



## BAB III

### METODE PENELITIAN

Menurut Sugiyono (2019:2), metode penelitian merupakan cara ilmiah untuk mendapatkan data dengan tujuan dan kegunaan tertentu. Metode Penelitian berhubungan erat dengan *procedure*, teknik, alat serta desain penelitian yang digunakan. Desain penelitian harus cocok dengan pendekatan penelitian yang dipilih. Prosedur, teknik, serta alat yang digunakan dalam penelitian harus cocok pula dengan metode penelitian yang ditetapkan.

Penelitian terbagi menjadi dua bagian yaitu metode penelitian kuantitatif dan kualitatif, dalam penelitian ini penulis menggunakan metode penelitian kuantitatif dimana menurut sugiyono (2019:7) metode ini disebut sebagai metode positivistic karna berlandaskan pada filsafat positivism. Metode ini sebagai metode ilmiah/*scientific* karna telah memenuhi kaidah-kaidah ilmiah yaitu konkrit /empiris, obyektif, terukur, rasional, dan sistematis. Metode ini juga disebut metode *discovery*, karna dengan metode ini dapat ditemukan dan dikembangkan sebagai iptek baru. Metode ini disebut sebagai metode kuantitatif karna data penelitian berupa angka-angka dan analisis menggunakan *statistic*.

Dalam penelitian ini akan dibahas mengenai objek penelitian, desain penelitian, variable penelitian, Teknik pengambilan data, Teknik pengumpulan sampel, Teknik analisis data yang akan peneliti gunakan dalam penelitian data.

#### A. Objek Penelitian

Pada penelitian ini, yang menjadi objek penelitian adalah harga dan suasana toko terhadap kepuasan pelanggan *Coffee Shop Mini Popolo* Bogor, Sedangkan subyek penelitian ini adalah orang yang pernah mengkonsumsi produk *Coffee Shop Mini Popolo* Bogor.



## B. Desain Penelitian

Untuk tujuan menciptakan strategi yang menghasilkan teknik penelitian, desain penelitian digunakan sebagai prosedur atau panduan. Rancangan penelitian harus partikular, jelas dan rinci, ditentukan secara mantap dari awal, menjadi pedoman langkah demi langkah,” menurut Sugiyono (2018: 37).

Menurut Sugiyono (2018), desain penelitian yang akan digunakan dalam penelitian ini akan menggunakan jenis metodologi penelitian survey. Sugiyono (2018) mendefinisikan survei sebagai teknik penelitian kuantitatif yang digunakan untuk mengumpulkan data tentang kepercayaan masa lalu atau sekarang, pendapat, karakteristik, dan variabel perilaku hubungan untuk menguji berbagai hipotesis sosiologis dan psikologis menggunakan sampel yang diambil dari populasi tertentu. Studi ini ideal untuk mengumpulkan informasi tentang faktor-faktor yang disebutkan, khususnya apakah suasana kafe dan harga berdampak pada kepuasan pelanggan (Tawakkal, Suaib, & Zein, 2021) sehingga nantinya data yang diambil saat ini dapat dijadikan bahan evaluasi bagi *Café* yang diteliti penulis yaitu *Coffee Shop Mini Popolo Bogor*.

## C. Populasi dan Sampel

### 1. Populasi Penelitian

Menurut Sugiyono (2018) populasi adalah seluruh elemen yang akan dijadikan area generalisasi. Unsur populasi adalah keseluruhan subjek yang akan diukur, yang merupakan unit yang diteliti. Populasi dalam wilayah generalisasi terdiri dari objek atau subjek yang memiliki besaran dan karakteristik tertentu yang ditentukan oleh peneliti yang diteliti dan kemudian ditarik kesimpulannya. Populasi dalam penelitian ini adalah seluruh pelanggan yang mengkonsumsi produk dan jasa dari *Coffee Shop Mini Popolo Bogor*. Data tersebut bersumber

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

Hak Cipta Milik IBI KKG (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.



dari masyarakat se Kota Bogor yang berjumlah 101 orang akan di berikan pada bulan Maret 2023.

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

## **Teknik Pengambilan Sampel**

Menurut Sugiyono (2018) sampel adalah bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi tersebut. Teknik *non probability sampling* yang digunakan dalam pengambilan sampel pada penelitian ini. Menurut (sugiyono 2018:136) non probability sampling adalah teknik pengambilan sampel yang tidak memberi peluang atau kesempatan sama bagi setiap unsur atau anggota populasi untuk dipilih menjadi sampel. Lebih tepatnya menggunakan teknik purposive sampling (Judgement Sampling) adalah teknik penentuan sampel dengan pertimbangan tertentu sesuai dengan kriteria yang diinginkan seperti banyaknya pelanggan *Coffee Shop Mini Popolo* yang menggunakan produk seperti kopi atau makanan yang tersedia, untuk dapat menentukan jumlah sampel yang akan diteliti, maka menggunakan rumus Moe, yaitu :

$$n = \frac{Z^2}{4(moe)^2}$$

Keterangan :

n = Ukuran Sampel

Z = 1.96 score pada tingkat signifikan tertentu (derajat keyakinan ditentukan 95%)

Moe = *Margin of error*, tingkat kesalahan maksimum 10%

Dengan menggunakan rumus diatas, maka diperoleh perhitungan sebagai berikut:

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



$$n = \frac{1,96^2}{4(10)^2}$$

$$n = \frac{3,8416}{0,04}$$

$$n = 96,04 \text{ atau dibulatkan menjadi } 100$$

Maka jumlah sampel dalam penelitian ini adalah 101 orang responden pelanggan *Coffee Shop Mini Popolo Bogor*.

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

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

### D Lokasi Penelitian

Lokasi penelitian yang penulis laksanakan adalah di sekitar Kota Bogor dimana Kota Bogor terdisi dari lima bagian yaitu Bogor Tengah, Bogor Barat, Bogor Timur, Bogor Selatan, dan Bogor Utara.

### E. Variabel Penelitian

Menurut Sugiyono (2019:68) variabel penelitian adalah suatu atribut atau sifat atau nilai dari orang, objek atau kegiatan yang mempunyai variasi tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya.

### Variabel Penelitian

Variabel Penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah harga produk *Coffee Shop Mini Popolo Bogor*, Susasana Toko (*Café*) di *Coffee Shop Mini Popolo Bogor*, dan kepuasan pelanggan *Coffee Shop Mini Popolo Bogor*.

### Skala yang digunakan dan definisi Oprasional Variabel

Metode pengumpulan data yang akan dilakukan adalah dengan menggunakan metode skala Likert Menurut Sugiyono (2019:93) skala likert digunakan untuk mengukur sikap, pendapat, dan persepsi seseorang atau

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.



sekelompok orang tentang fenomena sosial. Kuesioner yang dibagikan dalam penelitian ini yaitu dengan menggunakan skala likert.

Penelitian yang dilakukan menggunakan modifikasi skala likert dengan 4 (empat) pilihan jawaban n, yaitu sangat setuju, setuju, tidak setuju dan sangat tidak setuju. Menurut Sugiyono (2016: 132-136) dalam angket ini disediakan 4 (empat) alternatif jawaban, yaitu: Sangat Setuju (SS) dengan skor 4, Setuju (S) dengan skor 3, Tidak Setuju (TS) dengan skor 2, Sangat Tidak Setuju (STS) dengan skor 1.

**Tabel 3.1**  
**Skala Likert**

No	Jawaban	Kode	Nilai Skor
1	Sangat Setuju	SS	4
2	Setuju	S	3
4	Tidak Setuju	TS	2
5	Sangat Tidak Setuju	STS	1

Sumber : Sugiyono (2019:133)

Penelitian ini memiliki variabel independen dan variabel dependen. Adapun menurut Sugiyono (2019:69) variabel independen (variabel bebas) merupakan variabel yang mempengaruhi atau yang menjadi sebab perubahannya atau timbulnya variabel dependen (terikat). Sedangkan dependen (terikat) adalah

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.



variabel yang dipengaruhi atau yang menjadi akibat, karena adanya variabel bebas.

Berikut adalah indikator-indikator yang digunakan untuk penyusunan kuesioner penelitian dapat dilihat pada tabel berikut :

- a. Harga adalah sejumlah uang yang dibayarkan atas jasa, atau jumlah nilai yang pelanggan tukar dalam rangka mendapatkan manfaat dari memiliki atau menggunakan barang atau jasa.

**Tabel 3.2**

**Indikator harga**

Variabel	Dimensi	Indikator	Skala
Harga diadaptasi dari Kotler dalam Krisdayanto (2018)	Keterjangkauan harga	1. <i>Coffee Shop Mini Popolo Bogor</i> Memberikan Harga yang di berikan dapat di jangkau	Interval
	Kesesuaian harga dengan kualitas produk	2. <i>Coffee Shop Mini Popolo Bogor</i> memberikan Harga dengan kualitas produk sesuai	Interval
	Harga sesuai dengan daya saing harga	3. <i>Coffee Shop Mini Popolo Bogor</i> memiliki harga yang kompetitif (bersaing)	Interval
	Kesesuaian harga dengan manfaat	4. <i>Coffee Shop Mini Popolo Bogor</i> memberikan harga yang sesuai dengan manfaat	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 mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.



- b. *Store atmosphere* adalah desain lingkungan melalui komunikasi visual, pencahayaan, warna, musik, dan wangi-wangian untuk merancang respon emosional dan persepsi pelanggan dan untuk mempengaruhi pelanggan dalam membeli barang.

**C 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.

**Tabel 3.3**

**Indikator Suasana Cafe**

Variabel	Dimensi	Indikator	Skala
Suasan Toko diadaptasi Hussain dan Ali dalam Rohmanto (2018).	Kebersihan Toko	1. Lingkungan Coffee Shop Mini Popolo yang bersih	Interval
	Musik	2. <i>Coffee Shop Mini Popolo</i> Bogor menyediakan fasilitas music audio	Interval
	Wangi	3. <i>Coffee Shop Mini Popolo</i> Bogor selalu menjaga ruangan Indoor maupun Outdoor tetap wangi dan menyenangkan	Interval
	Suhu	4. <i>Coffee Shop Mini Popolo</i> Bogor selalu menjaga suhu toko dalam Ruangan tetap sejuk.	Interval
	Pencahayaan	5. <i>Coffee Shop Mini Popolo</i> Bogor memiliki pencahayaan yang baik	Interval
	Warna	6. <i>Coffee Shop Mini Popolo</i> Bogor memiliki konsep warna toko yang menarik (simple)	Interval
	Tata Letak	7. <i>Layout</i> tempat duduk yang dimiliki <i>Coffee Shop Mini Popolo</i> Bogor sudah nyaman.	Interval



- c. Kepuasan pelanggan adalah perasaan senang atau kecewa yang dimiliki oleh seseorang berdasarkan perbandingan antara kenyataan yang diperoleh dengan harapan yang dimiliki oleh pelanggan.

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

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

**Tabel 3.4**

**Indikator Kepuasan Pelanggan**

Variabel	Dimensi	Indikator	Skala
Kepuasan Pelanggan diadaptasi rondonuwu dan komalig dalam jurnal purnomo edwin setyo (2017).	Terpenuhinya harapan pelanggan	1. <i>Coffee Shop Mini Popolo Bogor</i> dapat memenuhi kebutuhan dan keinginan anda	Interval
	Sikap atau keinginan untuk menggunakan produk	2. Anda memiliki keinginan untuk mengkonsumsi produk <i>Coffee Shop Mini Popolo Bogor</i>	Interval
	Merekomendasikan kepada pihak lain	3. <i>Coffee Shop Mini Popolo Bogor</i> layak untuk direkomendasikan	Interval
	Loyal	4. Apabila ingin ke <i>Coffee Shop</i> anda lebih memilih ke <i>Coffee Shop Mini Popolo Bogor</i>	Interval
	Reputasi yang baik	5. <i>Coffee Shop Mini Popolo Bogor</i> memiliki Reputasi yang baik	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 mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.







## 1. Uji Validitas

Uji validitas digunakan untuk mengetahui apakah ada pertanyaan atau pernyataan dalam kuesioner yang perlu dihilangkan atau diganti karena tidak mengukur apa yang perlu diukur, menurut Husein Umar (2019:63). Oleh karena itu, validitas berusaha untuk menilai apakah pernyataan atau pertanyaan yang dinyatakan dalam kuesioner mampu mengukur hasil yang diinginkan. Dalam pengambilan kepuasan uji validitas ini, peneliti membandingkan hasil perhitungan *Pearson Product Moment* dengan  $n = 100$ ,  $\alpha = 5\%$ ). Rumus korelasi product moment sebagai berikut:

$$r = \frac{\sum xy - \frac{(\sum x)(\sum y)}{n}}{\sqrt{\left(\sum x^2 - \frac{(\sum x)^2}{n}\right)\left(\sum y^2 - \frac{(\sum y)^2}{n}\right)}}$$

Keterangan :

r = korelasi

X = skor tiap pertanyaan

Y = skor total

n = jumlah responden

Kriteria utama untuk pengambilan keputusan adalah :

- $r\text{-hitung} > r\text{-tabel}$ , maka pertanyaan yang diteliti dapat dianggap valid
- $r\text{-hitung} < r\text{-tabel}$ , maka pertanyaan yang diteliti dapat dianggap tidak valid

## Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas menurut Sugiyono (2017:130) mengukur seberapa dekat hasil pengukuran dengan menggunakan objek yang sama akan menghasilkan data yang sama. Jika tanggapan seseorang terhadap pernyataan pada kuesioner

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

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

Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie

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

konstan atau stabil sepanjang waktu, itu dianggap dapat diandalkan. Cronbach

Alpha adalah alat pengindeksan reliabilitas.

$$r_{11} = \frac{k}{k-1} \times \left\{ 1 - \frac{\sum S_i}{S_t} \right\}$$

Keterangan :

$r_{11}$  = reliabilitas instrumen

$k$  = banyak butir pertanyaan

$\sigma^2$  = varian total

$\sum \sigma^2$  = jumlah varians butir

### Analisis Deskriptif

a. Rata-rata (Mean)

Rata-rata adalah sejumlah nilai yang dibagi dengan total dari jumlah pengamatan. Rumus rata-rata adalah sebagai berikut :

$$\bar{x} = \frac{\sum_1^n x_i}{n}$$

Keterangan :

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

$\sum_1^n$  = Frekuensi pemilihan nilai

$x_i$  = Data

$n$  = Jumlah responden

b. Rentang Skala

Rumus yang digunakan :

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.



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.

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

Keterangan :

Rs = Rentang skala penelitian

m = banyaknya kategori

Dimana skor terbesar adalah 4 dan skor terkecil adalah 1, sehingga dapat ditentukan rentang skalanya sebagai berikut :

$$Rs = \frac{4 - 1}{4} = 0,75$$

Tabel 3.5

Rentang Skala

STS (Sangat Tidak Setuju)	1,0 – 1,75
TS (Tidak Setuju)	1,75 – 2,5
S (Setuju)	2,5 – 3,25
SS (Sangat Setuju)	3,25 – 4,0

c. Selang Kepercayaan

$$\bar{x} \pm z * \frac{\sigma}{\sqrt{n}}$$

Keterangan :

$\bar{x}$  = rata-rata *sample* CS



$\sigma$  = Standard Deviasi populasi

$n$  = jumlah *sample*

$Z^*$  = nilai distribusi – z yang di dapatkan dari tingkat kepercayaan tertentu

### Uji Asumsi Klasik

#### a. Uji Normalitas

Tujuan uji normalitas menurut Ghozali (2018:53) adalah untuk mengetahui apakah suatu distribusi data mendekati atau mengikuti suatu distribusi normal. Distribusi data berbentuk lonceng yang dimaksud adalah distribusi normal. Data yang baik adalah data yang mempunyai pola seperti distribusi normal, yakni tidak berat ke kiri ataupun ke kanan. Uji normalitas yang dilakukan di dalam penelitian ini adalah menggunakan uji statistik non-parametrik Kolmogorov-Smirnov (K-S) yang dinyatakan dalam Asymp.Sig (2-tailed) dengan keterangan :

$H_0$  : Data residual berdistribusi normal

$H_a$  : Data residual tidak berdistribusi normal

- 1) Jika probabilitas  $\leq 0,05$ , maka  $H_0$  ditolak
- 2) Jika probabilitas  $\geq 0,05$ , maka  $H_0$  tidak ditolak

Dalam penelitian ini, peneliti menggunakan exact test Monte Carlo dalam melakukan pengujian Kolmogorov-Smirnov dengan tingkat confidence level sebesar 95%. Menurut Ghozali (2018), dasar pengambilan keputusan untuk uji normalitas menggunakan exact test Monte Carlo adalah sebagai berikut:

- 1) Apabila probabilitas signifikansi lebih besar daripada 0,05 maka data yang sedang diuji terdistribusi secara normal.



- 2) Apabila probabilitas signifikansi lebih kecil sama dengan 0,05 maka data yang sedang diuji tidak terdistribusi secara normal.

b. Uji Multikolinieritas

Tujuan uji multikolinieritas menurut Ghozali (2018:102) adalah untuk mengetahui apakah model regresi mendeteksi adanya korelasi antar variabel independen. Variabel-variabel ini tidak ortogonal jika variabel independen berkorelasi. Ketika korelasi antara variabel independen sama dengan nol, variabel independen dikatakan orthogonal. Pertimbangan utama untuk pengambilan keputusan adalah:

- 1) Jika nilai VIF  $< 10$ , maka tidak terjadi multikolinieritas
- 2) Jika nilai VIF  $> 10$ , maka akan terjadi multikolinieritas
- 3) Jika tolerance  $< 0,01$ , maka akan terjadi multikolinieritas
- 4) Jika tolerance  $> 0,01$ , maka tidak terjadi multikolinieritas

c. Uji Heteroskedastisitas

Uji heteroskedastisitas merupakan salah satu komponen uji asumsi tradisional dalam model regresi, menurut Ghozali (2018:133). Tujuan dari uji heteroskedastisitas adalah untuk mengetahui apakah terdapat ketidaksamaan variansi antara residual satu pengamatan dengan pengamatan lainnya dalam model regresi. Disebut homoskedastisitas jika variansi residual antara satu pengamatan dengan pengamatan berikutnya tidak berubah, dan disebut heteroskedastisitas jika berubah. Kriteria utama untuk mengukur heteroskedastisitas adalah :

**© 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.



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

Ada beberapa cara untuk mendeteksi ada atau tidaknya heteroskedastisitas, yaitu menggunakan Uji Glejser, Uji Park, Uji Whitre dan Uji Heteroskedastisitas dengan melihat grafik scatter plot pada output yang ditampilkan pada SPSS. Dalam penelitian ini, uji heteroskedastisitas menggunakan Glejser. Ada beberapa cara yang digunakan untuk mendeteksi ada atau tidaknya gejala heteroskedastisitas, yaitu :

- 1) Dengan melihat grafik Scatter plot antara nilai prediksi variabel dependen yaitu ZPRED dengan residualnya SRESID. Dikatakan tidak terjadi heteroskedastisitas jika pola yang ditampilkan pada output SPSS tidak memiliki pola yang jelas.
- 2) Titik tidak mengumpul hanya di bagian atas atau bawah saja
- 3) Titik tidak menyebar di atas dan dibawah angka 0 pada sumbu Y

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

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

### 5. Analisis Regresi Berganda

Menurut Ghozali (2018), analisis regresi linear berganda digunakan untuk mengetahui arah dan seberapa besar pengaruh variabel independen terhadap variabel dependen.

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

Keterangan :

$\beta_0$  = Konstanta

$\beta_1$  = Koefisiensi regresi variabel  $X_1$

$\beta_2$  = Koefisiensi regresi variabel  $X_2$

$X_1$  = Harga



$X_2$  = Suasana Toko

$\epsilon$  = Error

a. Uji Koefisien Determinasi ( $R^2$ )

Sugiyono (2017) mengklaim bahwa Koefisien Determinasi ( $R^2$ ) digunakan untuk mengukur seberapa baik suatu variabel independen dapat menjelaskan variabel dependen. Koefisien determinasi berada di antara 0 dan 1.

- 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)

b. Uji Keberartian Model

Menurut Gohzali (2018:99), uji F pada dasarnya dilakukan untuk menunjukkan apakah semua variabel bebas atau independen memiliki pengaruh terhadap variabel terkait atau dependen. Uji F digunakan untuk melihat signifikansi model regresi, apakah model regresi layak digunakan, dengan hipotesis sebagai berikut:

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

$H_a$  : Tidak semua

Kriteria utama untuk mengambil keputusan adalah :

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.





- 1) Jika nilai Sig  $F > 0,05$ , maka tidak tolak  $H_0$  artinya model regresi tersebut tidak dapat digunakan
  - 2) Jika nilai Sig  $F < 0,05$ , maka tolak  $H_0$  artinya model regresi tersebut dapat digunakan
- c. Uji Signifikansi Koefisien (Uji Statistik t)

Menurut Ghozali (2018:97), 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 :

$$H_0 : \beta_1 = 0$$

$$H_a : \beta_1 > 0$$

Dasar pengambilan keputusan sebagai berikut :

- 1) Jika nilai Signifikansi (sig)  $<$  probabilitas 0,05 maka ada pengaruh variabel bebas (x) terhadap variabel terikat (Y) atau hipotesis di terima.
- 2) Jika nilai signifikansi (sig)  $>$  probabilitas 0,05 maka tidak ada pengaruh variabel bebas (X) terhadap variabel terikat (Y) atau hipotesis ditolak.

© 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.