

BAB III

METODE PENELITIAN

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

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie

A. Objek Penelitian

Objek yang akan diteliti adalah produk *skincare* Somethinc, sedangkan subjek pada penelitian ini adalah konsumen yang pernah membeli dan menggunakan produk *skincare* Somethinc, serta :

1. Mengikuti Tasya Farasya di Instagram atau Tiktok
2. Melakukan pembelian produk *skincare* Somethinc melalui *e-commerce* Shopee
3. Membaca *Online Customer Review* shopee produk *skincare* somethinc

B. Desain Penelitian

Desain kajian merupakan perencanaan sesuai dengan yang didasarkan pada aktivitas, pertanyaan kajian dan waktu serta petunjuk bagaimana mendapatkan penentuan terhadap berbagai informasi dan kerangka kerja untuk mendefinisikan hubungan antar variabel (Donald dan Pamela, dikutip dari Priscilla Hartanti, 2022).

Selaras dengan pendapat yang diberikan oleh Cooper dan Schindler (dikutip dari Priscilla Hartanti, 2022) desain penelitian dapat diidentifikasi ke dalam beberapa kategori, yaitu:

1. Tingkat penyelesaian pertanyaan penelitian : Termasuk ke dalam studi formal yang dimulai memanfaatkan hipotesis atau pertanyaan kajian yang menyertakan mekanisme yang tepat dan spesifikasi sumber data.

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



2. Metode pengumpulan data : Menggunakan studi komunikasi dengan cara peneliti menyampaikan pertanyaan kepada subjek kajian kemudian mengumpulkan respon mereka sebagaimana yang didasarkan pada makna personal ataupun umum.
3. Kontrol peneliti terhadap variabel : Peneliti memakai desain *ex post facto* (*ex post facto design*) yakni peneliti tidak mempunyai kendali terhadap variabel-variabel, dalam arti memanipulasinya. Peneliti hanya bisa melaporkan apa yang telah atau sedang terjadi. Peneliti yang memakai desain kajian ini tidak mengubah variable yang diteliti yang mana pada akhirnya tidak terdapat bias.
4. Tujuan Studi : Studi yang dimanfaatkan ialah studi deskriptif. Fokus kajian ini ialah untuk menemukan dan mencari siapa, apa, dimana, kapan, atau berapa banyak.
5. Dimensi Waktu : Studi yang dimanfaatkan ialah studi cross-sectional dilaksanakan sebanyak satu kali dan menyaketikan gambaran satu kejadian dalam satu waktu.
6. Cakupan Topik : Peneliti memakai studi statistik yang dirancang untuk jangkauan yang lebih luas serta bukan lebih mendalam. Studi ini berupaya untuk menangkap ciri atau keunikan populasi dengan menghasilkan kesimpulan dari ciri khas sampel. Hipotesis akan diuji secara kuantitatif.
7. Lingkungan Penelitian : Penelitian ini memanfaatkan lingkungan aktual atau keadaan lapangan dalam proses melaksanakan kajiannya

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

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie

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



C. Variabel Penelitian

variabel merupakan segala hal yang dijadikan objek pengamatan dalam penelitian, yaitu segala sesuatu yang ditetapkan oleh peneliti dan bertujuan untuk diteliti sehingga akan memperoleh informasi mengenai objek tersebut dan dibuat kesimpulannya (Fadjarajani et.al.c., 2020:140). Berbagai variabel yang akan diteliti dalam penelitian ini adalah *Beauty Influencer* Tasya Farasya (X1) dan *Online Customer Review* Shopee (X2) yang akan menjadi variabel bebas (*Independent*), dan Keputusan Pembelian *Skincare* Somethinc (Y) yang akan menjadi variabel terikat (*Dependent*).

1. Variabel Terikat (*Dependent Variable*)

Variabel terikat merupakan variabel yang menjadi penyebab adanya variabel bebas. Pada penelitian ini, variabel terikat adalah keputusan pembelian. Konsumen memiliki kebutuhan yang berbeda-beda akan setiap produk, sehingga perusahaan harus mempelajari apa yang menjadi menarik, serta keinginan dan kebutuhan para calon konsumen.

2. Variabel Bebas (*Independent Variable*)

Variabel bebas merupakan variabel yang tidak terpengaruh oleh variabel lain. Variabel bebas yang mempengaruhi pada penelitian ini adalah *Beauty Influencer* dan *Online Customer Review*, sedangkan variabel terikat yang dipengaruhi adalah Keputusan Pembelian. Dimensi dan indikator setiap variabel dijabarkan sebagai berikut:

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

(1) Variabel *Beauty Influencer* (Tasya Farasya)

Tabel 3. 1
Dimensi Dan Indikator Influencer (Tasya Farasya)

Variabel	Dimensi	Indikator	Skala
<i>Beauty Influencer</i> (Tasya Farasya)	<i>Credibility</i> (Kredibilitas)	a. <i>Review</i> yang diberikan Tasya Farasya jelas dan mudah dimengerti b. Tasya Farasya memiliki keahlian (<i>Expertise</i>) dalam <i>me-review</i> produk c. Menurut saya <i>review</i> yang diberikan oleh Tasya Farasya dapat dipercaya (<i>Trustworthiness</i>)	Likert
	<i>Attractiveness</i> (Daya Tarik)	a. Menurut saya Tasya Farasya dapat menarik perhatian para pengikutnya b. Saya memiliki kesamaan pandangan tentang kecantikan dengan Tasya Farasya c. Saya memiliki kesukaan yang sama mengenai kecantikan dengan Tasya Farasya	Likert
	<i>Power</i> (Kekuatan)	a. Menurut saya Tasya Farasya memiliki kemampuan untuk mempengaruhi para pengikutnya. b. <i>Review</i> Tasya Farasya dapat membuat saya tertarik dengan produk <i>skincare</i> <i>Somethinc</i> c. Menurut saya, <i>review</i> Tasya Farasya dapat menimbulkan keinginan konsumen untuk membeli produk <i>skincare</i> <i>Somethinc</i>	Likert

© 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.



(2) Variabel *Online Customer Review* (Shopee)

Tabel 3. 2
Dimensi dan Indikator Online Customer Review (Shopee)

Variabel	Dimensi	Indikator	Skala
<i>Online Customer Reviews</i> (Shopee)	<i>Motivation</i> (Motivasi)	a. <i>Online Customer Review</i> Shopee dapat menimbulkan ketertarikan terhadap produk b. <i>Online Customer Review</i> Shopee dapat menimbulkan keinginan membeli produk	Likert
	<i>Source</i> (Sumber)	a. <i>Review</i> mengenai produk <i>skincare</i> Somethinc yang diperoleh dari <i>Online Customer Review</i> Shopee dapat dipercaya b. <i>Review</i> dari <i>Online Customer Review</i> Shopee sesuai dengan keaslian produk <i>skincare</i> Somethinc	Likert
	<i>Content</i> (Konten)	a. Ulasan yang diperoleh dari <i>Online Customer Review</i> Shopee jelas dan mudah dimengerti b. Gambar atau <i>video</i> produk yang diperoleh dari <i>Online Customer Review</i> Shopee jelas dan mudah dimengerti c. Konten yang diperoleh dari <i>Online Customer Review</i> Shopee dapat menjelaskan produk dengan baik	Likert

© Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang
Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang
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) Keputusan Pembelian *Skincare* Somethinc

Tabel 3. 3
Dimensi dan Indikator Keputusan Pembelian

Variabel	Dimensi	Indikator	Skala
Keputusan Pembelian	Pemilihan Produk	a. Saya tertarik dengan produk merek Somethinc b. Saya akan memilih merek Somethinc untuk kebutuhan <i>skincare</i> saya c. Produk <i>skincare</i> Somethinc memiliki harga yang terjangkau	Likert
	Pemilihan Tempat Penyalur	a. Produk <i>skincare</i> Somethinc mudah diperoleh secara <i>online</i> b. Produk <i>skincare</i> Somethinc mudah diperoleh secara <i>offline</i>	Likert
	Waktu Pembelian	a. Saya akan memilih produk <i>skincare</i> Somethinc untuk permasalahan kulit wajah saya b. Produk <i>skincare</i> Somethinc membantu menyelesaikan permasalahan kulit wajah saya	Likert
	Jumlah Pembelian	a. Saya membeli produk <i>skincare</i> Somethinc sesuai kebutuhan b. Saya membeli produk <i>skincare</i> Somethinc untuk dijadikan persediaan ketika dibutuhkan	Likert

D. Teknik Pengambilan Sampel

Dalam penelitian ini, pengambilan sampel menggunakan metode *purposive sampling* atau *Judgement sampling* yaitu pemilihan sampling yang didasari pada kriteria-kriteria tertentu. Menurut Raihan (2017:94) dikutip oleh Stephen Christnada (2022) *purposive sampling* atau *Judgement sampling* memilih sampel dari suatu populasi berdasarkan pada informasi yang tersedia, dan penentuan sampel ditentukan oleh peneliti berdasarkan tujuan dan pertimbangan tertentu sesuai dengan kriteria yang telah ditetapkan. Dalam penelitian ini kriteria responden yang dapat mengisi kuesioner adalah individu yang sudah pernah membeli dan menggunakan produk *skincare* Somethinc di *e-commerce* Shopee.

© Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang
 Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie

1. Di dalam menuliskan 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.



Penentuan jumlah sampel menggunakan metode Hair et.al.c dikutip oleh Stephen Christnada (2022) yaitu dengan cara mengalikan jumlah indikator dengan angka 5. Dalam penelitian ini memiliki total 25 indikator, sehingga jika dikalikan dengan 5 menjadi 125. Hal ini menandakan bahwa jumlah sampel minimal sebesar 125 responden.

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

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie

E. Teknik Pengumpulan Data

Penelitian ini menggunakan teknik pengumpulan data dengan cara membagikan Kuesioner dalam bentuk *Google Forms* dengan mencantumkan pernyataan mengenai *Beauty Influencer* (tasya farasya), *Online Customer Review* (Shopee) dan keputusan pembelian. Menurut Raihan (2017:104) dikutip oleh Stephen Christnada (2022) angket atau kuesioner adalah alat pengumpulan data dengan memberikan daftar pertanyaan kepada orang yang akan memberikan tanggapan atau menjawab pertanyaan yang diberikan dalam penelitian atau yang disebut dengan responden.

Kuesioner yang dibuat disusun dengan skala *likert*, yakni dengan cara meminta persetujuan pada suatu pertanyaan dengan kriteria STS = Sangat Tidak Setuju, TS = Tidak Setuju, N = Netral, S = Setuju, dan SS = Sangat Setuju. Kemudian tiap tingkat jawaban diberi skor dari 1 sampai 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 mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.



Tabel 3. 4

Skala *Likert*

No	Keterangan	Bobot Skor
1.	STS = Sangat Tidak Setuju	1
2.	TS = Tidak Setuju	2
3.	N = Netral	3
4.	S = Setuju	4
5.	SS = Sangat Setuju	5

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

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie

F. Teknik Analisis Data

Metode ini menjelaskan bagaimana cara menganalisis data dengan menggunakan analisis statistik sehingga dapat menguji pengaruh antara variabel independent (bebas) dengan variabel dependen (terikat) dan untuk menguji hipotesis yang disajikan dengan analisis regresi linier berganda. Adapun analisis yang digunakan dalam penelitian ini yaitu sebagai berikut:

1. Uji Kuesioner

a. Uji Validitas

Menurut Sekaran dan Bougie (2017:35) (dikutip oleh Karyadi, 2022), 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. Dalam penetapan keputusan uji validitas ini, peneliti melakukan perbandingan terhadap hasil perhitungan *Pearson Product Moment* dengan r table sebesar 0,361 (n=30, $\alpha=5\%$). Penulis memanfaatkan rumus korelasi Pearson Product Moment di bawah 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 mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.

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

Keterangan

r = korelasi

x = skor tiap pertanyaan

y = skor total

n = jumlah responden

b. Uji Realibilitas

Menurut Imam Ghozali (2021:61) (dikutip oleh Karyadi, 2022), uji reliabilitas adalah alat untuk mengukur suatu kuesioner yang merupakan indikator dari variabel. Suatu kuesioner dikatakan reliabel atau handal jika jawaban seseorang terhadap pertanyaan adalah konsisten dan stabil dari waktu ke waktu. Uji reliabilitas bisa memanfaatkan rumus *Cronbach's Alpha*, di bawah ini:

$$r_{11} = \left[\frac{k}{k-1} \right] \left[\frac{1 - \sum SB^2}{\sum sT^2} \right]$$

Keterangan:

r = reliabilitas internal seluruh instrument

k = jumlah

$\sum sb^2$ = jumlah varian butir

$\sum xt^2$ = Varian total

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

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie



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



2. Analisis Deskriptif

a. Rata – Rata Hitung (*Mean*)

Setelah data hasil kuesioner dikumpulkan, maka dilakukan perhitungan yang digunakan untuk mengetahui tingkat rata-rata respon konsumen.

Rumus yang digunakan adalah sebagai berikut:

$$\bar{x} = \frac{(\sum fi \cdot xi)}{n}$$

Keterangan:

\bar{x} = Skor rata – rata

Fi = Frekuensi pemilihan nilai

xi = Skor 1,2,3,4,5

n = Jumlah frekuensi/responden

b. Selang Kepercayaan (*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*

© 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.

c. Rentang Skala

Menurut (Riyanto & Hatmawan, 2020:54) rentang skala digunakan untuk menginterpretasikan data dari variabel penelitian. Rumus yang digunakan dalam menghitung rentang skala adalah sebagai berikut:

$$Skala = \frac{m - p}{b}$$

Keterangan:

m = nilai tertinggi

p = nilai terendah

b = jumlah kelas atau banyaknya kategori

$$Skala = \frac{5 - 1}{2} = 0,8$$

Sehingga kriteria dalam pengukuran rentang skala yaitu sebagai berikut:

Tabel 3. 5

Pengukuran Rentang Skala

Rentang Skala	Penilaian
1,00 – 1,80	Sangat Tidak Setuju
1,81 – 2,60	Tidak Setuju
2,61 – 3,40	Netral
3,41 – 4,20	Setuju
4,21 – 5,00	Sangat Setuju

3. Analisis Regresi Linier Berganda

Analisis regresi linear berganda menggunakan lebih dari satu variabel bebas untuk menjelaskan varians dalam variabel terikat. Analisis regresi berganda memberikan mean penelitian secara objektif pada tingkat dan ciri – ciri hubungan antara variabel bebas dan variabel terikat. Persamaan regresi linear berganda adalah sebagai berikut:

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



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

Keterangan:

Y = Keputusan Pembelian

X1 = *beauty influencer*

X2 = *online customer review*

β_0 = Konstanta

β_1 = Koefisien regresi variabel *beauty influencer*

β_2 = Koefisien regresi variabel *online customer review*

e = Error

a. Uji Asumsi Klasik

(1). Uji Normalitas

Menurut Imam Ghozali (dikutip oleh Fransisca, 2021), uji normalitas bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi, variabel pengganggu atau residual memiliki distribusi normal. Uji normalitas dapat diperoleh dengan menggunakan analisis grafik *Kolmogorov – Smirnov* dengan menggunakan *exact test Monte Carlo*. Uji *Kolmogorov – Smirnov* dilakukan dengan membuat hipotesis:

(a) H_0 : data residual berdistribusi normal

(b) H_a : data residual tidak berdistribusi normal

Dasar pengambilan keputusan pada penelitian ini untuk uji normalitas menggunakan *Kolmogorov – Smirnov exact test Monte Carlo* dengan tingkat *confidence level* sebesar 95%. Dengan signifikan diatas ($\alpha = 0,05$), maka dasar pengambilan keputusannya 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) Jika $\text{sig} > \alpha$, maka data dikatakan berdistribusi normal.
- (b) Jika $\text{sig} < \alpha$, maka data dikatakan tidak berdistribusi normal.

(2). Uji Multikolinearitas

Menurut Ghozali (2021:157), Uji Multikolinearitas bertujuan untuk menguji apakah model regresi ditemukan adanya korelasi antar variabel bebas (independen). 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. Untuk mendeteksi apakah terjadi multikolinearitas dapat diketahui variance inflation factor (VIF) dan toleransi pedoman suatu model regresi yang bebas multikolinearitas adalah sebagai berikut:

- 1. Jika nilai Tolerance $> 0,10$ atau VIF < 10 , maka tidak terdapat multikolinieritas.
- 2. Jika nilai Tolerance $< 0,10$ atau VIF > 10 , maka terdapat multikolinieritas.

(3). Uji Heteroskedastisitas

Menurut Ghozali (2021:178) uji heteroskedastisitas bertujuan untuk mengetahui apakah dalam model regresi terjadi ketidaksamaan variance residual satu pengamatan ke pengamatan yang lain. Jika varians dari residual satu pengamatan ke pengamatan lain tetap, maka disebut heteroskedastisitas. Model regresi yang baik adalah yang homoskedastisitas atau tidak terjadi heteroskedastisitas.



Pengujian heteroskedastisitas pada penelitian ini menggunakan uji korelasi Spearman-rank yaitu mengkorelasikan antara absolut residual hasil regresi dengan variabel bebas. Dimana kriteria pada pengujian ini adalah:

- (a) Jika nilai signifikan $> 0,05$ maka terdapat homoskedastisitas atau tidak terdapat heteroskedastisitas.
- (b) Jika nilai signifikan $< 0,05$ maka terdapat heteroskedastisitas atau tidak terdapat homoskedastisitas

b. Uji Kesesuaian Model (Uji F)

Uji F digunakan untuk menguji kesesuaian model regresi mengenai apakah model regresi tersebut dapat digunakan atau tidak. Dalam analisisnya, menggunakan hipotesis statistic sebagai berikut:

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

$$H_a : \text{Tidak semua } \beta_1 \neq 0$$

Keterangan

$$I = 1,2$$

Dasar pengambilan keputusan adalah sebagai berikut:

- (1). Taraf Sig. adalah 0,05.
- (2). Jika Sig. $< 0,05$ atau F hitung $> F$ tabel, maka hasilnya adalah tolak H_0 , yang berarti ada pengaruh terhadap Y.
- (3). Jika Sig. $> 0,05$ atau F hitung $< F$ tabel maka hasilnya adalah tidak tolak H_0 , yang berarti tidak ada pengaruh Y.

c. Uji Hipotesis Penelitian (Uji T)

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.



Uji T digunakan digunakan untuk menunjukkan seberapa jauh pengaruh satu variabel bebas secara individual dan menjelaskan variasi dependen. Pengujian hipotesis yang digunakan adalah sebagai berikut:

Keterangan

$$H_0 = \beta_1 = 0$$

$$H_a = \beta_2 > 0$$

$$H_0 = \beta_2 = 0$$

$$H_a = \beta_2 > 0$$

Dasar pengambilan keputusan adalah sebagai berikut:

- (1). Jika nilai Sig < 0,05 atau t hitung > t tabel, maka tolak H₀ yang artinya variabel indenpenden secara individual mempengaruhi variabel dependen.
- (2). Jika nilai Sig > 0,05 atau t hitung < t tabel maka tidak tolak H₀ yang artinya variabel indenpenden secara individual tidak mempengaruhi variabel dependen.

d. Uji Koefisien Determinan (R²)

Koefisien determinasi adalah pengujian yang digunakan untuk mengentahui seberapa besar nilai presentase dari pengaruh langsung suatu variabel dengan variabel lainnya (Sani & Rahman, 2022:54). Rumus yang digunakan untuk menghitung koefisien determinasi antara variabel X dan Y adalah sebagai berikut:

KD = Koefisien Determinasi

R_{xy}^2 = Kuadrat dari koefisien jalur pada setiap diagram jalur

Kriteria Analisis

1. Jika KD mendekati nol (0), berarti pengaruh antara variabel X terhadap variabel Y adalah lemah

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.

2. Jika KD mendekati angka satu (1), berarti pengaruh antara variabel X terhadap variabel Y adalah kuat

© 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.

