



## BAB III

### METODE PENELITIAN

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

Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie

#### A. Obyek Penelitian

Objek penelitian menurut Umar (2019:49) ialah dapat berupa perusahaan, kelompok perusahaan, produk perusahaan, SDM perusahaan, dan sebagainya yang sedang mengalami masalah yang akan dibahas sampai tahap pengajuan solusi. Objek dari penelitian ini adalah Taco Bell di Jakarta. Variabel penelitian ini terdiri dari persepsi harga, citra merek dan minat beli.

#### B. Desain Penelitian

Desain penelitian berdasarkan Sekaran dan Bougie (2017:109) adalah rencana untuk mengumpulkan, mengukur dan menganalisa data dari pertanyaan yang ada. Dalam desain penelitian, terdapat beberapa persoalan terkait dengan keputusan yang berhubungan dengan:

##### 1. Tujuan Studi

Tujuan studi memiliki tiga sifat, yaitu deskriptif dan kausal. Dalam penelitian ini, peneliti menggunakan studi deksriptif dan kausal. Studi deskriptif ditujukan untuk menjelaskan karakteristik orang, kejadian, atau situasi. Pada studi kausal, peneliti ingin meneliti apakah satu variabel menyebabkan satu atau banyak faktor berubah.

##### 2. Tingkat Intervensi

Hal ini berkaitan langsung dengan apakah studi yang dilakukan merupakan korelasional atau kausal. Studi korelasional dilakukan dalam lingkungan alami dengan intervensi minimum dari peneliti dan arus kejadian normal. Sedangkan studi kausal dilakukan dengan memanipulasi variabel tertentu untuk

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.



mempelajari pengaruh dari manipulasi tersebut pada variabel terikat yang diteliti. Studi yang digunakan dalam penelitian ini adalah studi korelasional dengan intervensi peneliti yang bersifat minimum, yaitu pengumpulan data hanya dilakukan dengan penyebaran kuesioner.

### 3. Situasi Studi

Situasi studi dibagi menjadi dua jenis, yaitu situasi yang diatur dan tidak diatur. Dilihat dari tingkatan intervensi serta studi yang digunakan, maka peneliti menggunakan situasi tidak diatur (*noncontrived setting*) sehingga disebut studi lapangan (*field study*).

### 4. Strategi Penelitian

Peneliti menggunakan strategi penelitian dengan survei untuk mengumpulkan data dari orang-orang yang mendeskripsikan, membandingkan atau menjelaskan pengetahuan, sikap, dan perilaku mereka. Penelitian survei dilakukan dengan cara membagikan kuesioner secara *online* dalam bentuk *google form* dan disebarakan melalui media sosial.

### 5. Unit Analisis

Unit analisis berfokus kepada tingkat kesatuan data yang dikumpulkan dalam tahap analisis data selanjutnya. Unit analisis yang digunakan adalah individu. Hal ini dilakukan karena pengumpulan data dilakukan berdasarkan setiap individu yang berbeda.

### 6. Horizon Waktu

Horizon waktu studi terbagi menjadi dua jenis, yaitu studi *cross sectional* dan *longitudinal*. Studi longitudinal ialah sebuah studi yang mempelajari orang



atau fenomena pada lebih dari satu batas waktu dalam rangka menjawab pertanyaan penelitian.

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

Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie

**C. Variabel Penelitian**

Terdapat 2 jenis variabel dalam penelitian ini, variabel tersebut terdiri atas variabel bebas dan variabel terikat. Menurut Sekaran dan Bougie (2017:79), variabel bebas yaitu variabel yang mempengaruhi variabel terikat, baik secara positif atau negatif. Variabel bebas yang digunakan adalah persepsi harga dan citra merek. Sedangkan variabel terikat adalah minat beli. Terdapat dimensi atau indikator untuk setiap variabel yang akan dijabarkan seperti dibawah ini:

**1. Variabel Bebas**

**a. Persepsi Harga**

Pada Tabel 3.1 merupakan butir pernyataan dari variabel persepsi harga terhadap objek penelitian.

**Tabel 3. 1  
Operasionalisasi Variabel Persepsi Harga**

Vaiabel	Indikator	Pernyataan	Skala
Persepsi Harga	Keterjangkauan harga	Harga yang ditawarkan Taco Bell terbilang terjangkau oleh saya.	Interval (Likert)
	Konsistensi harga dan kualitas dari suatu produk	Harga yang ditawarkan Taco bell sesuai dengan kualitas.	
	Daya saing harga di pasar	Harga yang ditawarkan Taco Bell sangat kompetitif.	

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.



	Konsistensi harga dan manfaat	Harga yang ditawarkan Taco Bell sesuai dengan manfaat saya peroleh.	
--	-------------------------------	---------------------------------------------------------------------	--

Sumber : Kotler et. al. (2018)

**b. Variabel Citra Merek**

Pada Tabel 3.2 merupakan butir pernyataan dari variabel citra merek terhadap objek penelitian.

**Tabel 3. 2**  
**Operasionalisasi Variabel Citra Merek**

Variabel	Indikator	Pernyataan	Skala
Citra Merek	Keunggulan asosiasi merek	Taco Bell selalu menjadi pilihan utama saya ketika menginginkan makanan khas Mexico.	Interval (Likert)
	Kekuatan asosiasi merek	Merek Taco Bell sangat melekat di ingatan saya.	
	Keunikan asosiasi merek	Taco Bell adalah merek yang unik dan berbeda dari pesaing.	

Sumber : Keller dan Swaminathan (2020)

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

### a. Variabel Minat Beli

Pada Tabel 3.3 merupakan butir pernyataan dari variabel Minat Beli terhadap objek penelitian.

**Tabel 3.3**  
**Operasionalisasi Variabel Minat Beli**

Vaiabel	Indikator	Pernyataan	Skala
Minat Beli	Minat transaksional	Bila saya menginginkan makanan khas Mexico saya akan membeli di Taco Bell.	Interval (Likert)
	Minat referensial	Saya mereferensikan Taco Bell kepada orang lain yang akan membeli makanan khas Mexico.	
	Minat preferensial	Saya lebih suka pergi ke Taco Bell dibandingkan restoran makanan khas Mexico lainnya.	
	Minat eksploratif	Saya selalu berusaha mendapatkan informasi tentang produk makanan Mexico yang ditawarkan Taco Bell.	

Sumber : Ferdinand dalam Purbohastuti dan Hidayah (2020)

### D. Teknik Pengambilan Sampel

Penelitian ini menggunakan teknik *non probability sampling*, dimana bentuk *non probability sampling* yang digunakan dalam penelitian ini ialah metode *judgement sampling / purposive sampling*. Dalam Sugiyono (2007:68) *sampling purposive* adalah teknik penentuan sampel dengan pertimbangan tertentu. Kriteria untuk penelitian ini

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.

ditujukan bagi orang yang mengetahui merek Taco Bell. Menurut Hair et al (2019:132) dalam rasio pengamatan terhadap variabel, umumnya memiliki setidaknya lima kali lebih banyak daripada jumlah sampel yang akan dianalisis. Dalam penelitian, terdapat 11 item pertanyaan agar rekomendasi dari teori terpenuhi maka jumlah sampel adalah 5 kali jumlah pertanyaan atau sebanyak  $5 \times 11 = 55$  responden, dikarenakan minimal lima kali lebih banyak adalah 55 responden, maka pada penelitian ini respondennya sebanyak 121 orang.

### Teknik Pengumpulan Data

Pengumpulan data dalam penelitian ini dilakukan dengan menggunakan kuesioner yang pertanyaannya dikaitkan dengan persepsi harga, citra merek dan minat beli Taco Bell. Kuesioner akan dibuat melalui *Google forms* yang dengan jenis kuesioner yang akan dipakai adalah sebuah pertanyaan tertutup, disusun dengan skala Likert. Partisipan diminta untuk menjawab setiap pertanyaan. Setiap tanggapan akan diberikan skor yang mencerminkan tingkat persetujuan dan dapat dijumlahkan untuk mengukur pandangan partisipan yang dinilai dengan pembobotan pada Tabel 3.4 dibawah ini.

**Tabel 3. 4**  
**Pembobotan Skala Interval Kuesioner**

Keterangan	Bobot
Sangat tidak setuju	1
Tidak setuju	2
Kurang setuju	3
Setuju	4
Sangat Setuju	5



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.



Berdasarkan Tabel 3.4 di atas, maka dapat dilihat bahwa pernyataan diberikan dengan memberikan skor dari 1 hingga 5 dimana; 1 – sangat tidak setuju; 2 – tidak setuju; 3 – kurang setuju; 4 – setuju; dan 5 – sangat setuju.

## F. Teknik Analisis Data

Setelah terkumpulnya data, akan diperlukan sebuah pengolahan agar lebih mudah untuk menentukan hasil dari penelitian yang dilakukan. Bentuk teknik analisis yang diterapkan dalam penelitian ini adalah:

### 1. Uji Validitas dan Reliabilitas

#### a. Uji validitas

Menurut Sekaran dan Bougie (2017 : 35), Uji Validitas adalah uji tentang seberapa baik suatu instrumen yang dikembangkan mengukur konsep tertentu yang ingin diukur. Dengan kata lain, validitas terkait dengan apakah kita mengukur konsep yang tepat.

(1) Jika nilai  $r_{uji} > r_{tabel}$  dan bernilai positif, maka pertanyaan tersebut dinyatakan valid.

(2) Jika nilai  $r_{uji} < r_{tabel}$  dan bernilai negatif, maka pertanyaan tersebut dinyatakan tidak valid.

#### b. Uji realibilitas

Menurut Sekaran dan Bougie (2017:39), uji reliabilitas ialah suatu pengukuran menunjukkan sejauh mana pengukuran tersebut tanpa bias (tanpa kesalahan) dan karena itu menjamin konsistensi pengukuran di sepanjang waktu serta di berbagai poin pada di mana instrumen tersebut mengukur konsep serta menilai “kesesuaian” suatu ukuran. Dalam hal ini, apabila nilai

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.



Cronbach's Alpha yang dihasilkan haruslah sesuai dengan ketentuan yang telah diterapkan sebelumnya. Sebagai bentuk tafsiran yang telah ditentukan, apabila memiliki nilai Cronbach's Alpha > 0,6 maka akan dapat diartikan bahwa instrumen reliabel.

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

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

**2. Analisis deskriptif**

**a. Rata-rata hitung (*mean*)**

Setelah kuesioner dikumpulkan, maka dilakukan perhitungan untuk mengetahui tingkat rata-rata respon konsumen. Dalam analisis rata-rata, rumus yang digunakan untuk melakukan analisis adalah :

$$\bar{X} = \sum_{i=1}^k \frac{f_i \cdot x_i}{n}$$

Keterangan:

k = 1, 2, 3, dst

$\bar{X}$  = Skor rata-rata

$f_i$  = Frekuensi pemilihan nilai

$X_i$  = Data

n = Ukuran sampel

**b. Selang Kepercayaan (*Confidence Interval*)**

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

$$\bar{x} \pm t \frac{s}{\sqrt{n}}$$

Keterangan :

$\bar{x}$  = Rata-rata

t = Nilai t tabel

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.





s = Standar deviasi

n = *Sample Size*

### c. Rentang skala

Untuk mendapatkan hasil yang lebih rinci terhadap keputusan pembelian, maka dibuat rentang skala. Rentang skala digunakan untuk membentuk pengelompokan menentukan nilai skor rata-rata suatu variabel

$$I = \frac{X_{max} - X_{min}}{K}$$

Keterangan:

X<sub>max</sub> = Skor tertinggi

X<sub>min</sub> = Skor terendah

i = Interval

k = Banyaknya kategorisasi

Untuk mengetahui kategori dan batasan nilai pada rentang skala dapat dilihat pada Tabel 3.5 dibawah ini.

**Tabel 3. 5**  
**Kategori dan Batasan Nilai**

Kategori	Batasan
Sangat tidak setuju (STS)	$1,00 \leq X \leq 1,80$
Tidak setuju (TS)	$1,81 \leq X \leq 2,60$
Kurang setuju (CS)	$2,61 \leq X \leq 3,20$
Setuju (S)	$3,21 \leq X \leq 4,20$
Sangat setuju (SS)	$4,21 \leq X \leq 5,00$

Keterangan: X = Nilai rata-rata

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.

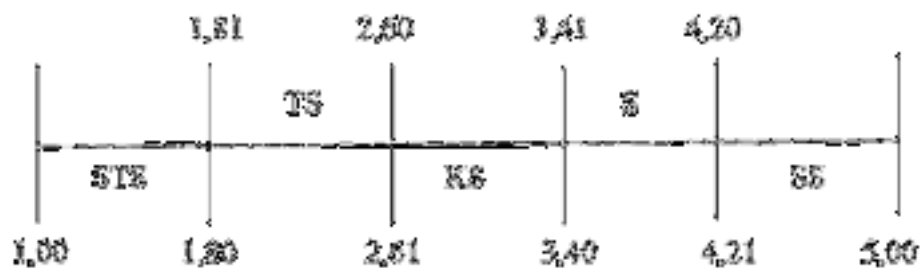


Berdasarkan Tabel 3.5 diatas, maka dapat diketahui bahwa terdapat 5 kategori dalam menentukan sebuah batasan dimana setiap nilai yang diperoleh akan menentukan kategori diperoleh. Skor tertinggi untuk setiap pernyataan adalah 5 sedangkan skor terendah adalah 1, sehingga rentang skala yang diperoleh:

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

Sehingga posisi jawaban menjadi sebagai berikut :

Rentang Skala



Keterangan :

1,00 – 1,80 = Sangat Tidak Setuju (STS)

1,81 – 2,60 = Tidak Setuju (TS)

2,61 – 3,40 = Kurang Setuju (KS)

3,41 – 4,20 = Setuju (S)

4,21 – 5,00 = Sangat Setuju (SS)

### 3. Analisa Regresi Linear Ganda

Analisis regresi linear ganda menggunakan lebih dari satu variabel bebas untuk menjelaskan varians dalam variabel terikat. Analisis regresi ganda

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.



memberikan mean penilaian secara objektif pada tingkat dan ciri – ciri hubungan

antara variabel bebas dan variabel terikat. Persamaan regresi linear ganda adalah sebagai berikut:

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

Keterangan:

Y = Variabel Minat Beli

$\beta_0$  = Konstanta

$\beta_1$  = Koefisien regresi variabel persepsi harga

$\beta_2$  = Koefisien regresi variabel citra merek

$X_1$  = Variabel persepsi harga

$X_2$  = Variabel citra merek

e = *Error*

**a. Estimasi model persamaan regresi**

Persamaan regresi yang dihasilkan berupa taksiran (estimasi) dari hasil pengamatan. Oleh karena itu, biasanya digunakan simbol  $\hat{Y}$  (Y dengan topi) yang menunjukkan hasil taksiran tersebut dan membedakannya dengan Y (Y tanpa topi) sebagai hasil pengamatan populasi. Berikut rumus estimasi model persamaan regresi:

$$\hat{Y} = b_0 + b_1 X_1 + b_2 X_2$$

Keterangan :

$\hat{Y}$  = Variabel Minat Beli

$b_0$  = konstanta

$b_1$  = Koefisien regresi variabel persepsi harga

$b_2$  = Koefisien regresi variabel citra merek

$X_1$  = Variabel persepsi harga

$X_2$  = Variabel citra merek

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 asumsi klasik**

**Ⓒ (1) Uji Normalitas Residual**

Menurut Ghozali (2018: 145), uji normalitas dilakukan untuk menguji apakah dalam model regresi variabel independent dan variabel dependen atau keduanya mempunyai distribusi normal atau tidak. Uji statistik yang dapat digunakan untuk menguji normalitas residual adalah uji statistic non-parametrik Kolmogorov -Smirnov (K - S). Uji K-S dilakukan dengan membuat hipotesis :

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

Dengan signifikan ( $\alpha = 5\%$ ), maka dasar pengambilan keputusannya adalah sebagai berikut:

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

**(2) Uji Multikolonieritas**

Menurut Ghozali (2018 : 107), Uji Multikolinieritas bertujuan untuk mengukur apakah model regresi ditemukan adanya korelasi antar variabel bebas (independent). Model regresi yang baik seharusnya tidak terjadi korelasi antara variabel bebas karena jika hal tersebut terjadi maka variabel – variabel tersebut tidak orthogonal atau terjadi kesalahan.

- a. Jika nilai Tolerance  $\geq 0,10$  atau VIF  $< 10$ , maka tidak terdapat multikolinieritas.
- b. Jika nilai Tolerance  $< 0,10$  atau VIF  $\geq 10$ , maka terdapat multikolinieritas.

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.



### (3) Uji Heteroskedastisitas

Menurut Ghozali (2018:137) uji heteroskedastisitas bertujuan untuk mengetahui apakah dalam model regresi terjadi ketidaksamaan variance dari residual satu pengamatan ke pengamatan yang lain. Jika varians dari residual satu pengamatan ke pengamatan lain tetap, maka disebut homoskedastisitas dan jika berbeda disebut heteroskedastisitas. Model regresi yang baik adalah yang homoskedastisitas atau tidak terjadi heteroskedastisitas.

- Jika nilai signifikansi  $> 0,05$  maka terdapat homokedastisitas atau tidak terdapat heteroskedastisitas.
- Jika nilai signifikansi  $< 0,05$  maka tidak terdapat homokedastisitas atau terdapat heteroskedastisitas.

#### Uji kesesuaian model (uji F)

Menurut Ghozali (2018:98) uji F digunakan untuk menguji apakah model regresi dapat digunakan atau tidak.

Jadi, keputusan diambil berdasarkan kriteria utama sebagai berikut:

- Taraf signifikansi ( $\alpha = 0,05$ )
- Jika nilai  $F < 0.05$ , maka tolak  $H_0$  artinya model regresi layak digunakan.
- Jika nilai  $F > 0.05$ , maka tidak tolak  $H_0$  artinya model regresi tidak layak digunakan.

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. **Uji signifikasi koefisien (uji t)**

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

$$H_0 : \beta_1 = 0$$

$$H_a : \beta_1 > 0$$

Dasar pengambilan keputusan :

- (1) Jika signifikansi sig (1-tailed) < probabilitas 0,05 maka  $H_0$  ditolak. Artinya ada pengaruh variabel bebas (X) terhadap variabel terikat (Y).
- (2) Jika signifikansi sig (1-tailed) > probabilitas 0,05, maka  $H_0$  tidak ditolak. Artinya tidak ada pengaruh variabel bebas (X) terhadap variabel terikat (Y).

e. **Uji koefisien determinasi (uji  $R^2$ )**

Menurut Ghozali (2018:95) koefisien determinasi adalah mengukur seberapa jauh kemampuan model dalam menerangkan variabel-variabel *independent*. Nilai koefisien determinasi adalah bervariasi antara nol sampai satu. Nilai yang mendekati satu berarti variabel *independent*. Setiap penambahan variabel *independent* akan menyebabkan peningkatan pada  $R^2$ . Oleh karena itu sebaiknya menggunakan nilai Adjusted  $R^2$  pada saat mengevaluasi model regresi terbaik.

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.