



BAB III

METODE PENELITIAN

Pada Metode Penelitian akan ada penjelasan mengenai Objek Penelitian, Desain

Penelitian, Populasi dan Sampel, Lokasi Penelitian, Variabel Penelitian, Teknik Pengumpulan Data, Penolahan Data dan Analisis Data. Berikut adalah penjelasan dari Metode Penelitian :

A. Objek Penelitian

Objek penelitian ini adalah kualitas produk, persepsi harga, efektivitas promosi, dan keputusan pembelian. Sedangkan subjek penelitian ini adalah pengguna Smartphone Xiaomi (Android) di Jakarta.

B. Desain Penelitian

Menurut Ibnu Sina (2022:7) , desain penelitian adalah kerangka atau perincian prosedur kerja yang akan dilakukan pada waktu meneliti, sehingga diharapkan dapat memberikan gambaran dan arah mana yang akan dilakukan dalam melaksanakan penelitian tersebut. Desain penelitian juga merupakan rencana tentang cara mengumpulkan dan menganalisis data agar dapat dilaksanakan secara ekonomis serta serasi dengan tujuan penelitian.

Menurut Schindler (2018:126), klasifikasi desain penelitian dibagi menjadi beberapa bagian, yaitu :

1. Tingkat kristalisasi masalah (*Degree of Research Question Crystallization*)

Tingkat kristalisasi masalah yang dipilih adalah studi normal, yang dimulai dengan pertanyaan-pertanyaan dan hipotesis-hipotesis dengan tujuan untuk menguji



hipotesis tersebut, serta menjawab pertanyaan yang dikemukakan dalam penelitian.

2. Metode pengumpulan data (*Method of Data Collection*)

Berdasarkan metode pengumpulan data, maka penelitian ini termasuk dalam studi komunikasi, karena peneliti memperoleh data melalui survey menggunakan kuesioner, dimana metode ini adalah sebuah metode pengumpulan data yang dilakukan dengan cara memberikan sejumlah pertanyaan tertulis yang disusun secara terstruktur yang kemudian dijawab atau dikerjakan oleh responden yang ingin diselidiki.

3. Pengendalian peneliti (*Researcher Control Of Variables*)

Berdasarkan pengendalian variabel-variabel, penelitian ini diklasifikasikan sebagai penelitian *ex post facto design* karena peneliti tidak dapat melakukan kontrol terhadap variabel-variabel penelitian yang ada dan peneliti hanya melaporkan peristiwa yang sudah terjadi.

4. Tujuan penelitian (*The Purpose Of Study*)

Berdasarkan tujuan penelitian, penelitian ini termasuk dalam penelitian deskriptif, karena dilakukan untuk menjawab apa, mengapa dan bagaimana. Dalam penelitian ini, peneliti ingin menjawab pertanyaan yang ada di tujuan penelitian.

5. Dimensi waktu (*The Time Dimension*)

Berdasarkan dimensi waktu, penelitian ini merupakan penelitian *cross-sectional*, karena penelitian ini dilakukan hanya sekali dan mewakili satu periode tertentu dalam waktu.



6. Ruang lingkup topik (*The Topic Scope*)

Berdasarkan ruang lingkup topik pembahasan, penelitian ini termasuk dalam studi statistik, dimana penelitian ini bertujuan untuk mengetahui karakteristik populasi dengan membuat kesimpulan dari karakteristik sampel. Hipotesis dari penelitian ini diuji secara kuantitatif.

7. Lingkungan penelitian (*The Research Environment*)

Berdasarkan lingkup penelitian, penelitian ini merupakan penelitian lapangan, karena peneliti membagikan kuesioner dengan tujuan mendapatkan data, serta subyek dan obyek dari penelitian ini berada pada lingkungan nyata.

C. Populasi dan Sampel

Pada penelitian ini teknik pengumpulan sampel menggunakan teknik Non Probability Sampling dengan menggunakan jenis pendekatan Purposive Sampling. Populasi dari penelitian ini adalah seluruh pengguna atau konsumen yang menggunakan smartphone Xiaomi di Jakarta. Pada penelitian ini akan ada sampel sebanyak 100 orang yang sudah membelismartphone dari Xiaomi dan juga pengguna smartphone tersebut juga berada di Kota Jakarta.

D. Variabel Penelitian

Dalam Variabel Penelitian ini terdapat dua jenis variabel dalam penelitian ini yaitu variable bebas dan variable terikat, ada 3 variabel bebas yaitu Kualitas Produk, Harga, dan Promosi, serta variabel terkait adalah Keputusan Pembelian.



1. Variabel Bebas

a. Kualitas Produk

Variabel bebas pertama yaitu Kualitas Produk, pengukurannya akan dijabarkan pada tabel 3.1

Tabel 3.1

Indikator Kualitas Ptoduk

| Variabel | Indikator | Pertanyaan | Skala |
|------------------|---|--|----------|
| Indrasari (2019) | Kinerja (performance) | Kinerja smartphone Xiaomi sangat baik | Interval |
| | Daya tahan (durability) | Smartphone Xiaomi memiliki daya tahan yang kuat | Interval |
| | Kesesuaian dengan spesifikasi (conformance to specifications) | Proses mengoprasikan smartphone Xiaomi sangat mudah | Interval |
| | Fitur (features) | Aplikasi yang ada pada smartphone Xiaomi sangat menarik | Interval |
| | Reabilitas (reliability) | Smartphone Xiaomi dapat digunakan lebih dari dua tahun | Interval |
| | Estetika (Aesthetics) | Smartphone Xiaomi memiliki tampilan desain smartphone yang menarik | Interval |
| | Kesan Kualitas (perceived quality) | Smartphone Xiaomi memiliki kualitas yang baik | Interval |

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

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

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.



b. Persepsi Harga

Variabel bebas kedua yaitu Persepsi Harga, pengukurannya akan dijabarkan pada tabel 3.2

Tabel 3.2

Indikator Persepsi Harga

| Variabel | Indikator | Pertanyaan | Skala |
|---------------------|---|---|----------|
| Indrasari (2019) | Keterjangkauan harga | Harga yang di tawarkan Xiaomi terjangkau oleh konsumen | Interval |
| | Kesesuaian harga dengan kualitas produk | Harga yang ditawarkan Xiaomi sesuai dengan kualitas produk yang diberikan | Interval |
| | Kesesuaian harga dengan manfaat | Harga yang ditawarkan Xiaomi sesuai dengan manfaat yang diberikan oleh produknya | Interval |
| | Daya Saing harga | Harga yang ditawarkan Xiaomi memiliki daya saing dengan harga yang ditawarkan pesaing | 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 mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.



c. Efektivitas Promosi

Variabel bebas Ketiga yaitu Efektivitas Promosi, pengukurannya akan dijabarkan pada tabel 3.1

Tabel 3.3

Indikator Efektivitas Promosi

| Variabel | Indikator | Pertanyaan | Skala |
|---------------------------------|--------------------|---|----------|
| Kotler dan Amstrong (2018; 403) | Periklanan | Iklan yang ditampilkan pada smartphone Xiaomi membuat saya tertarik untuk membeli | Interval |
| | Promosi Penjualan | Saya membeli smartphone Xiaomi karena mendapatkan potongan harga yang menarik | Interval |
| | Penjualan Personal | Saya tertarik membeli smartphone Xiaomi karena pameran smartphone yang dilakukan oleh Xiaomi | Interval |
| | Pemasaran Langsung | Saya tertarik membeli smartphone Xiaomi karena melihat promosi yang dilakukan pada media internet | Interval |

C Hak cipta milik IBI KKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)
Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

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.



2. Variabel Terikat

a. Keputusan Pembelian

Variabel terikat pada penelitian ini adalah keputusan pembelian, pengukurannya akan dijabarkan pada tabel 3.4

Tabel 3.4

Indikator Keputusan Pembelian

| Variabel | Indikator | Pertanyaan | Skala |
|---------------------------|-------------------------------------|--|----------|
| Swastha dan Irawan (2017) | Keputusan tentang jenis produk | Saya membeli smartphone Xiaomi karena banyak jenis smartphone yang ditawarkan | Interval |
| | Keputusan tentang bentuk produk | Saya membeli smartphone Xiaomi karena smartphone yang ditawarkan sangat menarik | Interval |
| | Keputusan tentang merek | Saya membeli smartphone Xiaomi karena karakteristik merek | Interval |
| | Keputusan tentang penjualannya | Saya membeli Smartphone Xiaomi karena memudahkan saya untuk membelinya | Interval |
| | Keputusan tentang Jumlah Produk | Saya membeli smartphone Xiaomi karena tidak ada Batasan pembelian | Interval |
| | Keputusan tentang Waktu pembelian | Saya dapat membeli smartphone Xiaomi kapanpun saya inginkan | Interval |
| | Keputusan tentang Metode Pembayaran | Saya membeli smartphone Xiaomi karena dapat melakukan pembayaran dengan banyak alternative metode pembayaran | Interval |

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

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

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.



E. Teknik Pengumpulan Data

Menurut Abubakar (2021:67) Teknik Pengumpulan data adalah cara yang digunakan peneliti untuk mengumpulkan data yang diperlukan untuk memecahkan masalah penelitian. Teknik Pengumpulan Data cara yang digunakan untuk mengumpulkan informasi atau fakta-fakta yang ada di lapangan. Penelitian ini menggunakan teknik komunikasi data yang datanya di dapat dari sampel yang akan di teliti dalam rangka mencapai tujuan penelitian.

F. Teknik Analisis Data

Analisis data adalah metode yang digunakan untuk mengolah dan menganalisis data yang sudah terkumpul. Analisis data yang dilakukan dalam penelitian ini adalah analisis kuantitatif dinyatakan secara numerik dan dibantu dengan menggunakan program *Statistical Package Social Sciences (SPSS)* versi 26. Metode analisis data yang digunakan dalam penelitian adalah sebagai berikut:

1. Uji Validitas dan Uji Reliabilitas

a. Uji Validitas

Menurut Setyawan (2022; 2) Validitas adalah sejauh mana ketepatan dan kecermatan suatu instrumen pengukur (tes) dalam melakukan fungsi ukurnya. Suatu tes dikatakan memiliki validitas yang tinggi apabila alat tersebut menajalankan fungsi ukur secara tepat atau memberikan hasil ukur yang sesuai dengan maksud dilakukannya pengukuran tersebut. Uji validitas dalam penelitian ini menggunakan Pearson's Product Moment Coefficient r , yaitu :



- 1) Jika r hitung $>$ r tabel maka pertanyaan dinyatakan valid.
- 2) Jika r hitung $<$ r tabel maka pertanyaan dinyatakan tidak valid

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

b. Uji Reliabilitas

Menurut N. Purwanto & Arikunto Reabilitas adalah suatu alat tes dikatakan handal jika alat tersebut teliti, konsisten, stabil, dan dapat dipercaya kebenarannya. Sedangkan Suharsimi Arikunto menyebutkan bahwa suatu tes dikatakan memiliki reliabilitas yang tinggi apabila tes tersebut dapat memberikan hasil yang tetap. Kata “tetap” disini bukan berarti memiliki skor yang terus-menerus sama/ tetap ketika diujikan berkali-kali pada siswa yang sama, tetapi mengikuti perubahan yang signifikan. Untuk mengukur reliabilitas dalam penelitian ini digunakan uji statistik *Cronbach Alpha* (α). Suatu variabel dikatakan reliabel jika memberikan nilai *Cronbach Alpha* $>$ 0,70.

2. Analisis Deskriptif

Statistik deskriptif merupakan statistik yang digunakan untuk menganalisis data dengan cara memberikan gambaran atau deskriptif suatu data yang dapat dilihat dari nilai rata-rata, maksimum, minimum dan standar deviasi (Ghozali 34 2018;19). Standar deviasi merupakan ukuran penyimpangan yang digunakan untuk menentukan seberapa dekat suatu sampel statistik terhadap data rata-rata. Nilai rata-rata merupakan seluruh jumlah angka yang dibagi dengan jumlah data yang sama. Maksimum dan minimum adalah nilai terbesar dari suatu data, dan nilai terkecil dari suatu data.

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.



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

a. Rata-rata Hitung

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

Mean dapat dihitung dengan menggunakan rumus sebagai berikut:

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

Keterangan:

\bar{x} = rata-rata hitung (*mean*)

x_i = nilai sampel ke-*i*

n = jumlah sampel

b. Rata-rata Tertimbang

Rumus yang dapat digunakan untuk menghitung skor rata-rata tertimbang adalah sebagai berikut:

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

Keterangan:

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.

- \bar{x} = skor rata-rata tertimbang
 f_i = frekuensi
 x_i = bobot nilai
 $\sum f_i$ = jumlah responden

c. Rentang Skala

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

$$Rs = \frac{m - n}{b}$$

Keterangan:

- Rs = rentang skala
 m = skor tertinggi pada skala
 n = skor terendah pada skala
 b = jumlah kelas atau kategori

Skor tertinggi adalah 5 dan skor terendah adalah 1, dengan jumlah kelas atau kategori adalah 5, maka dapat ditentukan rentang skalanya sebagai berikut:

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

Tabel 3.5



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

Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian

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.

Rentang Skala

| Rentang Skala | Kategori |
|---------------|---------------------------|
| 1,00 – 1,80 | Sangat Tidak Setuju (STS) |
| 1,81 – 2,60 | Tidak Setuju (TS) |
| 2,61 – 3,40 | Cukup Setuju (CS) |
| 3,41 – 4,20 | Setuju (S) |
| 4,21 – 5,00 | Sangat Setuju (SS) |

3 Analisis Regresi Linear Ganda

Regresi linear berganda merupakan analisis untuk mengetahui pengaruh variable bebas (*independent*) yang jumlahnya lebih dari satu terhadap satu variable terikat (*dependen*). Model analisis regresi linear berganda digunakan untuk menjelaskan hubungan dan seberapa besar pengaruh variable-variabel bebas (*independent*) terhadap variable terikat (Ghozali, 2018:95). Berikut merupakan persamaan regresi berganda:

$$Y = \beta_0 + \beta_1 \cdot X_1 + \beta_2 \cdot X_2 + \beta_3 \cdot X_3 + \epsilon$$

Keterangan:

Y = variabel terikat (Keputusan Pembelian)

X = variabel bebas (X1: Kualitas Produk, X2: Persepsi Harga, X3: Efektivitas Promosi)

© 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.





© 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.

β_0 = konstan

β_1 = koefisien regresi Kualitas Produk

β_2 = koefisien regresi Persepsi Harga

β_3 = koefisien regresi Efektivitas Promosi

a. Estimasi Model Persamaan Regresi

$$\hat{y} = b_0 + b_1x_1 + b_2x_2 + b_3x_3$$

Keterangan:

\hat{y} = Keputusan Pembelian

x_1 = Kualitas Produk

x_2 = Persepsi Harga

x_3 = Efektivitas Promosi

b. Uji Asumsi Klasik

a. Uji Normalitas

Menurut Ghozali (2018;16) menyatakan bahwa uji normalitas bertujuan untuk menguji apakah pur, variabel residual atau variabel lain memiliki distribusi normal. Di dalam penelitian ini akan menggunakan uji statistik kolmogrov-smirnov yang digunakan untuk mendeteksi normalitas data.



Dasar dari pengambilan keputusan untuk penelitian ini sebagai berikut (Ghozali 2018;30):

- 1) Jika Signifikansi $\geq 0,05$ maka data berdistribusi normal.
- 2) Jika signifikansi $< 0,05$ maka data tidak berdistribusi normal.

b. Uji Multikolinieritas

Uji Multikolinieritas menurut Ghozali (2018;41) bertujuan untuk menguji apakah model regresi ditemukan korelasi antar variabel bebas. Hal ini disebabkan karena model regresi yang baik seharusnya tidak memiliki korelasi antara variabel independen. Jika ada variabel independen yang memiliki korelasi, maka variabel-variabel tersebut tidak ortogonal, yang dimaksud dengan orthogonal adalah variabel independen dengan nilai korelasi antar sesama variabel independen sama dengan nol. Multikolinieritas dapat dilihat dari:

- 1) Nilai tolerance dan lawannya
- 2) Variance Inflation Factor (VIF)

Setiap variabel independen yang menjadi variabel terkait atau dependen dan di regresi terhadap variabel independen lainnya. Tolerance digunakan untuk mengukur variabilitas variabel independen yang terpilih dan yang tidak dijelaskan 36 oleh variabel independen lainnya. Kriteria yang digunakan untuk menentukan apakah terdapat multikolinieritas dalam model regresi adalah sebagai berikut:

- 1) Jika nilai Tolerance $\leq 0,10$ atau sama dengan nilai VIF ≥ 10 , maka model regresi mengalami multikolinieritas.



- 2) Jika nilai Tolerance $> 0,10$ dan nilai VIF < 10 maka model regresi tidak mengalami multikolinearitas.

c. Uji Heteroskedastisitas

Menurut Ghozali (2018;137) uji heteroskedastisitas bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi terjadi ketidaksamaan varian dari residual satu pengamatan ke pengamatan yang lain. Jika varian dari residual satu pengamatan ke pengamatan lain tetap, maka itu disebut Homoskedastisitas. Jika varian dari residual satu pengamatan ke pengamatan yang lain berbeda maka itu disebut dengan Heteroskedastisitas. Model regresi yang baik untuk uji heteroskedastisitas adalah homoskedastisitas atau varian dari residual satu pengamatan ke pengamatan lain tetap. Kriteria yang digunakan untuk menentukan apakah terdapat multikolinearitas dalam model regresi dengan uji glejser adalah sebagai berikut:

- 1) Jika nilai signifikansi setiap variabel independen $\geq 0,05$, maka model regresi tidak mengalami heteroskedastisitas.
- 2) Jika nilai signifikansi setiap variabel independen $< 0,05$, maka model regresi mengalami heteroskedastisitas.

d. Uji Kesesuaian Model (Uji F)

Uji F merupakan uji yang digunakan untuk mengetahui ketepatan fungsi regresi sampel dalam menafsirkan nilai yang aktual. Uji F juga dapat digunakan untuk menguji apakah model persamaan regresi yang telah dibuat layak 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 mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.



tidak untuk diuji di dalam data penelitian. Adapun H_0 dan H_a nya sebagai berikut :

$$H_0 : \beta_1 = \beta_2 = \beta_3 = 0$$

$$H_a : \text{Paling sedikit ada satu } \beta_i \neq 0$$

Pengambilan keputusan uji F menurut Hair (2010) adalah sebagai berikut:

- 1) Jika nilai sig F < 0,05 maka model fit dengan penelitian, maksudnya model regresi yang digunakan adalah model yang layak dan tepat.
- 2) Jika nilai sig. $F \geq 0,05$ maka model tidak fit dengan penelitian, maksudnya model regresi yang digunakan adalah model yang tidak layak dan tidak tepat.

D. Uji Hipotesis Penelitian (Uji t)

Menurut Ghozali (2018) uji t dilakukan untuk mengetahui pengaruh dari variabel independen secara individual terhadap variabel dependen dalam model penelitian. Uji ini dilakukan secara parsial, atau dilakukan satu persatu dengan variabel independen terhadap variabel dependen. Adapun H_0 dan H_a nya sebagai berikut :

$$H_0 : \beta_i = 0$$

$$H_a : \beta_i > 0 \quad i = 1, 2, 3$$

Pengambilan keputusan dari uji t dilakukan dengan cara:

- 1) Jika signifikansi (one tailed) < 0,05 maka H_a tidak dapat ditolak, yang artinya hipotesis diterima
- 2) Jika signifikansi (one tailed) $\geq 0,05$ maka H_a ditolak



E. Uji Koefisien Determinasi (R^2)

Koefisien determinasi digunakan untuk mengukur seberapa jauh kemampuan variabel bebas atau variabel independen dalam menerangkan variasi dari variabel terikat atau variabel dependen. Nilai koefisien determinasi adalah antara nol dan satu, atau interval antara 0 sampai 1.

- 1) Apabila nilai R^2 bernilai kecil atau mendekati 0, maka dapat diartikan kemampuan variabel independen dalam menjelaskan variasi variabel dependen amat terbatas atau sedikit.
- 2) Sedangkan apabila nilai R^2 bernilai besar atau mendekati angka 1, maka dapat diartikan bahwa variabel independen dapat memberikan hampir semua informasi yang dibutuhkan untuk memprediksi variasi variabel dependen.

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

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

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.