

BAB III

METODE PENELITIAN

A. Objek Penelitian

Objek penelitiannya adalah Subway di Mall Kelapa Gading, Jakarta Utara dengan subjeknya adalah masyarakat yang pernah membeli dan mengonsumsi Subway di Mall Kelapa Gading, Jakarta Utara. Penelitian dilakukan dengan metode kuesioner yang akan disebarakan melalui *Google Forms*.

B. Desain Penelitian

Menurut Cooper dan Schindler (2014:147), Menunjukkan struktur kerangka masalah penelitian, organisasi, atau konfigurasi hubungan antara variabel penelitian yang diteliti, serta desain penelitian yang digunakan untuk memperoleh bukti empiris dari hubungan tersebut..

1) Derajat kristalisasi pertanyaan riset

Ini adalah sejauh mana pertanyaan penelitian atau masalah penelitian dirumuskan. Studi dapat bersifat eksplorasi atau formal. Berdasarkan derajat kristalisasi pertanyaan penelitian, maka penelitian yang digunakan dalam karya ini adalah penelitian formal.

2) Metode pengumpulan data

Metode pengumpulan data diklasifikasikan menjadi dua, yaitu melalui proses observasi dan komunikasi. Berdasarkan klasifikasi metode pengumpulan data, penelitian ini menggunakan metode komunikasi yang meliputi metode survey.survei.

3) Pengontrolan variable



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

Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie





eksperimentalis membutuhkan kemampuan untuk membandingkan desain eksperimental dan laporan post-hoc. Merencanakan eksperimen dan menyiapkan laporan berikut. Dalam desain eksperimental, peneliti berusaha untuk mengontrol dan/atau memanipulasi variabel penelitian. Berdasarkan fakta bahwa dalam penelitian ini peneliti mengontrol variabel melalui laporan retrospektif atau retrospektif, maka peneliti tidak dapat mengontrol variabel tersebut.

4) Tujuan studi

Dalam penelitian kausal, kami mencoba menjelaskan hubungan antar variabel. Pada awalnya penelitian ini menggunakan penelitian deskriptif untuk mengetahui *what, who, where, how* atau *how much* yang digunakan untuk mendeskripsikan kajian produk Subway di Mal Kelapa Gading Jakarta Utara. Kemudian penelitian ini masuk ke tahap *causal investigation* yang bertujuan untuk menjelaskan hubungan antar variabel yaitu bagaimana kualitas produk dan kualitas pelayanan mempengaruhi kepuasan konsumen Subway di Mall Kelapa Gading Jakarta Utara..

5) Dimensi waktu

Saat merancang rencana penelitian, peneliti harus memperhatikan dimensi temporal, yang meliputi: studi cross-sectional dan studi longitudinal. Karena dimensi waktunya, penelitian ini termasuk dalam penelitian cross-sectional. Tujuan dari studi cross-sectional adalah untuk menguji dinamika faktor risiko dan hubungan atau korelasi antara efek atau pengaruhnya. Studi ini dilakukan sekali dan mencerminkan situasi pada saat tertentu ketika kuesioner dibagikan kepada responden di Subway di Mall Kelapa Gading, Jakarta Utara.

6) Cakupan topik

Ruang lingkup topik penelitian dapat dibagi menjadi dua, yaitu. studi statistik dan studi kasus. Penelitian ini termasuk dalam penelitian statistik, yaitu tentang



keluasan penelitian daripada kedalaman penelitian. Pada artikel ini, tujuannya adalah untuk menentukan karakteristik populasi menggunakan inferensi berdasarkan karakteristik sampel, sehingga pengujian hipotesis dikontrol secara kuantitatif.

7) Lingkungan riset

Desain juga berbeda karena tergantung pada kondisi lingkungan, apakah itu terjadi dalam kondisi lingkungan nyata (kondisi lapangan) atau kondisi yang dimanipulasi (kondisi laboratorium). Berdasarkan lingkungan penelitian, penelitian ini dikelompokkan dengan kondisi lingkungan nyata atau kondisi lapangan.

8) Persepsi peserta

Kegunaan desain dapat berkurang jika peserta dalam studi buta merasa bahwa penelitian sedang dilakukan. Pengamatan partisipan dapat memengaruhi temuan penelitian dengan cara yang tidak terlihat. Terdapat tiga tingkatan persepsi yaitu partisipan tidak merasakan penyimpangan dari rutinitas kesehariannya, partisipan merasakan penyimpangan namun tidak bersentuhan dengan peneliti, dan partisipan merasakan penyimpangan yang disebabkan oleh peneliti. Dalam penelitian ini pendapat partisipan adalah partisipan tidak merasakan penyimpangan dari rutinitas sehari-hari sampai partisipan merasakan penyimpangan tersebut, namun hal tersebut tidak ada hubungannya dengan peneliti. Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode deskriptif dengan pendekatan survey. Tujuan dari penelitian deskriptif ini adalah untuk mendapatkan gambaran seakurat mungkin tentang individu, kondisi, gejala atau kelompok tertentu. Penelitian dilakukan dengan mengumpulkan data dari kuesioner yang dibagikan kepada responden yang mengkonsumsi minuman Subway di Mall Kelapa Gading Jakarta Utara. Kuesioner berisi beberapa pertanyaan tentang bagaimana kualitas produk dan kualitas layanan mempengaruhi kepuasan konsumen Subway di Mall Kelapa Gading di Jakarta Utara.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

8

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.



C. Variabel Penelitian

Terdapat tiga variabel dalam penelitian ini, yang terdiri dari dua variabel bebas dan satu variabel terikat. Variabel bebasnya adalah kualitas produk dan kualitas pelayanan, sedangkan variabel terikatnya adalah kepuasan konsumen. Indikator dan pertanyaan untuk masing-masing variabel dijelaskan sebagai berikut:

1. Variabel Kualitas Produk

Variabel kualitas produk dijabarkan dalam tabel 3.1 berikut :

Tabel 3. 1
Indikator dan Item Pernyataan Kualitas Produk

Variabel	Dimensi	Indikator	Skala
Kualitas Produk	Bentuk	Varian produk Sandwich yang disajikan oleh Subway di Mall Kelapa Gading, Jakarta Utara menarik untuk dicoba	Interval
	Fitur	Tampilan Sandwich yang disajikan Subway di Mall Kelapa Gading, Jakarta Utara menarik	Interval
	Penyesuaian Masal	1. Porsi isi dari Sandwich yang disajikan oleh Subway di Mall Kelapa Gading, Jakarta Utara sesuai denan keinginan/kebutuhan konsumen 2. Subway di Mall Kelapa Gading, Jakarta Utara menyajikan menu yang bervariasi	Interval
	Mutu Kesesuaian	1. Makanan yang disediakan Subway di Mall Kelapa Gading, Jakarta Utara higienis/sehat 2. Aneka makanan yang disajikan Subway di Mall Kelapa Gading, Jakarta Utara menggugah selera 3. Makanan yang disajikan Subway di Mall Kelapa Gading, Jakarta Utara	Interval

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

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.



<p>© Hak cipta milik IBI KKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)</p>		<p>sesuai dengan menu yang ditawarkan</p> <p>4. Rasa semua makanan yang disajikan Subway di Mall Kelapa Gading, Jakarta Utara sesuai dengan tampilan visual</p> <p>5. Penyajian makanan Subway di Mall Kelapa Gading, Jakarta Utara menarik</p>	
	Gaya	<p>Makanan yang disajikan Subway di Mall Kelapa Gading, Jakarta Utara memiliki ciri khas</p>	Interval
	Kehandalan	<p>1. Minuman yang disajikan Subway di Mall Kelapa Gading, Jakarta Utara aman dikonsumsi</p> <p>2. Produk minuman yang ditawarkan di Subway di Mall Kelapa Gading, Jakarta Utara paling unggul diantara pesaingsekitar</p>	Interval

Sumber: Kotler and Keller (2012 : 351)

2. Variabel Kualitas Layanan

Variabel kualitas layanan dijabarkan dalam tabel 2.2 berikut :

Tabel 3. 2

Indikator dan Item Pernyataan Kualitas Layanan

Variabel	Dimensi	Indikator	Skala
Kualitas Layanan	Bukti Fisik	<p>1. Subway di Mall Kelapa Gading, Jakarta Utara memiliki tempat yang bersih</p> <p>2. Ruangan Office Subway di Mall Kelapa Gading, Jakarta Utara tertata rapi</p> <p>3. Karyawan Subway di Mall Kelapa Gading, Jakarta Utara berpenampilan rapi dan menarik</p>	Interval

Hak Cipta Ditindungi 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.



<p>© Hak cipta milik IBI KKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)</p>		<ol style="list-style-type: none"> Kondisi ruangan Subway di Mall Kelapa Gading, Jakarta Utara memberikan kenyamanan Fasilitas pelengkap (meja, kursi, wastafel, dll) yang disediakan Subway di Mall Kelapa Gading, Jakarta Utara dalam keadaan baik. Koneksi WiFi cepat 	
<p>Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang</p>	<p>Daya Tanggap</p>	<ol style="list-style-type: none"> Pemesanan makanan di Subway di Mall Kelapa Gading, Jakarta Utara dilayani dengan cepat Pelayan Subway di Mall Kelapa Gading, Jakarta Utara memiliki pengetahuan tentang menu yang dipesan Karyawan Subway di Mall Kelapa Gading, Jakarta Utara selalu siap ketika dibutuhkan 	<p>Interval</p>
<p>Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang</p>	<p>Empati</p>	<ol style="list-style-type: none"> Pengunjung tidak perlu menunggu terlalu lama dari memesan sampai minuman disajikan Karyawan Subway di Mall Kelapa Gading, Jakarta Utara selalu tanggap terhadap keluhan yang diajukan konsumen Karyawan Subway di Mall Kelapa Gading, Jakarta Utara memberikan pelayanan dengan sopan 	<p>Interval</p>
<p>Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang</p>	<p>Jaminan</p>	<ol style="list-style-type: none"> Karyawan Subway di Mall Kelapa Gading, Jakarta Utara memberikan pelayanan yang nyaman bagi Anda Karyawan Subway di Mall Kelapa Gading, Jakarta Utara ramah saat memberikan pelayanan kepada konsumen 	<p>Interval</p>
<p>Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang</p>	<p>Kehandalan</p>	<ol style="list-style-type: none"> Karyawan Subway di Mall Kelapa Gading, Jakarta Utara memberikan perhatian serius ketika tempat penuh Karyawan Subway di Mall Kelapa Gading, Jakarta Utara memberikan pelayanan yang sama tanpa membeda-bedakan konsumen 	<p>Interval</p>



3. Variabel Kepuasan Konsumen

Variabel kepuasan konsumen dijabarkan dalam tabel 3.3 berikut :

Tabel 3. 3

Indikator dan Item Pernyataan Kepuasan Konsumen

Variabel	Dimensi	Indikator	Skala
Kepuasan Konsumen	Kesesuaian harapan	<ol style="list-style-type: none"> 1. Saya merasa puas setelah menikmati makanan Subway di Mall Kelapa Gading, Jakarta Utara 2. Saya merasa puas dengan harga yang ditetapkan oleh Subway di Mall Kelapa Gading, Jakarta Utara 3. Saya merasa puas dengan pelayanan yang diberikan Subway di Mall Kelapa Gading, Jakarta Utara 4. Saya memperoleh pengalaman lebih baik dibandingkan dengan tempat lain yang sejenis 5. Pelayan memberikan pelayanan yang baik 6. Minuman yang disediakan Subway di Mall Kelapa Gading, Jakarta Utara sesuai dengan selera saya 7. Fasilitas penunjang yang diberikan sangat memadai 	Interval
	Minat berkunjung kembali	<ol style="list-style-type: none"> 1. Saya berminat untuk berkunjung kembali ke Subway di Mall Kelapa Gading, Jakarta Utara karena produk yang disajikan memuaskan 2. Saya berminat untuk berkunjung kembali ke Subway di Mall Kelapa Gading, Jakarta Utara karena harga yang ditetapkan Subway di Mall Kelapa Gading, Jakarta Utara lebih murah dibandingkan dengan tempat lain yang sejenis 3. Saya berminat untuk kembali ke Subway di Mall Kelapa Gading, Jakarta Utara karena pelayanannya memuaskan 	Interval

Hak cipta milik IBI (Kantor Pusat) 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.



<p>C Hak cipta milik IBI KKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)</p> <p>Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang</p> <p>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.</p> <p>2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.</p>	<p>Kesediaan merekomendasikan</p>	<ol style="list-style-type: none"> 1. Saya merekomendasikan Subway di Mall Kelapa Gading, Jakarta Utara sebagai salah satu tempat tujuan Sandwich kepada kenalan saya karena produk yang disajikan memuaskan 2. Saya merekomendasikan Subway di Mall Kelapa Gading, Jakarta Utara sebagai salah satu tempat tujuan Sandwich kepada kenalan saya karena harga yang ditetapkan oleh pihak Subway di Mall Kelapa Gading, Jakarta Utara lebih murah dibandingkan dengan tempat Sandwich lain yang sejenis 3. Saya merekomendasikan Subway di Mall Kelapa Gading, Jakarta Utara sebagai salah satu tempat tujuan Sandwich kepada kenalan saya karena pelayanannya sangat memuaskan 	<p>Interval</p>
---	-----------------------------------	--	-----------------

D. Teknik Sampling

Teknik pengambilan sampel yang digunakan adalah non-probability sampling atau yang disebut juga penarikan sample secara tidak acak. Populasi ini akan diambil 100 responden dengan teknik judgement sampling.

E. Teknik Pengumpulan Data

Teknik non-probability sampling digunakan dalam penelitian ini. Menurut Sugiyono (2016:82), non-probability sampling adalah teknik pengambilan sampel yang tidak memberikan kesempatan/probabilitas yang sama kepada setiap elemen sampel atau anggota populasi. Teknik pengambilan sampel yang digunakan adalah teknik estimasi sampling. Teknik pengumpulan data menggunakan teknik komunikasi dengan menyebarkan kuesioner secara online melalui Google Docs dan tatap muka dengan klien secara offline. Berdasarkan daftar pertanyaan kuesioner yang telah disiapkan peneliti, peneliti menentukan skor jawaban yang diberikan oleh responden berdasarkan



nilai setiap jawaban yang diterima dalam skala Likert. Skala Likert digunakan untuk mengatur sikap, pendapat, dan persepsi seseorang atau sekelompok orang tentang fenomena sosial.

E. Teknik Analisis Data

F. Uji Validitas

Uji validitas menurut Ghozal (2016:52) digunakan untuk mengukur legitimasi atau validitas kuesioner. Suatu survey dikatakan valid jika pertanyaan-pertanyaandalam kuesioner dapat mengungkapkan sesuatu yang diukur oleh kuesioner tersebut. Pada dasarnya validitas adalah ukuran apakah pertanyaan dalam kuesioner benar-benardapat mengukur apa yang ingin diukur. Uji Korelasi dilakukan dengan membandingkanr yang didapat dengan rpearson product moment pada tabel, dilihat dari $n = \text{jumlah respondendengan } \alpha=5\%$ atau pada tingkat kepercayaan 95%, Maka $r\text{-tabel } (0,05; 30) = 0,561$. Jika $r\text{-hitung} > r\text{tabel}$ maka butir pertanyaan yang diteliti dianggap valid, sebaliknya jika $r\text{-hitung} < r\text{tabel}$ makan butir pertanyaan tidak valid.

2. Uji Reabilitas

Jika ukuran ditemukan valid, keandalan ukur diverifikasi. Reliabilitas menurut Ghozal (2016: 7) adalah alat untuk mengukur suatu kuesioner yang menjadi indikator suatu variabel atau konstruk. Sebuah survei dianggap andal atau dapat dipercaya jika jawaban atas pertanyaan konsisten atau stabil dari waktu ke waktu

3. Rata-rata dan Rentang Skala

Pendeskripsian variabel yang diteliti dilakukan dengan skor rata-rata kemudian skor rata-rata tersebut diterapkan pada skala wilayah, kemudian data primer yang diperoleh dari kuesioner dikelompokkan dalam skala wilayah untuk menentukan letak



skala wilayah. skor rata-rata variabel/dimensi/indikator. Perhitungan luas yang diukur adalah sebagai berikut:

$$R_s = \frac{m - l}{k}$$

Keterangan :

R_s = Rentang skala

m = Skor terbesar

k = Banyaknya kategorisasi

l = skor terkecil

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

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

Tabel 3.4 menyajikan rentang skala dan kriterianya

Tabel 3. 4 Kriteria

Rentang Skala

Rentang Nilai	Kriteria
1,00 - 1,80	Sangat Tidak Baik /Sangat Tidak Puas
1,81 - 2,60	Tidak Baik/Tidak Puas
2,61 - 3,40	Cukup Baik/Cukup Puas
3,41 - 4,20	Baik/ Puas
4,21 - 5,00	Sangat Baik/ Sangat Puas

Sumber : Lampiran

4. Analisis Regresi Linier Berganda

Analisis regresi linier berganda dilakukan untuk mengetahui hubungan antara dua variabel atau lebih. Analisis regresi linier berganda dapat digunakan untuk melihat apakah suatu variabel dapat memprediksi atau memprediksi variabel lain dalam suatu penelitian. Hasil analisis regresi linier berganda disajikan sebagai koefisien untuk

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.



masing-masing variabel independen. Koefisien diperoleh ketika nilai variabel dependen diprediksi dengan menganalisis persamaan. Dalam analisis regresi linier berganda, terdapat hubungan antara dua variabel atau lebih. Dalam penelitian ini variabel bebasnya adalah kualitas pelayanan dan kualitas produk. Sedangkan variabel terikatnya adalah kepuasan konsumen

Persamaan regresi linier berganda adalah sebagai berikut :

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

Keterangan :

Y = kepuasan konsumen

β_0 = konstanta

$\beta_1 - \beta_2$ = koefisien regresi masing-masing variabel

X_1 = kualitas produk

X_2 = kualitas layanan

e = error

a. Uji Multikolonieritas

Menurut Ghozal (2016:103), tujuan uji multikolonieritas adalah untuk menguji apakah model regresi menemukan korelasi antar variabel independen. Pengujian hipotesis klasik digunakan untuk mengetahui apakah model yang digunakan dalam penelitian sudah benar. Model harus memenuhi uji asumsi klasik. Uji hipotesis klasik yang digunakan dalam penelitian ini meliputi uji multikolonieritas, yang bertujuan untuk menguji apakah model regresi menemukan korelasi antar variabel independen. Model regresi yang baik seharusnya tidak ada korelasi antar variabel independen. Untuk mendeteksi ada tidaknya multikolonieritas di dalam model regresi dapat dilihat dari nilai tolerance dan nilai

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

Hak Cipta dilindungi 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.



Variance Inflation Factor (VIF). Model regresi yang bebas multikolonieritas adalah yang mempunyai nilai $VIF < 10$ dan nilai tolerance $> 0,1$. Pengujian asumsi berikutnya adalah asumsi normalitas berikut ini.

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

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

b Uji Normalitas

Menurut Ghozal (2016:15), tujuan uji normalitas adalah untuk memeriksa apakah residual atau variabel residual dalam model regresi berdistribusi normal. Model regresi yang baik adalah residual yang berdistribusi normal. Asumsi normalitas ini diperlukan karena uji-t dan uji-F mengasumsikan bahwa nilai residual mengikuti distribusi normal, sebaliknya uji statistik tidak berlaku untuk sampel kecil. Uji normalitas dalam penelitian ini dilakukan dengan uji statistik non-parametrik Kolmogorov-Smirnov (K-S). Kriteria suatu data residual berdistribusi normal yaitu nilai Asymp. Sig. (2-tailed) $> 0,05$. Pengujian asumsi berikutnya adalah asumsi heteroskedastisitas.

c Uji Heteroskedastisitas

Uji heteroskedastisitas bertujuan untuk menguji apakah terdapat ketidaksamaan varians dalam model regresi dari satu pengamatan residual ke pengamatan lainnya. Jika variasi residual dari satu pengamatan ke pengamatan lainnya tetap, maka disebut homoskedastisitas, dan jika berbeda, maka disebut heteroskedastisitas. Model regresi yang baik adalah yang tidak memiliki heteroskedastisitas. Ukuran heteroskedastisitas dilihat dari nilai signifikansi masing-masing variabel bebas. Jika nilai signifikansi lebih besar dari 5% maka variabel bebas tidak menunjukkan heteroskedastisitas (homoskedastisitas). Nilai signifikansi kurang dari 5% menunjukkan adanya heteroskedastisitas pada variabel

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.



bebas. Setelah dilakukan pengecekan asumsi klasik, dilakukan pengujian

© hipotesis yaitu. Uji-F dan uji-t dilakukan sebagai berikut.

5. Pengujian Keberartian Model (Uji Statistik F)

Uji statistik F ini digunakan untuk menguji keberartian model regresi apakah model regresi dapat digunakan atau tidak, dan juga untuk melihat bagaimanakah pengaruh semua variabel bebasnya berpengaruh terhadap variabel terikatnya:

$H_0 : \beta_1 = \beta_2 = 0$ (Model regresi tidak layak digunakan).

$H_a : \text{Paling sedikit ada satu } \beta_i \neq 0, i = 1,2;$ (Model regresi layak

digunakan). Kriteria pengambilan keputusan :

Jika $\text{Sig-F} < 0,05$ maka tolak H_0 , artinya adalah model regresi layak digunakan. Jika $\text{Sig-F} \geq 0,05$ maka tidak tolak H_0 , artinya adalah model regresi tidak layak digunakan.

Jika uji F hasilnya adalah tolak H_0 maka pengujian selanjutnya akan dilakukan pengujian uji t sebagai berikut.

6. Pengujian Koefisien Regresi (Uji Statistik t)

Uji t digunakan untuk mengetahui pengaruh masing-masing variabel independen secara individual terhadap variabel dependen. Langkah-langkah yang dapat dilakukan adalah sebagai berikut :

Menentukan hipotesis

$H_0: \beta_i = 0$



$$H_a : \beta_i > 0$$

Menetapkan tingkat kesalahan (α)

= 0,05 Pengambilan keputusan :

Jika $\text{Sig-t} < 0,05$ maka tolak H_0 , artinya adalah variabel independen memilikipengaruh yang signifikan secara positif terhadap variabel dependen.

Jika $\text{Sig-t} \geq 0,05$ maka tidak tolak H_0 , artinya adalah variabel independen tidakmemiliki pengaruh yang signifikan secara positif terhadap variabel dependen.

7. Koefisien Determinasi (R^2)

Menurut Ghozali (2016: 95), koefisien determinasi (R^2) pada intinya mengukur seberapa jauh kemampuan model dalam menerangkan variasi variabel dependen. Nilai koefisien determinasi adalah antara nol dan satu. Nilai R^2 yang kecil berarti kemampuan variabel independen dalam menjelaskan variabel dependen sangat terbatas.

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

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 IBKKG.

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBKKG.