



BAB III

METODE PENELITIAN

A. Obyek Penelitian

Dalam pencarian ini subjek yang digunakan untuk pencarian adalah Kopi Kenangan. Penelitian ini dilakukan dengan menyebarkan kuesioner kepada responden menggunakan *Google Forms* sebagai sarana utama penyebaran kuesioner.

B. Desain Penelitian

Dalam penelitian ini penulis menggunakan metode penelitian kuantitatif. Sugiyono (2019: 16-17) berpendapat bahwa metode penelitian kuantitatif adalah metode penelitian yang didasarkan pada filsafat positivisme, digunakan untuk meneliti pada populasi atau sampel tertentu,, pengumpulan data menggunakan instrument penelitian, analisis data bersifat kuantitatif atau statistic, dengan tujuan untuk menguji hipotesis yang telah ditetapkan. Filsafat positivisme memandang realitas/gejala/fenomena itu dapat diklasifikasikan, relative tetap, konkrit, teramati, terukur, dan hubungan gejala bersifat sebab akibat. Penelitian pada umumnya dilakukan pada populasi atau sampel tertentu yang representatif.



Hak cipta dimiliki 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. Variabel Penelitian

1. Identifikasi Variabel Penelitian

a. Variabel Independen

Menurut Sugiyono (2019: 69) variabel independen (bebas) adalah variabel yang mempengaruhi atau menyebabkan perubahan atau terjadinya variabel dependen (terkait). Variabel independen dalam penelitian ini adalah *electronic word of mouth* dan promosi penjualan.

b. Variabel Dependen

Menurut Sugiyono (2019: 69) Variabel dependen (tergantung) adalah variabel yang dipengaruhi atau menjadi akibat, karena variabel independen. Variabel dependen dalam penelitian ini adalah keputusan pembelian.

2. Identifikasi Variabel Operasional Penelitian

a. *Electronic Word of Mouth*

Berdasarkan Wangsa et al. (2020: 17) terdapat tiga dimensi dalam *electronic word of mouth* yaitu intensitas, nilai komentar, dan konten. Maka variabel operasional penelitian *electronic word of mouth* sebagai berikut:

Tabel 3. 1
Variabel Operasional *Electronic Word of Mouth*

Konstruk	Dimensi	Variabel Pengamatan	Definisi	Item Pernyataan	Skala
		Frekuensi mengakses informasi dari jejaring sosial	Konsumen mengakses informasi mengenai suatu produk di jejaring sosial (Instagram)	Saya mengakses informasi mengenai produk Kopi Kenangan di media sosial Instagram	Likert



Tabel 3. 2 (Lanjutan)
Variabel Operasional *Electronic Word of Mouth*

<p>C Hak cipta milik IBI KKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)</p> <p>Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang</p> <p>Wangsa et al. (2020): 17</p> <p>Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian</p>	<i>Intensity</i>	Frekuensi interaksi dengan pengguna jejaring sosial	Konsumen berinteraksi membagikan ulasan tentang suatu produk kepada beberapa orang melalui jejaring sosial (Instagram)	Saya membagikan ulasan tentang produk Kopi Kenangan kepada beberapa orang melalui media sosial Instagram	Likert
		Jumlah ulasan yang ditulis oleh pengguna jejaring sosial	Konsumen menulis banyak ulasan tentang suatu produk di jejaring sosial (Instagram)	Saya banyak menulis ulasan tentang produk Kopi Kenangan di media sosial Instagram	Likert
	<i>Valence of Opinion</i>	Komentar positif dari pengguna jejaring sosial	Konsumen membagikan komentar positif tentang suatu produk di jejaring sosial (Instagram)	Saya membagikan komentar positif tentang produk Kopi Kenangan di media sosial Instagram	Likert
		Komentar negatif dari pengguna jejaring sosial	Konsumen membagikan komentar negatif tentang suatu produk di jejaring sosial (Instagram)	Saya membagikan komentar negatif tentang produk Kopi Kenangan di media sosial Instagram	Likert
		Rekomendasi dari pengguna jejaring sosial	Konsumen merekomendasikan suatu produk melalui jejaring sosial (Instagram)	Saya merekomendasikan produk Kopi Kenangan di media sosial Instagram	Likert
	<i>Content</i>	Informasi variasi yang tersedia	Konsumen membagikan informasi variasi produk yang tersedia di jejaring sosial (Instagram)	Saya membagikan informasi variasi produk Kopi Kenangan yang tersedia di media sosial Instagram	Likert
		Informasi Kualitas	Konsumen membagikan informasi kualitas produk di jejaring sosial (Instagram)	Saya membagikan informasi kualitas produk Kopi Kenangan di media sosial Instagram	Likert
		Informasi harga	Konsumen membagikan informasi mengenai harga produk yang ditawarkan	Saya membagikan informasi harga produk yang ditawarkan Kopi Kenangan di media sosial Instagram	Likert

Sumber : Dibat Penulis

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



b. Promosi Penjualan

Berdasarkan Ratih dan Rahanatha (2020: 21) terdapat beberapa indikator dari *sales promotion*, yaitu *discount*, *price pack*, dan *loyalty program*. Menurut Sunawarman et al. (2018: 3) indikator promosi penjualan terdiri dari tempat penjualan, diskon, kupon, contoh produk, demo, program loyalitas, hadiah, hadiah referensi, hadiah dan acara khusus. Jika diperhatikan dengan baik, beberapa indikator diatas merupakan alat-alat promosi yang dijelaskan oleh Kotler et al. (2022: 282). Pada penelitian ini, peneliti memakai indikator promosi penjualan yang berhubungan dengan keputusan pembelian produk Kopi Kenangan di aplikasi transportasi *online*. Maka variabel operasional penelitian promosi penjualan sebagai berikut:

Tabel 3. 3
Variabel Operasional Promosi Penjualan

Konstruk	Dimensi	Variabel Pengamatan	Definisi	Item Pernyataan	Skala
Kotler et al. (2022: 282)		<i>Coupons</i>	Subyek penelitian memberikan promo kupn potongan harga yang menarik kepada konsumen	Kopi Kenangan menawarkan kupon yang menarik	Likert
		<i>Cash Refund</i>	Subyek penelitian memberikan promo <i>cashback</i> yang menarik kepada konsumen	Kopi Kenangan menawarkan promo <i>cashback</i> yang menarik	Likert
		<i>Price Packs</i>	Subyek penelitian memberikan promo paket harga yang menarik kepada konsumen	Kopi Kenangan menawarkan promo paket harga yang menarik	Likert

Sumber : Dibuat Penulis



c. **Keputusan Pembelian**

Berdasarkan Wangsa et al. (2020: 13) terdapat empat indikator dalam keputusan pembelian yaitu kemantapan pada sebuah produk, kebiasaan dalam membeli produk, kesediaan merekomendasikan, dan minat berkunjung kembali. Maka variabel operasional penelitian keputusan pembelian sebagai berikut:

Tabel 3. 4
Variabel Operasional Keputusan Pembelian

Konstruk	Dimensi	Variabel Pengamatan	Definisi	Item Pernyataan	Skala
Wangsa et al. (2020: 13)		Kemantapan pada sebuah produk	Konsumen benar-benar percaya, yakin dan bertekad untuk membeli produk yang diinginkannya.	Saya selalu merasa yakin untuk membeli produk Kopi Kenangan di aplikasi transportasi <i>online</i>	Likert
		Kebiasaan dalam membeli produk	Konsumen berulang-ulang kali membeli karena merasa puas terhadap layanan di tempat pembelian produk	Saya berulang kali membeli produk Kopi Kenangan di aplikasi transportasi <i>online</i>	Likert
		Kesediaan merekomendasikan	Kesediaan konsumen merekomendasikan produk kepada kerabat terdekat	Saya bersedia merekomendasikan pembelian Kopi Kenangan kepada kerabat terdekat	Likert
		Minat berkunjung kembali	Konsumen bersedia membeli kembali produk tersebut karena konsumen merasa puas dengan apa yang diterimanya dan sesuai dengan keinginannya.	Saya bersedia membeli produk Kopi Kenangan kembali di aplikasi transportasi <i>online</i>	Likert

Sumber : Dibuat Penulis

© Hak cipta milik IBI KKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie) dan Wangsa et al. (2020: 13) 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.



D. Teknik Pengambilan Sampel

Pada penelitian ini peneliti hanya meneliti sebagian dari anggota populasi, sehingga populasi yang dijadikan sebagai sasaran penelitian adalah pengikut akun media sosial instagram Kopi Kenangan (@kopikenangan.id). Peneliti menggunakan populasi sebanyak 522 ribu orang berdasarkan pengikut akun media sosial instagram Kopi Kenangan (@kopikenangan.id) per Juli 2023.

Teknik yang digunakan untuk menentukan sampel adalah teknik *non-probability sampling* dengan metode *intentional sampling*, karena tidak semua sampel memiliki kriteria yang telah ditentukan oleh peneliti. Oleh karena itu, peneliti memilih teknik *purported sampling* dengan menetapkan kriteria tertentu yang harus dipenuhi oleh sampel yang digunakan dalam penelitian ini.

Adapun kriteria responden yang dibutuhkan dalam pengambilan sampel meliputi, pengikut akun media sosial Instagram Kopi Kenangan (@kopikenangan.id) atau telah menggunakan media sosial instagram Kopi Kenangan (@kopikenangan.id) sebagai sarana informasi, pernah mengkonsumsi atau akan mengkonsumsi produk Kopi Kenangan, pernah melakukan pembelian atau akan melakukan pembelian produk Kopi Kenangan pada aplikasi transportasi *online*.

Kemudian, jumlah sampel yang representatif dalam penelitian ini ditentukan dengan menggunakan rumus yang dikembangkan oleh Hair et al. (dalam Utami, 2021: 43) Rumus Hair digunakan karena ukuran populasi tidak diketahui, dengan ukuran sampel minimum yang disarankan adalah 5-10 pengamatan untuk setiap parameter yang diestimasi. Sehingga, rumus yang digunakan untuk memperoleh jumlah sampel maksimal adalah sebagai berikut:

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



$$\text{Sampel} = \text{Jumlah Indikator} \times 10$$

$$\text{Sampel} = (16) \times 10$$

$$\text{Sampel} = 160 \approx 175$$

Jadi melalui perhitungan berdasarkan rumusan tersebut, didapat jumlah sampel yang harus digunakan dalam penelitian ini adalah 175 sampel yang berasal dari pengguna aktif media sosial instagram Kopi Kenangan.

E. Teknik Pengumpulan Sampel

Teknik pengumpulan sampel pada penelitian ini menggunakan kuisisioner (angket). Sugiyono (2019: 199) berpendapat bahwa kuisisioner merupakan teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan cara memberi seperangkat pertanyaan atau pernyataan tertulis kepada responden untuk dijawabnya.

F. Teknik Analisis Data

1. Analisis Deskriptif

Dalam menganalisis data penelitian ini, peneliti menggunakan teknik analisis deskriptif. Menurut Sugiyono (2019: 206) teknik analisis data dalam penelitian kuantitatif menggunakan statistik. Ada dua jenis statistik yang digunakan untuk menganalisis data dalam penelitian, yaitu statistik deskriptif dan statistik inferensial.

Dalam penelitian ini digunakan statistik deskriptif dan teknik analisis, yaitu teknik yang digunakan untuk menganalisis data dengan cara mendeskripsikan atau mendeskripsikan data yang telah dikumpulkan tanpa maksud untuk membuat

© Hak cipta dilindungi Undang-Undang
IBIKKG (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.



kesimpulan umum atau generalisasi. Terdapat tiga hal yang disajikan dalam analisis deskriptif yang meliputi:

a. Analisis karakteristik responden yang meliputi penduduk DKI Jakarta dan Bekasi yang memiliki akun Instagram dan dapat mengakses akun tersebut di Instagram resmi Kopi Kenangan (@kopikenangan.id).

b. Penelitian ini memiliki tiga data yaitu variabel *electronic word of mouth*, promosi penjualan, dan keputusan pembelian.

Analisis ini juga menggambarkan tanggapan responden terhadap kuesioner yang diajukan. Pada bagian ini, peneliti akan menganalisis data secara bergiliran berdasarkan jawaban responden yang terkumpul berdasarkan kuesioner yang diisi oleh responden selama penelitian berlangsung. Data tersebut akan disajikan dalam tabel distribusi frekuensi.

2. Uji Validitas dan Reliabilitas

a. Uji Validitas

Ghozali (dalam Chrisnada, 2022: 39) menjelaskan bahwa uji validitas adalah metode yang digunakan untuk mengukur validitas atau validitas suatu kuesioner. Suatu kuesioner dikatakan valid jika pertanyaan-pertanyaan dalam kuesioner tersebut dapat mengungkapkan sesuatu yang akan diukur oleh kuesioner tersebut.

Metode uji validitas yang peneliti gunakan dalam penelitian ini adalah korelasi Pearson. Pengujian validitas untuk penelitian ini dilakukan dengan menggunakan perangkat lunak IBM SPSS. Aplikasi ini digunakan untuk mendeteksi bahwa

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian

1. Dilarang menyalin atau menjiplak 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.



indikator setiap variabel dalam kuesioner adalah valid dan dapat dilihat pada output IBM SPSS sebagai dasar pengambilan keputusan dalam uji validitas valid yaitu:

- (1) Jika nilai r hitung $> r$ tabel maka item pernyataan dalam kuisisioner berkorelasi signifikan terhadap skor total (valid)
- (2) Jika nilai r hitung $< r$ tabel maka item pernyataan dalam kuisisioner tidak berkorelasi signifikan terhadap skor total (tidak valid)

b. Uji Reliabilitas

Ghozali (dalam Chrisnada, 2022: 39) menjelaskan bahwa uji reliabilitas digunakan untuk mengukur suatu kuesioner sebagai indeks suatu variabel atau struktur. Suatu kuesioner dikatakan reliabel atau dapat dipercaya jika tanggapan terhadap pernyataannya konsisten atau stabil dari waktu ke waktu. Pemrosesan data untuk penelitian ini dilakukan dengan menggunakan perangkat lunak IBM SPSS. Menurut Sari et al. (2022) pengujian uji reliabilitas dengan menghitung nilai *Cronbach's Alpha* dari kriteria masing-masing variabel, jika nilai *Cronbach's Alpha* $> 0,60$ maka kuesioner yang diterbitkan reliabel atau konsisten.

3. Uji Asumsi Klasik

a. Uji Normalitas

Ghozali (dalam Chrisnada, 2022: 40) menjelaskan bahwa pengujian normalitas bertujuan untuk memeriksa apakah dalam model regresi, variabel pengganggu atau residual berdistribusi normal. Diketahui bahwa uji-t dan uji-F mengasumsikan bahwa residual mengikuti distribusi normal. Jika dilanggar, uji statistik menjadi tidak



valid untuk sampel kecil. Uji statistik yang digunakan dalam uji normalitas adalah uji *One Sample Kolmogorov-Smirnov* dengan menggunakan metode *Monte Carlo Sig. (2 tailed)*.

Kriteria pengukuran uji *One Sample Kolmogorov-Smirnov*, yaitu:

- (1) $Sig > 0,05$ berarti data berdistribusi normal
- (2) $Sig < 0,05$ berarti data berdistribusi tidak normal

b. Uji Multikolonieritas

Ghozali (dalam Chrisnada, 2022: 40) menjelaskan bahwa uji multikolonieritas digunakan untuk menguji apakah model regresi dapat menemukan korelasi antar variabel independen. Model regresi yang baik tidak akan memiliki korelasi antar variabel independen. Jika variabel independen berkorelasi, maka variabel tersebut tidak ortogonal. Variabel ortogonal adalah variabel independen yang memiliki korelasi nol antara variabel independen. Berikut adalah kriteria untuk menjadi ukuran multikolonieritas:

- (1) Terjadi *Multikolonieritas* jika $VIF > 10$ dan $TOL < 0,10$
- (2) Tidak terjadi *Multikolonieritas* jika $VIF < 10$ dan $TOL > 0,10$

c. Uji Heteroskedastisitas

Ghozali (dalam Chrisnada, 2022: 41) menjelaskan bahwa uji varians bertujuan untuk memeriksa apakah dalam model regresi terdapat ketidaksamaan varians antara residual dari satu pengamatan ke pengamatan lainnya. Jika variansi residual dari satu pengamatan ke pengamatan lainnya tidak berubah, maka disebut variansi variabel seragam, dan jika berbeda disebut variansi variabel.



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.



Dalam uji varians, peneliti menggunakan uji Spearman. Menurut Gujarat dalam El-Siddiqi dan Muhammad Kemal (dalam Chrisnada, 2022: 41) Uji Spearman digunakan dengan cara membandingkan variabel independen dengan nilai absolut dari residual (error). Dasar pengambilan keputusan uji variansi metode *Spearman* adalah sebagai berikut:

- (1) Nilai probabilitas $> 0,05$ maka tidak ada perubahan varians.
- (2) Nilai probabilitas $< 0,05$ maka terjadi perubahan varians

4. Pengujian Hipotesis dan Analisis Regresi Berganda

a. Regresi Linear Berganda

Ghozali (dalam Chrisnada, 2022: 41) menjelaskan bahwa analisis regresi digunakan untuk mengukur kekuatan hubungan antara dua variabel atau lebih, selain itu juga menunjukkan arah hubungan antara variabel dependen dengan variabel independen. Sedangkan menurut Herlina (dalam Chrisnada, 2022: 41) analisis regresi linier berganda digunakan untuk mengetahui pengaruh dua atau lebih variabel bebas terhadap satu variabel terikat.

Menurut Priyatno dalam Stephanie Gautama (dalam Chrisnada, 2022: 42) model persamaan regresi berganda sebagai berikut:

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

Dimana:

Y = Keputusan Pembelian

a = Konstanta

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.



X1 = *Electronic Word of Mouth*

X2 = Promosi Penjualan

β_1 = Koefisien X1

β_2 = Koefisien X2

ε = *Error*

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

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

b. Uji f

Ghozali (dalam Chrisnada, 2022: 42) menjelaskan bahwa uji-F digunakan untuk menguji apakah semua variabel independen mempengaruhi variabel dependen secara bersamaan atau bersama-sama. Pengujian dilakukan dengan melihat Sig., jika $\text{Sig.} > \alpha(0,05)$ atau $f \text{ hitung} < f \text{ tabel}$ maka tolak hipotesis, variabel X tidak mempengaruhi variabel Y secara bersamaan dan jika $\text{Sig.} < \alpha(0,05)$ atau $f \text{ hitung} > f \text{ tabel}$, hipotesis diterima, variabel X berpengaruh terhadap variabel Y secara simultan.

c. Uji t

Ghozali (dalam Chrisnada, 2022: 42-43) menjelaskan bahwa uji-t pada dasarnya menunjukkan bagaimana pengaruh suatu variabel independen secara individual menjelaskan perubahan variabel dependen. Pengujian dilakukan dengan mengecek nilai Sig, jika nilai $\text{Sig} < \alpha (0,05)$ atau $t \text{ hitung} > t \text{ tabel}$ maka hipotesis yang diterima berarti variabel bebas berpengaruh terhadap variabel terikat dan jika nilai $\text{Sig} > \alpha (0,05)$ atau $t \text{ hitung} < t \text{ tabel}$, hipotesis tidak diterima yaitu variabel independen tidak berpengaruh terhadap variabel dependen.



5. Uji Koefisien Determinasi

- © Hak cipta milik IBI RKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)
- Ghozali (dalam Chrisnada, 2022: 43) uji koefisien determinasi bertujuan untuk mengukur kemampuan model dalam menjelaskan perubahan variabel dependen, apabila nilai koefisien determinasi berubah dari 0 menjadi 1. Menurut Gujarat dalam Ghozali (dalam Chrisnada, 2022: 43) menyatakan bahwa jika uji eksperimen menghasilkan nilai adjusted R2 negatif, maka nilai adjusted R2 dianggap nol.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian

1. Dilarang menyalin 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 IBI RKG.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBI RKG.