



## BAB III

### METODE PENELITIAN



#### A. Objek Penelitian

Pada penelitian ini, yang menjadi objek penelitian adalah produk Kopi Kenangan. Sedangkan, subyek dalam penelitian ini adalah konsumen yang sudah pernah mengkonsumsi produk Kopi Kenangan Mall Kelapa Gading. Penelitian ini dilakukan dengan cara pengisian kuesioner secara online untuk para konsumen Kopi kenangan di Mall Kelapa Gading.

#### B. Desain Penelitian

Menurut Cooper dan Schindler (2017:146-152), setiap penelitian dihadapkan kepada desain spesifik seperti apa yang akan digunakan. Ada delapan klasifikasi desain penelitian, yaitu sebagai berikut:

##### 1. Tingkat Penyelesaian Pertanyaan Penelitian

Berdasarkan tingkat perumusan masalah, studi yang digunakan dalam penelitian ini adalah formal. Studi formal dimulai dengan hipotesis atau pertanyaan penelitian dan melibatkan prosedur yang tepat serta spesifikasi sumber data. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk menguji hipotesis dan menjawab semua pertanyaan penelitian yang diajukan.

##### 2. Metode Pengumpulan Data

Penelitian dilakukan dengan cara menyebarkan kuesioner yang berisi daftar pertanyaan kepada responden mengenai variabel dalam penelitian, kemudian mengumpulkan jawaban dari pertanyaan dalam kuesioner tersebut.

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. Kontrol Peneliti terhadap Variabel

Dalam penelitian ini, peneliti menggunakan desain *ex post facto* (*ex post facto design*) dimana peneliti tidak memiliki kontrol terhadap variabel, dalam arti peneliti tidak mampu memanipulasinya, peneliti hanya melaporkan peristiwa yang telah terjadi atau yang sedang terjadi.

### 4. Tujuan Studi

Penelitian ini memiliki tujuan kausal. Dalam studi kausal, peneliti berusaha untuk menjelaskan hubungan antar variabel, yaitu bagaimana pengaruh kualitas produk dan kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan kopi kenangan.

### 5. Dimensi Waktu

Dalam penelitian ini, peneliti menggunakan studi *cross-sectional*, dimana penelitian ini hanya dilakukan satu kali dan menyajikan potret suatu kejadian dalam satu waktu.

### 6. Cakupan Topik

Penelitian ini menggunakan desain studi statistik. Studi statistik didesain untuk cakupan yang lebih luas dan bukan untuk memperdalam.

### 7. Lingkungan Penelitian

Penelitian ini termasuk dalam penelitian lapangan karena data-data didapatkan secara langsung dengan menyebarkan kuesioner, serta objek dan subjek dalam penelitian ini berada dalam lingkungan nyata.

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



## 8. Kesadaran Persepsi Partisipan

Persepsi subjek berpengaruh pada proses penelitian dan merupakan hal yang penting dalam melakukan penelitian. Persepsi yang baik adalah persepsi yang nyata dan tidak terdapat penyimpangan di kehidupan sehari-hari.



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

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

### Variabel Penelitian

Berdasarkan batasan masalah yang akan diteliti, terdapat tiga variabel dalam penelitian ini yang akan digunakan sebagai bahan analisis, yaitu kualitas produk, kualitas layanan dan kepuasan pelanggan.

#### 1. Variabel Kualitas Produk

Tabel 3.1

Operasionalisasi Variabel Kualitas Produk

Variabel	Dimensi	Indikator	Skala
<b>Kualitas Produk Menurut Garvin</b>	<i>Features</i> (Fitur)	1. Kopi Kenangan memiliki banyak pilihan varian rasa. 2. Kopi Kenangan menyediakan bahan pelengkap (seperti gula aren, sultan boba, grass jelly, marie regal, oreo, dan coconut jelly)	Interval
	<i>Performance Quality</i> (Mutu Kinerja)	Kopi Kenangan dapat mempertahankan kualitas produknya.	Interval
	<i>Conformance Quality</i> (Mutu Kesesuaian)	1. Kopi Kenangan menyajikan kopi sesuai dengan kriteria yang di pesan. 2. Kopi Kenangan memiliki kualitas yang sesuai dengan yang ditawarkan.	Interval
	<i>Durability</i> (Daya Tahan)	Minuman Kopi Kenangan memiliki daya tahan cukup lama.	Interval

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



## 2. Variabel Kualitas Layanan

**Tabel 3.2**  
**Operasionalisasi Variabel Kualitas Layanan**

Variabel	Dimensi	Indikator	Skala
<b>Kualitas Layanan Menurut Zeithmal, Bitner, dan Gremler (2018:76)</b>	<i>Reliability</i> (keandalan)	1. Karyawan Kopi Kenangan memberikan layanan yang tepat waktu. 2. Karyawan Kopi Kenangan bersikap ramah kepada pelanggan. 3. Karyawan Kopi Kenangan dapat menangani masalah pelanggan. 4. Karyawan Kopi Kenangan dapat menjawab pertanyaan dari pelanggan. 5. Karyawan Kopi Kenangan teliti dalam melayani pelanggan.	Interval
	Responsiveness (Ketanggapan)	1. Karyawan Kopi Kenangan sigap dalam melayani pelanggan saat dibutuhkan. 2. Karyawan Kopi Kenangan menanggapi permintaan kebutuhan dari pelanggan.	Interval
	<i>Assurance</i> (Jaminan)	1. Karyawan Kopi Kenangan dapat dipercaya dalam melayani pelanggan. 2. Karyawan Kopi Kenangan bersikap sopan kepada pelanggan.	Interval
	<i>Empathy</i> (Empati)	1. Karyawan Kopi Kenangan bersedia menerima kritik dan saran dari pelanggan. 2. Karyawan Kopi Kenangan dapat memahami kebutuhan pelanggan.	Interval
	<i>Tangibles</i> (Bukti Fisik)	1. Karyawan Kopi Kenangan menjaga kebersihan peralatan. 2. Fasilitas yang tersedia di kedai Kopi Kenangan cukup menarik. 3. Karyawan Kopi Kenangan selalu berpenampilan rapi dan menarik.	Interval

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

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

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



### 3. Variabel Kepuasan Pelanggan

**Tabel 3.3**  
**Operasionalisasi Variabel Kepuasan Pelanggan**

Variabel	Dimensi	Indikator	Skala
<b>Kepuasan Pelanggan menurut Kotler dan Keller (2016:155)</b>	Tetap setia	Saya merasa puas dengan produk Kopi Kenangan dan akan kembali membeli produk Kopi Kenangan.	Interval
	Membeli Lebih Banyak Produk baru	Saya membeli produk terbaru dari Kopi Kenangan.	Interval
	Berbicara Dengan Baik Mengenai Produk	Saya berbicara hal yang baik mengenai Kedai Kopi Kenangan dan produknya.	Interval
	Tidak Sensitif terhadap Harga	Saya akan membeli Kopi Kenangan meskipun mengetahui jika harga Kopi Kenangan lebih tinggi dibanding produk kopi lain.	Interval
	Memberikan Masukan ke Perusahaan	Saya memberikan saran kepada Kopi Kenangan untuk meningkatkan kualitas produk dan layanan.	Interval

#### D. Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data menggunakan teknik komunikasi dengan menyebarkan kuesioner dalam bentuk Google Forms kepada responden berupa pertanyaan mengenai kualitas produk, kualitas layanan, dan kepuasan pelanggan.

Berdasarkan daftar pertanyaan pada kuesioner yang dibuat oleh peneliti, untuk menentukan penilaian skor atas jawaban yang diberikan oleh responden, peneliti menetapkan nilai masing-masing jawaban yang diperoleh berdasarkan skala likert. Skala likert digunakan untuk mengukur sikap, pendapat, dan persepsi seseorang atau sekelompok orang tentang fenomena sosial. Pada penelitian ini menggunakan tingkat kesetujuan skala

© 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.

Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie



Likert yaitu STS = Sangat Tidak Setuju, TS = Tidak Setuju, N = Netral, S = Setuju, dan SS Sangat Setuju. Kemudian setiap tingkat jawaban diberi skor dari 1 sampai 5.

## E. Teknik Pengambilan Sampel

Teknik pengambilan sampel yang digunakan dalam penelitian ini adalah menggunakan metode *non probability sampling*. Pendekatan yang digunakan adalah *judgement sampling*, yaitu pengambilan sampel yang berdasarkan kriteria atau atas pertimbangan tertentu. Dalam hal ini responden yang dipilih yaitu orang-orang yang mengkonsumsi produk Kopi Kenangan di Mall Kelapa Gading dengan jumlah responden sebanyak 135 responden.

Menurut Hair *et al* (2019:133), ada pedoman yang didasarkan pada ukuran absolut dataset, rasio kasus terhadap variabel, dan “kekuatan” hasil analisis faktor. Dalam hal ukuran absolut, peneliti umumnya tidak akan menganalisis faktor sampel kurang dari 50 pengamatan, dan sebaiknya ukuran sampel harus 100 ataupun lebih besar. Para peneliti telah menyarankan sampel yang jauh lebih besar (200 dan lebih besar) karena jumlah variabel dan jumlah faktor yang diharapkan meningkat. Dalam hal rasio pengamatan minimal 5 kali lebih banyak dari jumlah variabel yang akan dianalisis, dan ukuran sampel yang lebih bisa diterima akan mempunyai rasio 10:1. Dalam penelitian ini, terdapat 15 item pernyataan maka, jumlah sampel minimum yang diperlukan sebagaimana yang didasarkan pada perhitungan yakni  $15 \times 5 = 75$  responden, Namun pada pengamatan ini responden tersebut ditambah sebanyak 25 agar sesuai dengan ukuran sampel yang baik yaitu sebanyak 100 responden, sehingga dapat dikatakan akan lebih baik dibandingkan hanya 75 responden.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

Hak Cipta milik IBI IKKG (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.



## F. Teknik Analisis Data

Ⓒ Pengolahan data analisis data menggunakan media pengolahan data penelitian yaitu *Statistical product & Services Solution* (SPSS) dengan penggunaan perangkat lunak *IBM SPSS Statistics 25 Program SPSS* yang merupakan program pengolahan statistik paling umum digunakan dalam penelitian, yang menggunakan data kuantitatif atau data kualitatif yang di kuantitatifkan. Teknik analisis data yang digunakan dalam penelitian ini antara lain:

### 1) Uji Kuesioner

#### a. Uji Validitas

Menurut Husein Umar (2019:63), uji validitas digunakan untuk mengetahui apakah ada pertanyaan atau pernyataan pada kuesioner yang harus dihapus atau diganti karena tidak mengukur yang hendak diukur.

Dalam pengambilan uji validitas ini, peneliti membandingkan nilai korelasi hasil hitung (*Corrected Item total Correlation*) dengan korelasi dari tabel Korelasi *Product Moment* dengan  $r_{\text{tabel}}$  sebesar 0,361 ( $n=30$ ,  $\alpha = 5\%$ ). Rumus korelasi product moment sebagai berikut:

$$r = \frac{n(\sum XY) - (\sum X \sum Y)}{\sqrt{[n\sum X^2 - (\sum X)^2][n\sum Y^2 - (\sum Y)^2]}}$$

Keterangan :

r = korelasi

X = skor setiap pernyataan

Y = skor total

n = jumlah responden

#### b. Uji Reliabilitas

Menurut Husein Umar (2019:68), mengatakan uji reliabilitas berguna untuk menetapkan apakah instrumen kuesioner dinyatakan reliabel, yaitu dapat



digunakan secara konsisten. Suatu variabel dikatakan reliable jika memiliki nilai reliabilitas  $> 0,7$ . Uji reliabilitas dapat menggunakan rumus Cronbach's Alpha sebagai berikut:

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

Keterangan:

$r_{11}$  = reliabilitas instrumen

$k$  = banyak butir pertanyaan

$\sigma_t^2$  = varian total

$\sum \sigma_{b^2}$  = jumlah varians butir.

## 2 Analisis Deskriptif

Menurut Husein Umar (2019:90), mengatakan analisis deskriptif bertujuan untuk memberikan gambaran data dan variabel-variabel penelitian sehingga lebih mudah untuk dideskripsikan. Berikut analisa deskriptif yang digunakan, antara lain:

### a. Rata-rata (*Mean*)

Rata-rata adalah sejumlah nilai yang dibagi dengan total dari jumlah pengamat.

Rumus rata-rata adalah sebagai berikut :

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

Keterangan:

$X$  = skor rata-rata

$fi$  = frekuensi pemilihan nilai

$xi$  = data

$n$  = jumlah responden

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. Confidence Interval

Selang kepercayaan digunakan untuk mengetahui perkiraan rentang nilai yang mencakup nilai parameter populasi sebenarnya. Rumus *confidence interval* sebagai berikut:

$$CI = \bar{x} \pm Z \frac{S}{\sqrt{n}}$$

Keterangan:

CI = *Confidence Interval*

$\bar{x}$  = *Sample Mean*

z = *Confidence Level Value*

s = *Sample Standard Deviation*

n = *Sample Size*

## c. Rentang Skala

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

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

Keterangan:

RS = rentang skala penilaian

m = skor tertinggi pada skala

n = skor terendah pada skala

b = jumlah kelas atau kategori yang dibuat

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

© 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.

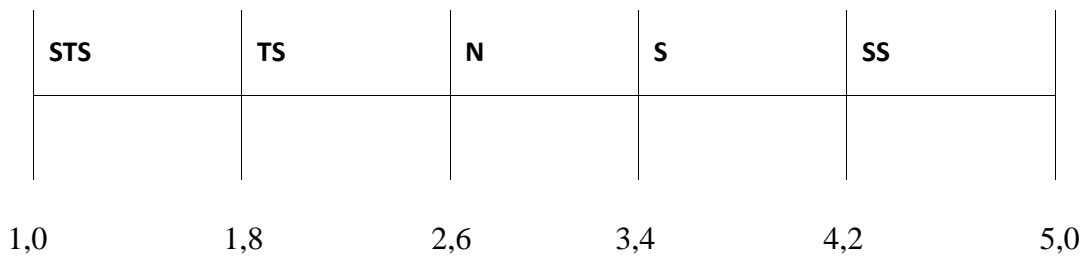


$$R_s = \frac{m - 1}{m}$$

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

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

**Gambar 3.1**  
**Rentang Skala**



Keterangan:

1,0 – 1,8 = Sangat Tidak Setuju (STS)

1,81 – 2,6 = Tidak Setuju (TS)

2,61 – 3,4 = Netral (N)

3,41 – 4,2 = Setuju (S)

4,21 – 5,0 = Sangat Setuju (SS)

### 3. Analisa Regresi

Menurut Imam Ghazali (2018:96), dalam analisis regresi digunakan untuk mengukur kekuatan hubungan antara dua variabel atau lebih, dan untuk menunjukkan arah hubungan antara variabel dependen dengan variabel independen.

$$y = \beta_0 + \beta_1 X_1 + \beta_2 X_2 + e$$

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:

Y = Kepuasan Pelanggan

$\beta_0$  = konstanta

$\beta_1$  = koefisien regresi variabel X1

$\beta_2$  = koefisien regresi variabel X2

e = Error

X1 = Kualitas Produk

X2 = Kualitas Layanan

### a. Uji Asumsi Klasik

#### (1) Uji Normalitas

Uji normalitas berguna untuk melihat apakah nilai residual atau gap antara data hasl dan data hasil ramalan terdistribusi normal atau tidak (Husein Umar, 2019:75).

Uji normalitas yang dilakukan di dalam penelitian adalah menggunakan uji *statistic non-parametik Kolmogorov-Smirnov* (K-S) yang dinyatakan dalam *Asymp.Sig* (2-tailed) dengan hipotesis:

Ho: Data residual berdistribusi normal

Ha: Data residual tidak berdistribusi normal

Hasil analisis ini kemudian dibandingkan dengan nilai kritisnya.

Terdapat pedoman pengambilan keputusan, yaitu:

(1) Jika angka signifikan (Sig)  $> \alpha = 0,05$  maka data berdistribusi normal.

(2) Jika angka signifikan (Sig)  $< \alpha = 0,05$  maka data 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 mengumumkan 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.

## (2) Uji Multikolinearitas

Menurut Imam Ghozali (2018:107), uji multikolinearitas bertujuan untuk menguji apakah model regresi ditemukan adanya korelasi antara variabel independen. Jika variabel independen saling berkorelasi, maka variabel-variabel ini tidak ortogonal. Variabel ortogonal adalah variabel independen yang nilai korelasi antar sesama variabel independen sama dengan nol. Pertimbangan utama untuk pengambilan keputusan adalah :

- (1) Jika nilai  $VIF < 10$  dan  $Tolerance > 0,1$ , maka tidak terjadi atau terbebas dari multikolinearitas
- (2) Jika nilai  $VIF > 10$  dan  $Tolerance < 0,1$ , maka akan terjadi atau tidak terbebas dari multikolinearitas

## (3) Uji Heteroskedastisitas

Menurut Imam Ghozali (2018:137), uji Heteroskedastisitas bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi terjadi ketidaksamaan varian dari residual satu pengamatan ke pengamatan yang lain. Jika varian residual dari satu pengamatan ke pengamatan lain tetap, maka disebut homokedastisitas dan jika berbeda disebut heterokedastisitas. Uji heteroskedastisitas dalam penelitian ini menggunakan metode Spearman Rho

- (1) Jika nilai  $sig > 5\%$ , maka tidak terjadinya heteroskedastisitas
- (2) Jika nilai  $sig < 5\%$ , maka terjadinya heteroskedastisitas



## b. Uji Keberartian Model (Uji F)

Pada uji F dapat dilihat signifikansi model regresi, apakah model regresi penelitian tersebut layak atau tidak untuk digunakan. Dalam analisisnya menggunakan hipotesis statistik sebagai berikut:

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

$$H_a : \text{paling sedikit ada satu } \beta_i \neq 0$$

Kriteria utama untuk mengambil keputusan adalah :

- (1) Jika nilai  $\text{Sig} > \alpha$  (0,05) atau  $F_{\text{hitung}} < F_{\text{tabel}}$  maka tidak tolak  $H_0$  artinya model regresi tersebut tidak dapat digunakan
- (2) Jika nilai  $\text{Sig} < \alpha$  (0,05) atau  $F_{\text{hitung}} > F_{\text{tabel}}$  maka tolak  $H_0$  artinya model regresi tersebut dapat digunakan

## c. Uji Signifikan Koefisien (Uji t)

Menurut Imam Ghozali (2018:98), uji T pada dasarnya dilakukan untuk menunjukkan seberapa jauh pengaruh suatu variabel bebas atau independen secara individual dalam menerangkan variasi variabel dependennya. Hipotesis yang digunakan yaitu:

$$(1) H_0 : \beta_1 = 0$$

$$H_a : \beta_1 > 0$$

$$(2) H_0 : \beta_2 = 0$$

$$H_a : \beta_2 > 0$$

Dasar pengambil keputusan sebagai berikut :

- (1) Jika nilai  $\text{Sig} < \alpha$  (0,05) atau  $t_{\text{hitung}} > t_{\text{tabel}}$ , maka tolak  $H_0$  yang artinya variabel independen secara individual mempengaruhi variabel dependen.



- (2) Jika nilai  $\text{Sig} > \alpha (0,05)$  atau  $t_{\text{hitung}} < t_{\text{tabel}}$  maka tidak tolak  $H_0$  yang artinya variabel independen secara individual tidak mempengaruhi variabel dependen.

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

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

**Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian**

**d. Uji Koefisien Determinasi ( $R^2$ )**

Menurut Imam Ghozali (2018:97), koefisien determinasi ( $R^2$ ) pada intinya mengukur seberapa jauh kemampuan model dalam menerangkan variasi variabel dependen. Nilai dari koefisien determinasi selalu positif karena merupakan rasio dari jumlah kuadrat, yaitu bernilai antara 0 dan 1. Jika nilai  $R^2$  yang didapat bernilai negative, maka  $R^2$  tersebut akan dianggap bernilai 0.

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

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