



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

Pada penelitian ini, yang akan menjadi objek dalam penelitian ini adalah Produk Eatsambel, yaitu produk sambal dalam kemasan yang berfokus memasarkan produk lewat media sosial TikTok. dengan subjek penelitian, yakni konsumen atau pengguna TikTok yang pernah melihat konten atau ulasan mengenai Eatsambel di TikTok.

B. Desain Penelitian

Menurut Radjab dan Jam'an (2017: 72-73) Desain penelitian adalah kerangka kerja yang digunakan untuk melaksanakan penelitian. Desain penelitian dapat didefinisikan sebagai rencana dan struktur penyelidikan yang digunakan untuk memperoleh bukti-bukti empiris dalam menjawab pertanyaan penelitian.

Menurut Cooper dan Schindler (2014: 148-152) desain penelitian yang digunakan dalam penelitian ini berdasarkan berbagai perspektif. Pendekatan yang digunakan dalam metode penelitian ini bila ditinjau dari berbagai perspektif yang berbeda, yaitu:

1. Berdasarkan rumusan masalah
 - Berdasarkan pada rumusan masalah adalah tingkat atau urutan dimana persoalan dalam penelitian dirumuskan. Penelitian ini termasuk dalam penelitian yang resmi (formal).
2. Berdasarkan metode Pengumpulan Data
 - Merupakan penggunaan metode komunikasi yang mengajukan beberapa pertanyaan melalui kuesioner dan *survey* tentang subjek penelitian dan mengumpulkan hasil tanggapan secara pribadi dan impersonal.
3. Berdasarkan pengendalian variable

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.



Karena peneliti tidak memiliki kendali atas variable yang diteliti maka penelitian

ini menggunakan rancangan *ex post facto*, yang memungkinkan peneliti untuk melaporkan berdasarkan apa yang terjadi dan apa yang tidak.

4. Berdasarkan tujuan studi

Tujuan penelitiannya adalah kausal-eksplanatori, penelitian ini menjelaskan pengaruh antara variable yang diteliti.

5. Berdasarkan dimensi waktu

Berdasarkan dimensi waktu penelitian dilakukan satu kali dan menggunakan survey studi lintas-seksi (*cross-sectional*) untuk mencerminkan situasi pada titik waktu tertentu.

6. Berdasarkan cakupan topik

Merupakan penelitian yang menggunakan studi statistik, untuk menangkap karakteristik, karena diuji dengan model kuantitatif melalui uji statistik. (*sampling*)

7. Berdasarkan lingkungan penelitian

Studi ini termasuk ke dalam survei lapangan atau kondisi lapangan karena akan dilakukan dengan menyebarkan kuisioner kepada subjek dalam obyek penelitian.

8. Berdasarkan persepsi subjek

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk memastikan bahwa persepsi subjek merupakan persepsi yang realistis dan merupakan persepsi yang baik dan tidak menyimpang dari kehidupan sehari-hari.

C. Variable Penelitian

Penelitian ini menggunakan dua variabel penelitian, yaitu variabel bebas (independen) dan variabel terikat (dependen). Menurut Sugiyono (2017: 39), menjelaskan sebagai berikut:

1. Variabel bebas atau *Independen Variable (X)*



Adalah variabel yang mempengaruhi atau menjadi sebab timbulnya variabel

terikat. Dalam penelitian ini adalah variabel *Electronic word of mouth* (X1) dan *Content Marketing* (X2).

2 Variabel terikat atau *Dependent Variable* (Y)

Adalah variabel yang dipengaruhi atau yang menjadi akibat, karena adanya variabel bebas. Dalam penelitian ini adalah Minat Beli (Y).

Tabel 3.1
Operasionalisasi Variabel Electronic Word of Mouth

Dimensi	Pernyataan	Skala
<i>Intensity</i>	Saya sering memperoleh informasi mengenai Eatsambel dari TikTok	Interval
	Saya sering berinteraksi dengan pengguna lainnya melalui TikTok untuk mendapatkan informasi mengenai Eatsambel	
	Saya sering melihat ulasan pada kolom komentar di TikTok Eatsambel	
<i>Valence of Opinion</i>	Saya mendapat informasi positif pada kolom komentar TikTok Eatsambel	Interval
	Saya mendapat rekomendasi dari ulasan positif yang diberikan konsumen terdahulu pada kolom komentar TikTok Eatsambel	
	Saya tidak mendapat informasi negatif pada kolom komentar TikTok Eatsambel	
	Saya tidak mempercayai informasi negatif pada kolom komentar TikTok Eatsambel	
<i>Content</i>	Saya mendapatkan deskripsi produk yang jelas pada TikTok Eatsambel	Interval
	Saya mendapatkan penjelasan tentang kualitas produk-produk Eatsambel pada TikTok Eatsambel	
	Saya mendapatkan penjelasan tentang harga yang diberikan atau ditawarkan pada TikTok Eatsambel	

Tabel 3.2
Operasionalisasi Variabel Content Marketing

Dimensi	Pernyataan	Skala
<i>Content Creation</i>	Konten yang disampaikan pada TikTok Eatsambel menarik	Interval
	Konten yang disampaikan pada TikTok Eatsambel bisa dipercaya	
<i>Content Sharing</i>	Saya membagikan postingan akun TikTok Eatsambel kepada teman atau kerabat saya	Interval



Connecting	Saya sering berbagi konten TikTok Eatsambel	Interval
	Konten pada TikTok Eatsambel memperluas pertemanan	
Community Building	Saya menerima postingan tentang Eatsambel dari teman atau kerabat saya	Interval
	Konten pada TikTok Eatsambel menciptakan layanan interaksi sesama konsumen	
	Konten pada TikTok Eatsambel membangun komunitas bagi orang-orang yang memiliki minat yang sama terhadap Eatsambel	

Tabel 3.3
Operasionalisasi Variabel Minat Beli

Dimensi	Pernyataan	Skala
Minat Transaksional	Setelah melihat konten TikTok Eatsambel saya tertarik untuk membeli	Interval
Minat Referensial	Saya akan merekomendasikan produk Eatsambel kepada orang lain	Interval
Minat Preferensial	Eatsambel menjadi pilihan utama saya saat ingin membeli sambel dalam kemasan	Interval
Minat Eksploratif	Saya tertarik untuk mencari informasi produk-produk Eatsambel melalui Tiktok Eatsambel	Interval

D. Teknik Pengambilan Sampel

Untuk ukuran sampel sendiri menurut Hair et al., (2010: 101) dalam Pratita, B. W. A., Pratikto, H., & Sutrisno, S. (2018: 497-503) mengatakan bahwa jumlah sampel jika kurang dari 50 maka tidak bisa dianalisis faktor, sampel harus berjumlah 100 atau lebih sebagai ketentuan umum, minimal jumlah sampel dalam suatu penelitian.

Penelitian ini menggunakan teknik pengambilan *non probability sampling*. Menurut Sugiyono (2017: 84), *non probability sampling* adalah teknik pengambilan sampel yang tidak memberikan peluang atau kesempatan sama bagi setiap unsur atau anggota populasi untuk dipilih menjadi sampel.

Teknik Sampel yang digunakan dalam penelitian ini *purposive sampling* yaitu teknik penentuan sampel dengan pertimbangan tertentu, Dalam hal ini sebagai berikut :

1. Konsumen atau pengguna TikTok yang pernah melihat konten atau ulasan melalui



media sosial TikTok Eatsambel.

2. Jumlah responden 100.

E. Teknik Pengumpulan Data

Terdapat 2 jenis data berdasarkan sumber datanya, yaitu sumber primer dan sumber sekunder. Menurut Sugiyono (2017: 137) sumber primer merupakan sumber data yang langsung memberikan data kepada peneliti. Sumber skunder merupakan sumber yang tidak langsung memberikan data kepada peneliti, seperti lewat dokumen atau orang lain. Dalam penelitian ini, peneliti menggunakan data primer yang diperoleh langsung dari responden. Dengan cara individu atau perseorangan mengisi kuesioner melalui *Google Form*.

Teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan cara memberi seperangkat pertanyaan atau pernyataan kepada responden untuk dijawab. Yang nanti nya akan dikumpulkan dan diolah menjadi objek penelitian, Sugiyono (2017: 142).

Skala pengukuran variable yang digunakan dalam penelitian ini adalah skala likert. Menurut Sugiyono (2017: 93) skala likert digunakan untuk mengukur sikap, pendapat dan persepsi kelompok yang dimana berisi lima tingkat preferensi jawaban dengan pilihan sebagai berikut:

- 1 = Sangat Tidak Setuju
- 2 = Tidak Setuju
- 3 = Netral
- 4 = Setuju
- 5 = Sangat Setuju

Skala LIKERT dinyatakan ordinal karena pernyataan Sangat Setuju memiliki tingkat atau preferensi yang “lebih tinggi” dari kata Setuju, dan Setuju “lebih tinggi” dari



“Ragu-ragu”. Namun jika jarak skala itu sama besar atau konstan, maka skal LIKERT menjadi skala interval. Supaya data penelitian yang diperoleh valid dan reliabel, maka sebelum data kuesioner dibagikan, data keusioner tersebut akan diuji kelayakannya melalui dua teknik pengujian, yaitu :

1. Uji Validitas

Menurut Ghozali (2021: 66) uji validitas digunakan untuk mengukur sah atau valid tidaknya suatu kuesioner, suatu kuesioner dikatakan valid jika pertanyaan pada kuesioner mampu mengungkapkan sesuatu yang ingin diukur oleh kuesioner tersebut. Validitas suatu indikator dapat dievaluasi dengan tingkat signifikansi pengaruh anatara suatu variabel laten dengan indikatornya. Kriteria pada penilaian uji validitas, antara lain:

- Jika r hitung $>$ r tabel maka butir kuesioner tersebut valid.
- Jika r hitung $<$ r tabel maka butir kuesioner tersebut tidak valid.

Menurut Sugiyono (2017: 121) uji validitas digunakan untuk mendapatkan data itu valid, jika valid berarti instrument tersebut dapat digunakan untuk mengukur apa yang seharusnya diukur. Untuk menghitung kolerasi pada uji validitas dengan menggunakan metode *Pearson Product Moment*. Rumusan menurut Sugiyono (2017: 134), dengan rumus sebagai berikut:

$$r_{xy} = \frac{N\sum XY - (\sum X)(\sum Y)}{\sqrt{(N\sum X^2 - (\sum X)^2)((N\sum Y^2 - (\sum Y)^2)}}$$

Keterangan :

r_{xy} = Koefisien kolerasi antara variable X dan variable Y

N = Jumlah anggota populasi

X = Skor Indikator yang diuji



Y = Total skor indikator

2. Uji Reliabilitas

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

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

Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie

Menurut Ghozali (2021: 61-62) menjelaskan bahwa reliabilitas sebenarnya adalah alat ukur suatu kuesioner yang merupakan indikator dari variable atau konstruk. Kuesioner dikatakan reliabel atau handal jika jawaban seseorang terhadap suatu pertanyaan adalah konsisten dari waktu ke waktu. Ada dua metode yang dapat dilakukan untuk mengukur reliabilitas, yaitu:

a. Pengukuran ulang

Seseorang akan disajikan pertanyaan yang sama pada waktu yang berbeda, kemudian dilihat apakah ia akan tetap konsisten dengan jawabannya.

b. Pengukuran sekali saja

Pengukuran yang hanya dilakukan sekali dan kemudian hasilnya dibandingkan dengan korelasi antara jawaban pertanyaan. Suatu variabel dapat dikatakan reliabel jika memberikan nilai *Cronbach Alpha* > 0,70.

Penelitian ini menggunakan uji reliabilitas *Cronbach Alpha* dengan taraf signifikansi 5% yang merupakan teknik uji yang paling sering digunakan untuk menguji kuesioner, dapat diukur dengan menggunakan rumus berikut:

$$r_{11} = \frac{k}{k - 1} \times \left\{ 1 - \frac{\sum S_i^2}{S_t} \right\}$$

Keterangan:

r_{11} = nilai reliabilitas

k = banyak butir pertanyaan

$\sum S_i^2$ = jumlah varians skor tiap-tiap item

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.



St^2 = varian total



F. Teknik Analisis Data

Data yang telah didapatkan dari hasil kuesioner yang sudah disebar, akan diolah dengan menggunakan program software IBM SPSS 26. Berikut metode-metode analisis yang akan digunakan pada penelitian ini :

1. Analisis Statistik Deskriptif

Menurut Ghazali (2021; 19) menyatakan analisis statistik deskriptif memberikan gambaran atau deskripsi suatu data yang dilihat dari nilai rata-rata (*mean*), standar deviasi, varian, minimum, maksimum, *sum*, *range*, kurtosis, dan *skewness*. Analisis dalam penelitian ini adalah:

a. Rata-Rata Hitung

Rata-rata hitung atau *mean* dilakukan dengan menjumlahkan seluruh data suatu kelompok sampel, kemudian dibagi dengan jumlah sampel tersebut. dengan rumus berikut:

$$\bar{x} = \frac{\sum_{i=1}^n x_i}{n}$$

Keterangan:

\bar{x} = rata-rata hitung

x_i = nilai sampel ke i

n = jumlah sampel



b. Analisis Persentase

Analisis presentase adalah analisis yang digunakan untuk mengetahui karakteristik dari responden, yang terdiri dari jenis kelamin, usia, pendidikan dan pekerjaan. Dengan rumus berikut:

$$P = \frac{\sum f_i}{n} \times 100\%$$

Keterangan:

P = Presentase responden yang memiliki kategori tertentu

$\sum f_i$ = Jumlah responden dalam suatu kategory tertentu

n = Total responden

c. Rentang Skala

Setelah nilai rata-rata diperoleh, maka selanjutnya digambarkan rentang skala untuk menentukan posisi responden dengan menggunakan nilai skor setiap variabel. Untuk itu, perlu dihitung dengan rumus rentang skala sebagai berikut:

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

M = Rata-rata nilai tertinggi

P = Rata-rata nilai terendah

b = Banyaknya kategori

Dengan skor terbesar 5 dan terkecil adalah 1, jumlah kategori 5 maka dapat ditentukan rentang skala sebagai berikut:

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.



$$R_s = \frac{5-1}{5} = 0.8$$

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

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

2 Uji Asumsi Klasik

Menurut Ghozali (2021: 157) yaitu untuk menentukan ketepatan model perlu dilakukan pengujian atas beberapa asumsi klasik yaitu, Uji Normalitas, Uji Heteroskedastisitas, dan Uji Multikolinearitas.

a. Uji Normalitas

Menurut Ghozali (2021: 196) bahwa uji normalitas digunakan menguji apakah dalam model regresi, variable pengganggu atau residual memiliki distribusi normal. Uji statistik yang digunakan dalam penelitian ini adalah uji statistik one sample Kolmogorov-Smirnov Test (1-Sample K-S), dengan kriteria pengambilan keputusan sebagai berikut :

- (1) jika nilai signifikansi $< 0,05$ maka data tidak terdistribusi normal
- (2) jika nilai signifikansi $> 0,05$ maka data terdistribusi normal

b. Uji Multikolinearitas

Menurut Ghozali (2021: 157) bahwa uji multikolinearitas digunakan untuk melihat apakah ditemukan adanya korelasi antara variabel independen pada pengujian model regresi. Kriteria yang digunakan untuk mengetahui ada atau tidaknya multikolinearitas dengan melihat dari nilai tolerance dan Variance Inflation Factor (VIF) yaitu dengan :

- (1) nilai tolerance $\leq 0,10$ dan nilai VIF ≥ 10 maka terdapat gejala multikolinearitas

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) nilai tolerance $\geq 0,10$ dan nilai VIF ≤ 10 maka tidak terdapat gejala terjadi multikolinearitas

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

c. Uji Heteroskedastisitas

Menurut Ghozali (2021: 178) bahwa uji heteroskedastisitas digunakan untuk menguji apakah terjadi ketidaksamaan variance dari residual satu pengamatan ke pengamatan lain dalam pengujian model regresi. Dalam penelitian ini digunakan Uji Glejser untuk mengetahui ada atau tidaknya heteroskedastisitas. Kriteria yang digunakan adalah dengan melihat nilai probabilitas signifikansi pada variabel independen diatas tingkat kepercayaan 5%, maka model regresi tidak terdapat heteroskedastisitas. Sebagai berikut:

- (1) Jika nilai sig > 0.05 , maka tidak terjadi heteroskedastisitas.
- (2) Jika nilai sig < 0.05 , maka terjadi heteroskedastisitas.

3. Analisis Regresi Linear Berganda

Menurut Ghozali (2018: 95) analisis regresi linier berganda bertujuan untuk mengetahui adanya pengaruh lebih dari satu variabel bebas (independen) terhadap variabel terikat (dependen). Dalam penelitian dengan model regresi linear berganda ini yang menjadi variabel terikat (dependen) adalah Minat Beli, dan yang menjadi variabel bebas (Independen) adalah *Electronic Word of Mouth* (eWOM) dan *Content Marketing*. Untuk menganalisis hubungan antara Variabel Independen dengan Variabel Dependen tersebut maka digunakan software SPSS version 26. Rumus persamaan hubungan antara variabel dependen dan variabel independen sebagai berikut:

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

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 :

Y = Minat Beli

α = Bilangan Konstanta

β = Koefisien Regresi

X1 = *Electronic Word Of Mouth (eWOM)*

X2 = *Content Marketing*

e = Variable Gangguan (*error*)

a. Uji Statistik F

Menurut Ghazali (2021: 148) uji F digunakan untuk mengetahui apakah semua variabel independen yang dimasukkan dalam model mempunyai pengaruh bersama-sama terhadap variabel dependen. Hal tersebut dapat dilihat dengan membandingkan Fhitung dengan Ftabel. Berikut kriteria yang digunakan sebagai penentu berpengaruh atau tidaknya suatu model regresi:

- (1) Jika probabilitas (signifikansi) > 0.05 (α) atau F hitung $< F$ tabel berarti hipotesa tidak terbukti maka H_0 diterima dan H_a ditolak. Artinya *electronic word of mouth (eWOM)*, dan *content marketing* tidak berpengaruh secara simultan terhadap minat beli konsumen.
- (2) Jika probabilitas (signifikansi) < 0.05 (α) atau F hitung $> F$ tabel berarti hipotesa terbukti maka H_0 ditolak dan H_a diterima, Artinya *electronic word of mouth (eWOM)*, dan *content marketing* berpengaruh secara simultan terhadap minat beli konsumen.

b. Uji Statistik t

Menurut Ghazali (2021: 148) uji t digunakan untuk menunjukkan seberapa jauh

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.



pengaruh satu variabel independen secara individual dalam menerangkan variasi variabel dependen. Melakukan uji hipotesis berarti melakukan uji signifikansi yang berarti peneliti harus menentukan untuk menerima atau menolak hipotesis nol. Jika H_0 diterima, maka H_1 harus ditolak; dan jika H_0 ditolak maka H_1 harus diterima. Uji t dapat dilihat pada tabel *coefficients* pada kolom sig (*significance*). Jika angka sig $< \alpha = 5\%$, maka ada pengaruh yang signifikan antara variabel bebas (X) terhadap variabel terikat (Y). Pengujian ini akan menggunakan tingkat signifikansi 0,05 ($\alpha = 5\%$).

$$(1) H_0 : \beta_1 = 0$$

$$H_a : \beta_1 > 0$$

$$(2) H_0 : \beta_2 = 0$$

$$H_a : \beta_2 > 0$$

Pengujian untuk menghitung pengaruh antara variabel (X) terhadap variabel (Y) akan dilakukan menggunakan SPSS 26. Dengan rumusan hipotesis sebagai berikut:

(1) Jika probabilitas (signifikansi) > 0.05 (α) atau $T_{hitung} < T_{tabel}$ berarti hipotesa tidak terbukti maka H_0 diterima H_a ditolak, bila dilakukan uji secara parsial.

(2) Jika probabilitas (signifikansi) < 0.05 (α) atau $T_{hitung} > T_{tabel}$ berarti hipotesa terbukti maka H_0 ditolak dan H_a diterima, bila dilakukan uji secara parsial. Ketentuan dalam pengujian ini adalah sebagai berikut:

(a) Jika tingkat signifikansi $\leq 5\%$, H_0 ditolak dan H_a diterima.

(b) Jika tingkat signifikansi $\geq 5\%$, H_0 diterima dan H_a ditolak.

c. Uji Koefisien Determinasi (*Adjusted R²*)

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



Menurut Ghozali (2021: 147) koefisiensi determinasi mengukur seberapa jauh kemampuan model dalam menerangkan variasi variabel dependen. Nilai Koefisien Determinasi adalah nol dan satu. Kemampuan variabel independen amat terbatas dalam menerangkan variasi variabel dependen jika nilai R^2 yang kecil. Semua informasi yang dibutuhkan akan diberikan variabel independen dalam memprediksi variabel dependen jika nilai R^2 mendekati satu. Dikarenakan nilai R^2 memiliki kelemahan yaitu dapat menghasilkan bias dari jumlah variabel independen yang dimasukkan ke dalam model, maka yang digunakan adalah model regresi R^2 yang telah disesuaikan (*Adjusted R²*). Bila koefisien determinasi sama dengan 0 ($R^2 = 0$) berarti variasi dari variabel dependen tidak dapat dijelaskan oleh variabel independen. Sedangkan, jika $R^2 = 1$ atau semakin mendekati 1 berarti variasi dari variabel dependen dapat dijelaskan oleh variabel independen. Untuk mengetahui koefisien determinasi, maka dapat menggunakan rumus:

$$KD = r^2 \times 100\%$$

Keterangan:

KD = Koefisien determinasi

r = Koefisien korelasi

Angka yang didapatkan dari perhitungan ini menghasilkan besaran kemampuan variabel independen mempengaruhi variabel dependen dalam bentuk presentase.

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