :

**Tabel 3.1**  
**Operasionalisasi Variabel Kualitas Produk**

Variabel	Dimensi	Indikator	Skala
Kualitas Produk	Bentuk	a. minuman kopi kenangan memiliki ukuran gelas yang sesuai dengan yang kita ingin order.	Interval
	Fitur	a. Kopi kenangan memberikan promo minuman yang menarik.	Interval
	Kualitas Kinerja	a. minuman Kopi kenangan memiliki	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 mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.



**© 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.

		kualitas produk sesuai dengan kualitas.	
	Kesesuaian Kualitas	a. Menurut saya minuman kopi pada Kopi kenangan memiliki kualitas yang baik.  b. Kopi Kenangan selalu memperhatikan standart kualitas produknya.	Interval
	Daya Tahan	a. minuman kopi pada Kopi kenangan dapat bertahan cukup lama	Interval
	Kehandalan	a. Kopi kenangan terkenal dengan cita rasa kopi yang cukup strong dan pekat.	Interval
	Perbaikan	a. Kopi kenangan bertanggung jawab atas kesalahan yang mereka lakukan, demi kenyamanan pelanggan.	Interval
	Gaya	a. kemasan kopi kenangan mudah dikenali pembeli.  b. kopi kenangan memiliki kemasan yang unik	Interval
	Kostumisasi	a. Kopi kenangan juga selalu meng-update	Interval



		menu minuman sesuai dengan tren sekarang.	
--	--	---	--

Sumber : Diadopsi dari Kotler dan Keller (2016 : 393)

b. Kualitas Pelayanan (X2).

Menurut Parasuraman (2018 : 79) kualitas pelayanan evaluasi terfokus yang mencerminkan persepsi pelanggan tentang keandalan, jaminan, daya tanggap, empati, dan berwujud. Menurut Parasuraman (2018:87) menjelaskan dimensi kualitas pelayanan meliputi lima faktor utama yaitu :

**Tabel 3.2**  
**Operasionalisasi Variabel Kualitas Pelayanan**

Variabel	Dimensi	Indikator	Skala
Kualitas Pelayanan	Reliability	a. kehandalan pelayanan yang diberikan oleh Kopi Kenangan. b. memberikan tanggapan kepada pelanggan dengan baik dan ramah.	Interval
	Responsiveness	a. Respon yang cepat dan tanggap terhadap pelayanan yang di berikan oleh kopi kenangan. b. selalu menerima permintaan pelanggan saat hendak memesan kopi.	Interval
	Assurance	a. Karyawan kopi kenangan memiliki pengetahuan	Interval

© 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.



**© 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.

		<p>untuk menjawab pertanyaan pelanggan,</p> <p>b. karyawan dapat mampu menanam kepercayaan kepada pelanggan,</p> <p>c. pelayanan kopi kenangan membuat pelanggan merasa nyaman dan aman dalam berinteraksi,</p>	
	Empaty	<p>a. Memberikan perhatian secara individual kepada pelanggan,</p> <p>b. karyawan kopi kenangan selalu Mengutamakan kepentingan yang terbaik untuk pelanggan,</p>	Interval
	Tangibles	<p>a. Karyawan kopi kenangan memiliki penampilan yang bersih dan menarik,</p> <p>b. kebersihan fasilitas yang di utamakan oleh kopi kenangan,</p>	Interval

*Sumber : Diadopsi dari Parasuraman (2018:87).*

c. Persepsi Harga (X3).

Menurut Tjiptono (2017:289), harga merupakan satuan moneter atau ukuran lainnya (termasuk barang dan jasa lainnya) yang ditukarkan agar memperoleh hak kepemilikan atau penggunaan suatu barang atau jasa. Dari penelitian diatas

menyatakan ada 5 indikator yang dapat dijadikan pengukuran terhadap persepsi harga, yaitu :

**Tabel 3.3**  
**Operasionalisasi Variabel Persepsi Harga**

Variabel	Dimensi	Indikator	Skala
Persepsi Harga	Daya Beli	a. kopi kenangan mudah ditemui dan memiliki harga yang relevan,	Interval
	Kemampuan untuk membeli	a. harga Kopi kenangan mudah dijangkau. b. Harga kopi kenangan sesuai dengan produk yang ditawarkan,	Interval
	Gaya Hidup	a. Kopi kenangan adalah salah satu minuman yang harus di konsumsi dalam keseharian,	Interval
	Manfaat Produk	a. setelah mengkonsumsi kopi kenangan dapat mengatasi kelelahan, meningkatkan energi dan mood,	Interval
	Harga Produk	a. harga sesuai dengan produk yang ditawarkan,	Interval

*Sumber : Diadopsi dari Tjiptono (2017:289).*

**© 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.



## 2. Variabel Terikat (Y)

Menurut Sudaryono (2018:63), variabel terikat adalah variabel yang dipengaruhi atau menjadi akibat karena adanya variabel lain (variabel bebas). Variabel terikat dalam penelitian ini adalah kepuasan pelanggan.

### a. Kepuasan Pelanggan.

Menurut Kotler dan Keller (2016 : 153), kepuasan adalah perasaan senang atau kecewa seseorang yang timbul karena membandingkan kinerja yang dipersepsikan produk ( atau hasil ) terhadap ekspektasi mereka. Apabila kinerja gagal memenuhi ekspektasi, pelanggan akan tidak puas. Jika kinerja sesuai dengan ekspektasi, pelanggan akan puas. Selain itu, apabila kinerja melebihi ekspektasi, pelanggan akan sangat puas atau senang. Menurut Kotler dan Keller (2018:140) menjelaskan bahwa dimensi kepuasan pelanggan sebagai berikut :

**Tabel 3.4**  
**Operasionalisasi Variabel Kepuasan Pelanggan**

Variabel	Dimensi	Indikator	Skala
Kepuasan Pelanggan	Tetap setia	a. saya akan membeli kembali produk kopi kenangan.	Interval
	Merekomendasikan produk	a. saya akan merekomendasikan ke orang lain untuk membeli produk kopi kenangan. b. saya akan membujuk orang lain untuk membeli kopi kenangan.	Interval

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.



	Bersedia membayar lebih	a. saya akan membayar lebih untuk membeli kopi kenangan.	Interval
	Memberi masukan	a. saya akan memberikan masukan kepada kopi kenangan jika adanya masalah terhadap produknya.	Interval

Sumber : Diadopsi dari Kotler dan Keller (2018:40).

#### D. Teknik Pengambilan Sampel

Teknik pengambilan sampel yang digunakan adalah dengan pengambilan sampel non-probabilitas (non-Probability sampling). Menurut Sekaran dan Bougie (2017 : 170), menyatakan bahwa kuisisioner adalah daftar pertanyaan tertulis yang telah dirumuskan sebelumnya dimana responden akan mencatat jawaban mereka, biasanya dalam alternative yang didefinisikan dengan jelas. Dalam Sekaran dan Bougie (2016 : 67), pendekatan yang digunakan adalah teknik purposive sampling.

Purposive sampling adalah teknik pengambilan sampel sumber data dengan pertimbangan tertentu. Responden yang dipilih adalah pelanggan yang pernah melakukan pembelian produk kopi kenangan lebih dari kali dalam sebulan di daerah Jakarta Utara dengan menyebarkan kuisisioner sebanyak 175 responden. Menurut Joseph F Hair (2018 : 176), Untuk penentuan besarnya sampel digunakan rumus Hair, et al. rumus ini digunakan untuk mengetahui populasi yang belum diketahui dengan rumus sebagai berikut :

$$\begin{aligned} \text{Jumlah responden} &= 5 \times 33 \text{ indikator} \\ &= 165 \text{ responden.} \end{aligned}$$



## E. Teknik Pengumpulan Data

- © Hak cipta milik IBI KKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)
1. Teknik pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini adalah dengan menyebarkan kuisioner kepada responden untuk memperoleh data primer. Pertanyaan dalam kuisioner yaitu memberikan tanggapan yang terbatas pada jawaban yang sudah ditentukan, Sehingga data yang didapat akan relevan yang sesuai dengan penelitian.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

## F. Teknik Analisis Data

Kuisioner yang telah disebar, data yang nanti akan didapat harus diolah dalam penelitian ini, data tersebut diolah dengan menggunakan Software SPSS 25. Berikut Teknik analisis data yang digunakan untuk mengelola data-data dalam penelitian ini.

### 1. Evaluasi Model Pengukuran (Outer Model)

Evaluasi model pengukuran atau outer model dilakukan untuk menilai reliabilitas dan validitas dari indikator-indikator pembentuk variabel laten (Latan dan Ghozali, 2017:85).

#### a. Uji Validitas

Uji validitas menurut Ghozali (2016:52) digunakan untuk mengukur sah atau valid tidaknya suatu kuesioner dan suatu kuesioner dikatakan valid jika pertanyaan pada kuesioner mampu untuk mengungkapkan sesuatu yang akan diukur oleh kuesioner tersebut. Rumus yang digunakan dalam penelitian ini untuk mengukur validitas adalah rumus korelasi Pearson product moment sebagai berikut:

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.



© 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.

$$r_{xy} = \frac{N \sum XY - (\sum X \sum Y)}{\sqrt{[N \sum x^2 - (\sum x)^2][N \sum Y^2 - (\sum Y)^2]}}$$

Keterangan:

- r = Korelasi product moment  
n = Jumlah responden  
X = Nilai pertanyaan / item  
Y = Skor total responden  
 $\sum X$  = jumlah skor item  
 $\sum Y$  = jumlah skor total  
 $\sum X^2$  = jumlah skor kuadrat nilai X  
 $\sum Y^2$  = jumlah skor kuadrat nilai Y

Pengukuran yang digunakan dalam penelitian ini untuk mengukur validitas dilakukan dengan menggunakan korelasi *pearson product moment*.

Kriteria untuk menentukan valid atau tidaknya sebagai berikut :

- a) Jika r hitung positif dan r hitung > r tabel, maka variabel tersebut valid.
- b) Jika r hitung negatif dan r hitung < r tabel, maka variabel tersebut tidak valid.

Pernyataan dikatakan valid apabila nilai Corrected Item-Total Correlation > 0,329. Proses perhitungan data tersebut yang sudah ada akan dilakukan dengan menggunakan program SPSS 25 agar cepat dalam proses penyelesaiannya.



b. Uji Reabilitas

Menurut Ghazali (2016 : 47), reliabilitas adalah alat untuk mengukur suatu kuesioner yang merupakan indikator dari variabel atau konstruk. Suatu kuesioner dikatakan reliabel atau handal jika jawaban seseorang terhadap pernyataan adalah konsisten atau stabil dari waktu ke waktu. Dengan kata lain, reliabilitas suatu ukuran merupakan indikator stabilitas dan konsistensi di mana instrumen tersebut mengukur konsep serta menilai “kesesuaian” suatu ukuran. Alat untuk mengukur reliabilitas adalah Cronbach’s Alpha. Suatu variabel dikatakan reliabel jika memberikan nilai Cronbach’s Alpha > 0,70. Rumus dari Cronbach’s Alpha adalah sebagai berikut:

$$r_{11} = \left( \frac{K}{K-1} \right) \left( \frac{1 - \sum \alpha b^2}{\sigma^2} \right)$$

Keterangan :

$r_{11}$  = reliabilitas instrumen

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

k = jumlah butir pernyataan

$\sigma^2$  = 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

2. Analisis Deskriptif

Analisis deskriptif menurut Ghazali (2016:19), digunakan untuk memberikan gambaran atau deskripsi yang dilihat dari nilai rata-rata (mean), standar deviasi, varian, maksimum, minimum, sum, range, kurtosis, dan skewness (kemencengan distribusi). Dalam penelitian ini, analisis deskriptif yang digunakan adalah sebagai berikut :

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. Analisis Presentase

Analisis persentase digunakan untuk mengetahui jawaban terbanyak dalam bentuk persentase dan rumus yang digunakan adalah sebagai berikut :

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

Keterangan:

P = Persentase dari responden yang memiliki kategori tertentu

$fi$  = Jumlah responden yang menjawab satu jenis pertanyaan

$\sum fi$  = Jumlah total responden

b. Rata – rata Hitung (mean)

Rata-rata hitung adalah penjumlahan nilai-nilai pengamatan dalam suatu distribusi yang dibagi oleh jumlah pengamatan. Rumus yang digunakan adalah :

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

Keterangan:

$x$  = rata-rata hitung (mean)

$xi$  = nilai sampel ke-i

$n$  = jumlah sampel

© 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.



c. Rata-rata Tertimbang

Rumus yang digunakan dalam rata-rata tertimbang adalah :

$$\bar{X} = \frac{\sum f_i \cdot X_i}{n}$$

Keterangan:

$x$  = skor rata-rata tertimbang

$f_i$  = frekuensi

$x_i$  = bobot nilai

$\sum f_i$  = jumlah responden

d. Rentang Skala

Setelah nilai rata-rata diperoleh, maka selanjutnya digambarkan rentang skala untuk menentukan posisi responden dengan menggunakan nilai skor setiap variabel. Oleh karena itu, perlu dihitung rumus rentang skala sebagai berikut:

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

Keterangan:

$Rs$  = rentang skala

$m$  = skor tertinggi pada skala

$n$  = skor terendah pada skala

$b$  = jumlah kelas atau kategori

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

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

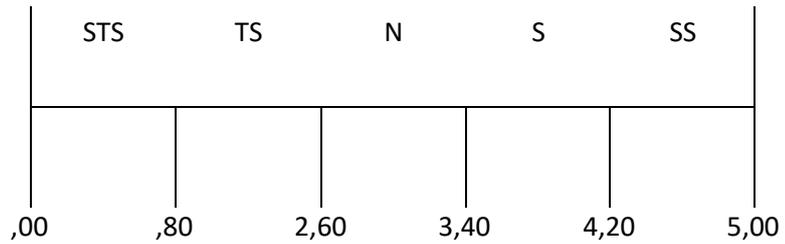
Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie

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



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.



Keterangan:

,00 – ,80 = Sangat Tidak Setuju (STS)

,8 – 2,60 = Tidak Setuju (TS)

2,6 – 3,40 = Netral (N)

3,4 – 4,20 = Setuju (S)

4,2 – 5,00 = Sangat Setuju (SS)

### 3. Skala Likret

Menurut Sekaran dan Bougie (2016:30), skala likert digunakan untuk menelaah seberapa kuat subjek setuju atau tidak setuju dengan pernyataan pada skala lima titik. Setiap respon diberikan skor numerik untuk menyatakan tingkat dukungan sikap dan skor tersebut dan juga memungkinkan untuk menghitung total atau penjumlahan nilai untuk setiap responden dengan menjumlahkan antarpoin.

**Tabel 3.5**  
**Skala Likret**

Skala Peringkat	Skala
Sangat Tidak Setuju	1
Tidak Setuju	2



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.

Netral	3
Setuju	4
Sangat Setuju	5

Sumber : Metode Penelitian untuk Bisnis (207).

Untuk menghitung skala penilaian, digunakan rentang skala yaitu sebagai berikut:

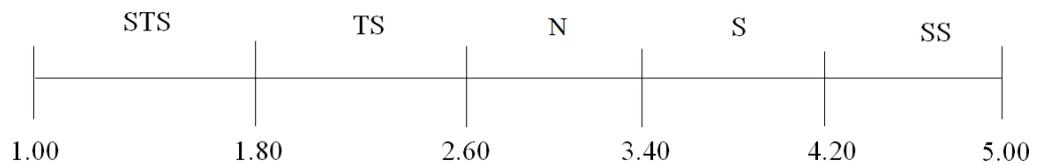
$$Skala = \frac{skor\ tertinggi - skor\ terendah}{banyaknya\ kelas}$$

Skor penilaian tertinggi adalah 5 dan terendah adalah sehingga rentang skala yang diperoleh adalah:

$$Skala = \frac{5 - 1}{1} = 0.8$$

**Gambar 3.1**

**Rentang Skala Likret**



Sumber: Metode Penelitian untuk Bisnis (2017)

Keterangan:

- |             |                       |             |                 |
|-------------|-----------------------|-------------|-----------------|
| 1.00 – 1.80 | = Sangat Tidak Setuju | 3.4– 4.20   | = Setuju        |
| 1.81 – 2.60 | = Tidak Setuju        | 4.21 – 5.00 | = Sangat Setuju |
| 2.61 – 3.40 | = Netral              |             |                 |



#### 4. Uji Asumsi Klasik

Pengujian asumsi klasik ini bertujuan untuk mengetahui dan menguji kelayakan atas model regresi yang digunakan dalam penelitian ini. Pengujian ini juga dimaksudkan untuk memastikan bahwa di dalam model regresi yang digunakan tidak terdapat heteroskedastisitas, tidak terdapat autokorelasi, tidak terdapat multikolinearitas serta untuk memastikan bahwa data yang dihasilkan berdistribusi normal.

##### a. Uji Normalitas

Ghozali (2016:54) menjelaskan bahwa uji normalitas bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi, variabel pengganggu atau residual memiliki distribusi normal. Model regresi yang baik adalah model yang memiliki residual yang berdistribusi normal. Salah satu cara untuk mendeteksi apakah residual berdistribusi normal atau tidak adalah dengan uji statistik non-parametik Kolmogorov-Smirnov(K-S) dengan bantuan aplikasi SPSS 25. Dasar pengambilan keputusan untuk uji normalitas adalah:

1. Jika nilai Asymp. Sig (2-tailed)  $\geq \alpha$  (0,05) berarti data memiliki nilai residual berdistribusi normal.
2. Jika nilai Asymp. Sig (2-tailed)  $< \alpha$  (0,05) berarti data tidak memiliki nilai residual berdistribusi normal.

Uji tersebut dilakukan dengan membuat hipotesis :

$H_0$  : data residual berdistribusi normal.

$H_a$  : data residual tidak berdistribusi normal.

© 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.



b. Uji Heteroskedastisitas

Ghozali (2016:134) menjelaskan bahwa uji heteroskedastisitas bertujuan menguji apakah dalam model regresi terjadi ketidaksamaan varian dari residual satu pengamatan ke pengamatan yang lain. Jika varian dari residual satu pengamat ke pengamatan yang lain tetap maka disebut homoskedastisitas. Untuk mengetahui adanya heteroskedastisitas, penelitian ini menggunakan uji Glesjer. Dasar pengambilan keputusannya adalah:

- 1) Jika nilai sig  $> 0,05$  maka tidak terjadi heteroskedastisitas.
- 2) Jika nilai sig  $\leq 0,05$  maka terjadi heteroskedastisitas.

c. Uji Multikolinearitas

Uji multikolinearitas bertujuan untuk menguji apakah pada model regresi ditemukan adanya korelasi antar variabel bebas (variabel independen) (Ghozali, 2016:103). Model regresi yang baik seharusnya tidak terjadi korelasi di antara variabel independen. Untuk mendeteksi ada tidaknya multikolinearitas di dalam model regresi dapat dilakukan dengan melihat nilai Tolerance dan VIF (Variance Inflation Factor). Kedua ukuran ini menunjukkan setiap variabel independen manakah yang dijelaskan oleh variabel independen lainnya. Tolerance mengukur variabel independen yang terpilih yang tidak dijelaskan oleh variabel independen lainnya. Dasar pengambilan keputusannya adalah:

- 1) Jika nilai tolerance  $\geq 0,10$  atau VIF  $< 10$ , maka tidak terdapat multikolinearitas.

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.





Kriteria yang digunakan untuk menentukan apakah model layak digunakan atau tidak adalah:

- 1) Taraf signifikansi / Sig. F ( $\alpha = 0,05$ ).
- 2) Jika nilai Sig. F  $> 0.05$  maka model tidak layak untuk digunakan dalam penelitian.
- 3) Jika nilai Sig. F  $< 0.05$  maka model layak untuk digunakan dalam penelitian.

b. Uji signifikan koefisien (Uji t)

Uji t menurut Ghozali (2016:97), digunakan untuk menunjukkan seberapa jauh pengaruh variabel independen secara individual dalam menjelaskan variabel dependen dengan hipotesis statistika sebagai berikut.

**Hipotesis Statistika**

$H_0 : \beta = 0$	$H_{02} : \beta_2 = 0$	$H_{03} : \beta_3 = 0$
$H_a : \beta > 0$	$H_{a2} : \beta_2 > 0$	$H_{a3} : \beta_3 > 0$

$H_0: \beta_{-3} = 0$ , artinya adalah variabel independen tidak berpengaruh positif terhadap variabel dependen.

$H_a: \beta_{-3} > 0$ , artinya adalah variabel independen berpengaruh positif terhadap variabel dependen.

Kriteria yang digunakan untuk menentukan apakah variabel independen signifikan atau tidak adalah sebagai berikut:

- 1) Taraf signifikansi / Sig. t ( $\alpha = 0.05$ )
- 2) Jika nilai Sig. t  $< \alpha$  (0.05) maka variabel independen berpengaruh

terhadap variabel dependen.

3) Jika nilai  $\text{Sig. } t > \alpha$  (0.05) maka variabel independen tidak berpengaruh terhadap variabel dependen.

c. Koefisien Determinasi ( $R^2$ )

Menurut Ghozali (2016:95), koefisien determinasi digunakan untuk mengukur seberapa jauh kemampuan model dalam menerangkan variasi variabel dependen. Nilai koefisien determinasi adalah antara nol dan satu. Nilai  $R^2$  yang kecil berarti kemampuan variabel independen terbatas untuk menjelaskan variabel dependen sedangkan nilai  $R^2$  yang mendekati satu berarti variabel independen mampu memberikan hampir semua informasi yang dibutuhkan untuk memprediksi 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 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.