



BAB III METODE PENELITIAN



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

A. Objek Penelitian

Objek penelitian yang digunakan pada penelitian ini adalah *Skincare Azarine* di Jakarta Utara. Sementara subjek dari penelitian ini adalah konsumen *Skincare Azarine* di Jakarta Utara.

B. Desain Penelitian

Berdasarkan teori yang dikemukakan oleh Cooper dan Schindler (2017:125) desain penelitian ialah rancangan penelitian yang memiliki definisi sebagai rencana penyelidikan dan struktur penyelidikan yang dirancang untuk memperoleh jawaban dari setiap pertanyaan penelitian.

Jenis penelitian ini menggunakan jenis penelitian kuantitatif beserta menggunakan faktor deskriptif. Penelitian kuantitatif dengan format deskriptif memiliki tujuan untuk bisa menjelaskan, meringankan berbagai situasi dan kondisi serta berbagai variabel yang muncul dimasyarakat yang menjadi objek penelitian berlandaskan apa yang terjadi. Penelitian ini memiliki maksud supaya penulis bisa mengetahui pengaruh *Brand Ambassador* dan *Brand Image* terhadap keputusan pembelian *Skin Care Azarine*.

Selanjutnya ada delapan kategori dari desain penelitian menurut Cooper dan Schindler (2017:126) yaitu:

1. Tingkat Penyelesaian Pertanyaan Penelitian

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.



Berdasarkan tingkat penyelesaian pertanyaan penelitian, penelitian ini termasuk dalam penelitian formal karena penelitian ini bertujuan untuk menguji hipotesis dan menjawab semua pertanyaan penelitian yang diajukan.

2. Metode Pengumpulan Data

Berdasarkan metode pengumpulan data, penelitian ini menggunakan studi komunikasi dengan mengajukan beberapa pertanyaan melalui kuisisioner *Google forms* yang diberikan kepada subjek penelitian.

3. Pengendalian Variable

Berdasarkan pengendalian variabel, penelitian ini menggunakan desain *ex post facto* dimana peneliti tidak memiliki kontrol terhadap variabel-variabel. Peneliti melaporkan berdasarkan apa yang terjadi dan apa yang tidak terjadi.

4. Tujuan Studi

Berdasarkan tujuan studi, penelitian termasuk dalam bagian penelitian *causal-explanatory*, karena penelitian ini memiliki tujuan untuk meneliti keterkaitan antar variabel.

5. Dimensi Waktu

Berdasarkan dimensi waktu penelitian ini hanya dilakukan satu kali dan menggunakan studi *cross-sectional (cross-sectional study)* untuk menunjukkan kejadian pada suatu waktu tertentu.

6. Cakupan Topik

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 cakupan topik, penelitian ini menggunakan studi statistik (*statistical study*). Studi ini mempunyai tujuan untuk menangkap karakteristik populasi karena diuji dengan menggunakan metode kuantitatif.

7. Lingkungan Penelitian

Berdasarkan lingkungan penelitian, penelitian ini tercantum ke dalam survei lapangan atau kondisi lapangan (*field condition*) karena dilaksanakan dengan cara menyebarkan kuisisioner kepada responden.

8. Presepsi Subjek

Berdasarkan kesadaran presepsi subjek, penelitian bertujuan untuk menerima presepsi yang sesuai dengan kehidupan sehari-hari responden dan realistis.

C. Variabel Penelitian

Berdasarkan teori yang dikemukakan oleh Cooper dan Schindler (2017:64) pengertian dari variabel adalah simbol dari suatu kejadian, tindakan, karakter, sifat, juga atribut yang bisa diukur dan diberi nilai.

Dalam penelitian ini, mengandung dua jenis variabel, yaitu variabel terikat (*dependent variable*) dan variabel bebas (*independent variable*). Variabel terikat di penelitian ini merupakan keputusan pembelian (Y), sementara variabel bebasnya adalah brand ambassador (X_1) dan brand image (X_2). Dibawah ini merupakan definisi dan pengukuran yang dipakai dari setiap variabel:



1. Brand Ambassador (X₁)

Brand Ambassador berdasarkan teori yang dikemukakan oleh Firmansyah (2019:137) merupakan seseorang yang mempunyai passion terhadap brand dan dapat mempengaruhi atau mengajak konsumen untuk membeli atau menggunakan suatu produk. Pengukuran variabel *Brand Ambassador* diukur menggunakan beberapa indikator yaitu:

Tabel 3.1

Operasionalisasi Variabel Brand Ambassador

Indikator	Butir Pernyataan	Skala
Kepopuleran (<i>Visibility</i>)	1) Menurut saya Lee Min Ho adalah seorang selebriti yang sangat populer dan banyak dikenal oleh masyarakat (kepopuleran) 2) Menurut saya kepopuleran Lee Min Ho sebagai <i>Brand Ambassador Azarine</i> dapat menarik perhatian saya.	Interval
Kredibilitas (<i>Credibility</i>)	1) Menurut saya Lee Min Ho bisa dipercaya ketika mempromosikan produk <i>skincare Azarine</i> . 2) Keahlian Lee Min Ho di bidang <i>Entertainment</i> dapat mendukungnya sebagai <i>Brand Ambassador</i> produk <i>skincare Azarine</i> .	Interval
Daya Tarik (<i>Attraction</i>)	1) Menurut saya Lee Min Ho memiliki daya Tarik yang kuat karena memiliki ciri fisik yang menarik.	Interval

© 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.



<p>© Hak Cipta milik IBI KKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie) Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang</p>	2) Menurut saya Lee Min Ho memiliki daya Tarik yang kuat karena memiliki bakat yang sangat terampil.	
	<p>1) Menurut saya Lee Min Ho memiliki pengaruh yang kuat untuk mempengaruhi persepsi konsumen.</p> <p>2) Menurut saya lee Min Ho mempunyai keahlian untuk menjadi Brand ambassador produk <i>skincare</i> Azarine</p>	Interval

Sumber: Diadaptasi dari Royan (2016:88)

2. Brand Image (X₂)

Brand image/ citra merek berdasarkan teori yang dikemukakan Firmansyah (2019:60) merupakan suatu kesan yang muncul dalam pikiran konsumen pada saat mengingat suatu merek pada suatu produk. Pengukuran variabel *Brand Image* diukur dengan beberapa indikator yaitu:

Tabel 3.2
Operasionalisasi Variabel Brand Image

Indikator	Butir Pernyataan	Skala
Keunggulan Asosiasi Merek	Azarine merupakan merek produk Skincare yang telah dikenal luas secara nasional.	Interval
Kekuatan Asosiasi Merek	Azarine menjual produk Skincare yang sesuai dengan ekspektasi konsumen.	Interval
Keunikan Asosiasi Merek	<i>Produk skincare Azarine</i> mempunyai keunikan di setiap keunikan disetiap cara promosi.	Interval



Sumber: Diadaptasi dari Firmansyah (2019:67)

3. Keputusan Pembelian (Y)

Berdasarkan teori yang dikemukakan oleh Indrasari (2019:70) Keputusan pembelian ialah aktivitas pengambilan keputusan yang dilaksanakan oleh individu secara langsung untuk melakukan pembelian mengenai produk yang ditawarkan. Pengukuran variabel keputusan pembelian diukur menggunakan beberapa indikator yaitu:

Tabel 3.3
Operasionalisasi Variabel Keputusan Pembelian

Indikator	Butir Pernyataan	Skala
Pilihan produk (<i>Product choice</i>)	<ol style="list-style-type: none"> 1) Menurut saya skincare <i>Azarine</i> memberikan produk dengan kualitas yang baik. 2) Pilihan produk dari skincare <i>Azarine</i> beragam 3) Saya memilih produk skincare <i>Azarine</i> karena sudah cocok dengan produknya. 4) Menurut saya produk yang diberikan produk skincare <i>Azarine</i> memiliki kandungan yang baik 	Interval
Pilihan merek (<i>Brand choice</i>)	<ol style="list-style-type: none"> 1) Saya memilih merek <i>Azarine</i> karena memiliki citra merek yang baik 2) Saya memilih merek <i>Azarine</i> karena terdaftar di BPOM. 3) <i>Azarine</i> merupakan merek yang sudah terkenal dan terpercaya 	Interval
Peilihan penyalur (<i>Dealer choice</i>)	<ol style="list-style-type: none"> 1) Produk <i>skin care Azarine</i> dapat dibeli di berbagai toko online. 	Interval

© 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,

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) Produk skincare <i>Azarine</i> mudah untuk didapatkan.	
1. Waktu pembelian (<i>Purchase Timing</i>)	Produk <i>skincare Azarine</i> dapat dibeli disetiap saat.	Interval
2. Jumlah pembelian (<i>Purchase Amount</i>)	Produk <i>skincare Azarine</i> dapat dibeli dalam jumlah banyak / lebih dari satu	Interval

Sumber: Diadaptasi dari Kotler dan Keller (2016) dalam Meithiana Indrasari (2019)

D. Teknik Pengambilan Sampel

Dalam tahap pengambilan sampel, Hair *et al.*, (2019:133) mengemukakan bahwa jumlah sampel disarankan sebanyak 100 atau lebih besar. Banyaknya sampel yang diambil sekiranya minimal lima kali lebih banyak dari pada jumlah pertanyaan pada penelitian. Di penelitian ini terkandung 22 pertanyaan, maka sampel yang akan diambil menurut hasil teori diatas adalah $22 \times 5 = 110$ responden.

Dalam penelitian ini, teknik pengambilan sample yang digunakan adalah teknik *non-probability* sampling. Menurut Hardani, et.al, (2020:403) *non-probability* sampling menyertakan sampel spesifik yang ditetapkan berdasarkan karakteristik tertentu yang relevan dengan penelitian.

Jenis teknik *non-probability* sampling yang akan digunakan dalam penelitian ini adalah *judgement sampling*. Teknik *judgement sampling* yang merupakan pengambilan sampel dengan menggunakan beberapa pertimbangan tertentu sesuai dengan kriteria yang telah ditentukan.

Kriteria yang ditentukan oleh peneliti dalam menetapkan sample pada penelitian ini yaitu pengguna produk *Skincare Azarine* yang bertempat tinggal dikawasan Jakarta Utara.



E. Teknik Pengumpulan Data

Pada penelitian ini sumber data yang digunakan adalah data primer. Menurut Hardani, et.al, (2020:401) data primer merujuk kepada data yang sudah dikumpulkan secara langsung dari sumber pertama dan cara paling umum untuk memperoleh data primer dalam penelitian kuantitatif adalah melalui eksperimen dan survei.

Sumber data yang dipakai dalam penelitian ini adalah data primer yang merupakan data yang diambil langsung dari sumber pertama/responden. Teknik pengumpulan data yang digunakan adalah teknik komunikasi dengan menyebarkan kuesioner pada pengguna *skin care Azarine* di Jakarta Utara. Pengumpulan data yang digunakan peneliti adalah menggunakan media kuesioner elektronik yang berupa media *Google Forms* dan akan disebarkan kepada calon responden yang memenuhi kriteria yang sudah ditentukan.

Jenis kuisisioner yang dipakai merupakan pertanyaan yang bersifat tertutup, yaitu pertanyaan yang telah dipersiapkan dengan memberikan beberapa pilihan jawaban. Kuesioner dirancang dengan memakai skala Likert yang menggunakan lima ukuran, yaitu STS = Sangat Tidak Setuju, TS = Tidak Setuju, N = Netral, S = Setuju, SS = Sangat Setuju.

F. Teknik Analisis Data

Sesudah melakukan pengumpulan data melalui kuisisioner, peneliti mulai melaksanakan pengolahan data untuk di analisis. Pengolahan data pada penelitian ini menggunakan metode analisis kuantitatif dan menggunakan bantuan program aplikasi pengolah data statistika yaitu *SPSS (Statistical Program for Social Science)* karena *SPSS*



memiliki beberapa keunggulan yaitu memberikan tampilan data yang lebih informatif dan memberikan informasi lebih akurat.

1. Uji Validitas dan Reabilitas

a. Uji validitas

Menurut Hardani, et.al, (2020:198) validitas merupakan tingkat ketepatan pengukuran antara data yang sebenarnya terjadi pada objek yang diteliti dengan data yang dilaporkan oleh peneliti.

Uji validitas dilaksanakan untuk melihat seberapa baik suatu tes pengukuran mengukur objek yang akan diukur. Instrument dapat dinyatakan valid bila alat yang dipakai akurat dalam mengukur objek. Uji validitas dihitung dengan cara menghitung korelasi antara seluruh skor pertanyaan dengan skor total yang dihubungkan /dikorelasi atau yang disebut *corrected – item total correlation*, memakai metode rumus korelasi *Product-Moment*. Berikut merupakan rumus korelasi *Product-Moment*:

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

Keterangan:

- r = Koefisien Korelasi *Pearson Product- Moment*
- n = ukuran sampel
- X = skor pertanyaan
- Y = skor total perkoreksi

Uji validitas bisa dilihat dengan cara membandingkan antara r hitung dan r tabel (n-2):

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



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

- 1) Apabila $r_{hitung} > r_{tabel}$, maka ditanyakan valid,
- 2) Apabila $r_{hitung} < r_{tabel}$, maka dinyatakan tidak valid.

b. Uji Reliabilitas

Menurut Saptutyingsih dan Setyaningrum (2019:166) dijelaskan reliabilitas merupakan kestabilan hasil pengukuran secara berulang dari waktu ke waktu atau dari masa ke masa.

Reliabilitas alat ukur dapat diketahui dengan melakukan pengukuran berulang pada gejala yang sama dengan hasil yang sama. Pengujian reliabilitas memiliki tujuan untuk menampilkan seberapa jauh suatu pengukuran dapat dikatakan konsisten apabila pengukuran dilaksanakan berulang-ulang. Menurut Imam Ghozali (dikutip oleh Ikhwan, 2019) Variabel dapat dinyatakan reliabel apabila memberikan nilai *Cronbach's Alpha* $> 0,60$, nilai *Composite Reliability* $> 0,60$, nilai *Average Variance Extracted (AVE)* $> 0,50$ Berikut adalah rumus dari *Cronbach's Alpha*:

$$r_{11} = \left[\frac{k}{k-1} \right] \left[\frac{1 - \sum \sigma b^2}{\sigma t^2} \right]$$

Keterangan:

r_{11} = reliabilitas instrumen

k = jumlah pernyataan

σt^2 = varians total

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



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. Analisis Deskriptif

a. Rata-rata Hitung (*Mean*)

Setelah memperoleh data hasil dari kuisioner, selanjutnya dilakukan perhitungan untuk mengetahui tingkat rata-rata respon dari pada responden. Rumus untuk menghitung rata-rata adalah sebagai berikut:

$$\bar{x} = \frac{(\sum f_i \cdot x_i)}{n}$$

Keterangan:

\bar{x} = Skor rata – rata

f_i = Frekuensi pemilihan nilai

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

n = Jumlah frekuensi/responden

b. Selang Kepercayaan (*Confidence Interval*)

Selang kepercayaan dihitung untuk membaca perkiraan rentang nilai yang meliputi nilai parameter populasi aktual. Rumus untuk menghitung selang kepercayaan adalah sebagai berikut:

$$CI = \bar{x} \pm z \frac{s}{\sqrt{n}}$$

Keterangan:



© 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.

- CI = *Confidence Interval*
- \bar{x} = *Sample Mean*
- z = *Confidence Level Value*
- s = *Sample Standard Deviation*
- n = *Sample Size*

c. Rentang Skala

Sesudah mendapatkan nilai rata-rata, tahap berikutnya adalah digambarkan rentang skala dengan maksud yaitu menetapkan letak variabel dengan nilai skor untuk setiap variabel yang dipakai.

Rumus yang dapat digunakan yaitu:

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

Keterangan:

m = nilai tertinggi

p = nilai terendah

b = jumlah kelas/ banyaknya kategori

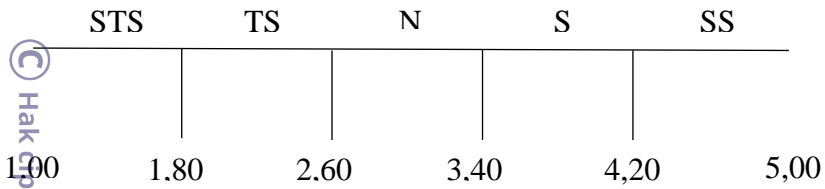
Skor tertinggi ialah 5 dan skor terendah ialah 1, dengan jumlah kelas atau kategorinya ialah 5, oleh sebab itu bisa ditetapkan rentang skalanya dibawah ini:

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



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.



Keterangan:

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

1,81 – 2,60 = Tidak Setuju (TS)

2,61 – 3,40 = Netral (N)

3,41 – 4,20 = Setuju (S)

4,21 – 5,00 = Sangat Setuju (SS)

3. Analisis Regresi Linier Berganda

a. Estimasi Persamaan Regresi

Model analisis yang digunakan untuk penelitian ini adalah model analisis regresi linear berganda (*Multiple Regression*). Penelitian ini memiliki dua variabel independen, maka bisa disimpulkan bahwa regresi penelitian ini adalah regresi berganda. Tujuan dari persamaan regresi dalam penelitian ini untuk mengetahui seberapa besar pengaruh variabel bebas terhadap variabel terikat.

Persamaan regresi berganda yang dipakai dalam bagian penelitian ini yaitu:

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

Keterangan:



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

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

Y	= Keputusan Pembelian
β_0, β_1, β	= Parameter
β_1	= Koefisien regresi dari kualitas produk
β_2	= Koefisien regresi dari persepsi harga
X_1	= Variabel <i>Brand Ambassador</i>
X_2	= Variabel <i>Brand Image</i>
ϵ	= Nilai Residual (epsilon)

Adapun persamaan regresi diatas akan di estimasi dengan persamaan regresi estimasi seperti dibawah ini:

$$\hat{Y} = b_0 + b_1X_1 + b_2X_2$$

\hat{Y} = Estimasi keputusan pembelian

b_0, b_1, b_2 = Statistik

b_1 = Koefisien regresi estimasi *Brand Ambassador*

b_2 = Koefisien regresi estimasi *Brand Image*

b. Uji Asumsi Klasik

Setelah persamaan regresi estimasi telah diperoleh, lalu akan dilanjut dengan dilakukannya uji asumsi klasik yang terdiri dari:

(1) Uji Normalitas

Uji normalitas memiliki maksud / Tujuan untuk memahami didalam bentuk regresi apakah variabel bebas dan variabel terikat mempunyai nilai distribusi yang normal atau sebaliknya.

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

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian

Uji statistik yang bisa dipergunakan dalam menguji normalitas residual yaitu uji statistic non – parametik Kolmogorov – Smirnov (K – S). Uji K – S dilaksanakan 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 yaitu:

(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 memiliki tujuan untuk menguji apakah model regresi didapat adanya korelasi antar variabel bebas. Model regresi yang baik semestinya tidak terjalin korelasi antara variabel bebas, karena apabila terjalin korelasi akan menyebabkan para variabel tersebut tidak orthogonal dan terjadi kesalahan. Dalam melihat adanya terjadi multikolinearitas bisa diketahui variance inflation

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.

factor (VIF) dan toleransi pedoman suatu model regresi yang bebas multikolinearitas yaitu seperti dibawah ini :

- 1) Apabila nilai Tolerance $> 0,10$ atau VIF < 10 , maka tidak terjadi multikolinieritas.
- 2) Apabila nilai Tolerance $< 0,10$ atau VIF > 10 , maka terjadi multikolinieritas.

(3) Uji Heteroskedastisitas

Menurut Ghozali (2021:178) uji heteroskedastisitas memiliki tujuan untuk memahami bahwa apakah dalam model regresi terjadi ketidaksamaan variance residual dari satu pengamatan ke pengamatan yang lain. apabila varians dari residual satu pengamatan ke pengamatan lain tetap, bisa disebut heteroskedastisitas. Model regresi yang baik semestinya yang homoskedastisitas atau tidak terjadi heteroskedastisitas. Uji heteroskedastisitas bisa dilaksanakan memakai uji Glejser yaitu seperti dibawah ini:

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

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

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang



KWIK KIAN GIE
SCHOOL OF BUSINESS

Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian

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



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. Uji Kesesuaian Model (Uji F)

Pengujian kesesuaian model atau uji F bertujuan untuk menentukan apakah model yang dipakai valid dengan data, apabila sudah sesuai maka model tersebut akan dipakai. Untuk memahami apakah model yang dipakai valid dengan data bisa dilihat dari hasil pengujian H_0 dan H_a berikut:

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

H_a : paling sedikit satu $\beta_i \neq 0$ ($i = 1, 2$)

Keterangan:

- 1) Apabila $\text{sig} > 0,05$ maka model dapat dianggap tidak sesuai.
- 2) Apabila $\text{sig} < 0,05$ maka model dapat dianggap sesuai, dengan demikian model akan digunakan dalam pengujian koefisien regresi parsial.

d. Uji Hipotesis Penelitian (Uji T)

Uji T bertujuan untuk melihat seberapa jauh pengaruh satu variabel bebas secara individual dan menjelaskan variasi dependen.

Pengujian hipotesis yang digunakan yaitu sebagai berikut:

Keterangan:

$$H_0 = \beta_1 = 0$$

$$H_a = \beta_1 > 0$$

$$H_0 = \beta_2 = 0$$

$$H_a = \beta_2 > 0$$



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.

Dasar pengambilan keputusan yaitu sebagai berikut:

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

e. Uji Koefisien Determinan (R²)

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

KD = Koefisien Determinasi

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

Berikut adalah Kriteria Analisisnya:

- (1) Apabila KD mendekati nol (0), artinya pengaruh antara variabel X terhadap variabel Y adalah lemah
- (2) Jika KD mendekati angka satu (1), artinya pengaruh antara variabel X terhadap variabel Y adalah kuat