



penelitian yakni, kualitas produk, promosi, dan keputusan pembelian produk *skincare* Somethinc di DKI Jakarta.

3. Pengendali variabel-variabel oleh peneliti

Studi pengendalian variabel dapat berupa desain eksperimen dan desain laporan sesudah fakta (*expost facto*), hal ini terjadi karena variabel yang diteliti tidak dapat di kontrol, sesuai fakta, dan tidak memiliki kemampuan untuk memanipulasinya.

4. Tujuan penelitian

Merupakan studi kausal atau sebab akibat. Dikarenakan penelitian yang ingin mempelajari bagaimana satu variabel dapat mengakibatkan perubahan dan pengujian hubungan antar variabel yang diteliti.

5. Dimensi waktu

Menggunakan studi lintas-seksi (*cross-sectional*), yakni studi yang dilakukan hanya satu kali dan mencerminkan suatu keadaan dalam periode tertentu.

6. Cakupan topik

Menggunakan sebuah studi statistik dimana adanya pengujian hipotesis dalam penelitian yang akan diuji secara kuantitatif dengan uji statistik. Penelitian ini memiliki tujuan untuk memperoleh karakteristik populasi dengan meneliti sampel untuk mewakili populasi tersebut.

7. Lingkungan penelitian

Tergolong sebagai penelitian lapangan (*field studies*) dimana subjek dan objek penelitian berada pada lingkungan yang nyata. Data yang diperoleh merupakan data yang diperoleh secara langsung dari responden yang pernah menggunakan Scarlett.

8. Presepsi partisipan

Kesimpulan dari penelitian bergantung atas jawaban yang diberikan oleh subjek penelitian, dimana presepsi subjek dapat mempengaruhi hasil penelitian. Presepsi yang baik adalah presepsi yang nyata dan tidak terdapat penyimpangan.



C. Variabel Penelitian

Variabel merupakan segala hal yang dijadikan objek pengamatan dalam penelitian, yaitu segala sesuatu yang ditetapkan oleh peneliti dan bertujuan untuk diteliti sehingga akan memperoleh informasi mengenai objek tersebut dan dibuat kesimpulannya (Fadjarajani et.al.c., (2020:140). Berbagai variabel yang akan diteliti dalam penelitian ini adalah Kualitas Produk (X1) dan Dimensi *Brand Ambassador* (Vidi Aldiano) (X2) yang akan menjadi variabel bebas (*Independent*), dan Keputusan Pembelian Produk *skincare* Somethinc (Y) yang akan menjadi variabel terikat (*Dependent*).

1. Variabel Terikat (Dependen)

Variabel terikat merupakan variabel yang menjadi penyebab adanya variabel bebas. Pada penelitian ini, variabel terikat adalah keputusan pembelian. Konsumen memiliki kebutuhan yang berbeda-beda akan setiap produk, sehingga perusahaan harus mempelajari apa yang menjadi menarik, serta keinginan dan kebutuhan para calon konsumen.

2. Variabel Bebas (*Independent Variable*)

Variabel bebas merupakan variabel yang tidak terpengaruh oleh variabel lain. Variabel bebas yang mempengaruhi pada penelitian ini adalah Kualitas Produk dan Dimensi *Brand Ambassador* (Vidi Aldiano), sedangkan variabel terikat yang dipengaruhi adalah Keputusan Pembelian. Dimensi dan indikator setiap variabel dijabarkan sebagai berikut:

(1) Variabel Kualitas Produk

Tabel 3. 1

Dimensi Dan Pernyataan Kualitas Produk (Somethinc)

Variabel	Dimensi	Pernyataan	Skala
Kualitas Produk	<i>Performance</i> (Kinerja)	Produk <i>skincare</i> Somethinc dapat memperbaiki permasalahan kulit wajah	Likert

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.



		saya.	
	<i>Durability</i> (Daya Tahan)	Masa kadaluwarsa produk <i>skincare</i> Somethinc sangat baik.	Likert
	Conformance to specifications (Kesesuaian dengan spesifikasi)	Isi dari produk <i>skincare</i> Somethinc sesuai dengan harganya.	Likert
	<i>Features</i> (Fitur)	Produk <i>skincare</i> Somethinc memberikan banyak manfaat untuk kulit wajah saya.	Likert
	<i>Reliability</i> (Reliabilitas)	Kulit wajah saya menjadi lebih sehat setelah menggunakan produk <i>skincare</i> Somethinc selama 1 bulan	Likert
	<i>Aesthetics</i> (Estetika)	Produk <i>skincare</i> Somethinc memiliki <i>packaging</i> yang cantik.	Likert
	<i>Perceived quality</i> (Kesan estetika)	Kulit wajah saya menjadi cerah dan glowing setelah menggunakan produk <i>skincare</i> Somethinc.	Likert

(2) Variabel Dimensi *Brand Ambassador* (Vidi Aldiano)

Tabel 3. 2

Dimensi dan Pernyataan Dimensi *Brand Ambassador* (Vidi Aldiano)

Variabel	Dimensi	Pernyataan	Skala
Dimensi <i>Brand Ambassador</i> (Vidi Aldiano)	<i>Visibility</i> (Visibilitas)	Vidi Aldiano memiliki profil dan gaya hidup yang menarik	Likert
	<i>Credibility</i> (Kredibilitas)	Saya tertarik membeli produk <i>skincare</i> Somethinc karena melihat <i>review</i> dari Vidi Aldiano	Likert
	<i>Attraction</i> (Daya Tarik)	Vidi Aldiano membuat saya mempercayai kualitas produk Somethinc	Likert
	<i>Power</i> (Kekuatan)	a. <i>Review</i> yang diberikan oleh Vidi Aldiano mengenai produk Somethinc sangat mudah di mengerti b. Vidi Aldiano sebagai <i>brand ambassador</i> mampu memberikan tutorial penggunaan produk Somethinc dengan jelas	Likert

(3) Keputusan Pembelian *Skincare* Somethinc

Tabel 3. 3

Dimensi dan Pertanyaan Keputusan Pembelian

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.



Variabel	Dimensi	Pernyataan	Skala
Keputusan Pembelian	Keputusan tentang jenis produk	Saya membeli produk Somethinc karena memiliki kualitas dan pilihan produk yang beragam	Likert
	Karakteristik produk	Saya membeli produk Somethinc karena sesuai dengan kebutuhan kulit saya	Likert
	Keputusan tentang merek	Saya membeli produk Somethinc karena reputasinya yang baik	Likert
	Keputusan tentang penjualan	Produk skincare Somethinc mudah ditemukan dimana saja	Likert
	Keputusan tentang waktu pembelian	Saya membeli produk Somethinc karena Vidi Aldiano sebagai <i>Brand Ambassador</i> -nya	Likert
	Keputusan tentang pelayanan	Pelayanan yang diberikan oleh gerai Somethinc sangat baik	Likert

D. Teknik Pengambilan Sampel

Teknik *sampling* yang dimanfaatkan merupakan teknik *non-probability sampling*.

Menurut Sekaran dan Bougie (2017:59) *non probability sampling* adalah teknik pengambilan sample dimana tidak memberikan peluang yang diketahui atau yang ditentukan sebelumnya sebagai subjek. Dilakukan pemilihan metode tersebut karena tidak dapat diketahui secara pasti banyaknya jumlah konsumen yang menggunakan produk *skincare Somethinc*. Metode *sampling* yang dimanfaatkan adalah metode *judgement sampling*, sebagaimana dijelaskan Sekaran dan Bougie (2017:68) sampel *non-probability* yang pengambilan sampelnya sebagaimana yang didasarkan pada pertimbangan atau kriteria tertentu. Dalam hal ini responden yang dipilih yakni dengan kriteria sebagai berikut :

1. Mengikuti Vidi Aldiano di Instagram/youtube/tiktok.
2. Pernah melakukan pembelian dan menggunakan produk *skincare Somethinc*

Menurut Hair et al. (2019:132) dalam rasio pengamatan terhadap variabel, umumnya memiliki setidaknya lima kali lebih banyak daripada jumlah sampel yang akan dianalisis dan akan lebih diterima dengan rasio 10:1. Jumlah sampel yang kurang dari 50 tidak dapat menganalisis faktor,



sebaiknya jumlah sampel harus bernilai 100 atau lebih besar. Dalam penelitian ini terdapat 18 butir pertanyaan sehingga minimum sampel yang dibutuhkan sebanyak $18 \times 5 = 90$ sampel. Pada penelitian ini, sampel yang diperoleh sebanyak 110.

E. Teknik Pengumpulan Data

Penelitian ini menggunakan teknik pengumpulan data dengan cara membagikan Kuesioner dalam bentuk *Google Forms* dengan mencantumkan pernyataan mengenai Kualitas Produk Dimensi *Brand Ambassador* (Vidi Aldiano) dan Keputusan pembelian. Menurut Rahnan (2017:104) dalam oleh Stephen Christnada (2022) angket atau kuesioner adalah alat pengumpulan data dengan memberikan daftar pertanyaan kepada orang yang akan memberikan tanggapan atau menjawab pertanyaan yang diberikan dalam penelitian atau yang disebut dengan responden.

Kuesioner yang dibuat disusun dengan skala *likert*, yakni dengan cara meminta persetujuan pada suatu pertanyaan dengan kriteria STS = Sangat Tidak Setuju, TS = Tidak Setuju, N = Netral, S = Setuju, dan SS = Sangat Setuju. Kemudian tiap tingkat jawaban diberi skor dari 1 sampai 5.

Tabel 3. 4
Skala *Likert*

No	Keterangan	Bobot Skor
1.	STS = Sangat Tidak Setuju	1
2.	TS = Tidak Setuju	2
3.	N = Netral	3
4.	S = Setuju	4
5.	SS = Sangat Setuju	5

F. Teknik Analisis Data

Metode ini menjelaskan bagaimana cara menganalisis data dengan menggunakan analisis statistik sehingga dapat menguji pengaruh antara variabel independen (bebas) dengan variabel dependen (terikat) dan untuk menguji hipotesis yang disajikan dengan analisis



regresi linier berganda. Adapun analisis yang digunakan dalam penelitian ini yaitu sebagai berikut:

1. Evaluasi Model Pengukuran

a. Uji Validitas

Menurut Sekaran & Bougie (2021:177) uji validitas merupakan sejauh mana instrument mengukur mengenai apa yang ingin diukur. Dalam penelitian ini, kuisioner akan diuji melalui uji validitas untuk mengetahui keabsahannya. Validitas pada suatu indikator dilakukan dengan cara mengevaluasi tingkat signifikansi pengaruh suatu variabel dengan indikatornya. Butir pertanyaan dikatakan valid bila $P\text{-value} < 0,05$ dan $factor\ loading > 0,5$. Metode pengujian validitas menggunakan cara korelasi *product moment* dengan menggunakan rumus

$$\frac{n\sum xy - (\sum x)(\sum y)}{\sqrt{\{n\sum x^2 - (\sum x)^2\}\{n\sum y^2 - (\sum y)^2\}}}$$

Keterangan:

r_{xy} = korelasi

x = skor tiap pertanyaan

y = skor total pertanyaan

n = jumlah sampel yang akan diuji

Kriteria keputusan: $r_{xy}\text{ hitung} > r\text{ tabel}$, valid

$r_{xy}\text{ hitung} < r\text{ tabel}$, tidak valid

b. Uji Realibilitas

Menurut Sekaran & Bougie (2021:39) reliabilitas adalah pengukuran untuk melihat sejauh apa pengukuran tersebut tanpa bias atau kesalahan dan menjamin konsistensi pengukuran. Realibilitas diukur dengan menggunakan uji Cronbach alpha (α). Variabel dapat dikatakan reliabel jika nilai Cronbach Alpha $> 60\%$. Apabila nilai alpha $< 60\%$, maka

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



menunjukkan masih banyak responden dengan tanggapan yang tidak konsisten. Berikut rumus korelasi Cronbach Alpha:

$$S_i^2 \alpha = \left[\frac{k}{(k-1)} \right] \left[1 - \frac{\sum s_i^2}{s_t^2} \right]$$

k = jumlah butir dalam skala pengukuran

s_i^2 = varian dari item ke-i

s_t^2 = ragam dari skor total

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

2. Analisis Deskriptif

Rata – Rata Hitung (Mean)

Setelah data hasil kuesioner dikumpulkan, maka dilakukan perhitungan yang digunakan untuk mengetahui tingkat rata-rata respon konsumen. Rumus yang digunakan adalah sebagai berikut:

$$\bar{x} = \frac{(\sum fi \cdot xi)}{n}$$

Keterangan:

\bar{x} = Skor rata – rata

Fi = Frekuensi pemilihan nilai

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

n = Jumlah frekuensi/responden

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.



b. Selang Kepercayaan (*Confidence Interval*)

Selang kepercayaan digunakan untuk mengetahui perkiraan rentang nilai yang mencakup nilai parameter populasi sebenarnya. Rumus *confidence interval* sebagai berikut :

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

Keterangan:

CI = *Confidence Interval*

\bar{x} = *Sample Mean*

z = *Confidence Level Value*

s = *Sample Standard Deviation*

n = *Sample Size*

c. Rentang Skala

Menurut Riyanto & Hatmawan (2020:54) rentang skala digunakan untuk menginterpretasikan data dari variabel penelitian. Rumus yang digunakan dalam menghitung rentang skala adalah sebagai berikut:

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

Keterangan:

m = nilai tertinggi

p = nilai terendah

b = jumlah kelas atau banyaknya kategori

$$Skala = \frac{5 - 1}{2} = 0,8$$

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



Sehingga kriteria dalam pengukuran rentang skala yaitu sebagai berikut:

Tabel 3. 4
Pengukuran Rentang Skala

Rentang Skala	Penilaian
1,00 – 1,80	Sangat Tidak Setuju
1,81 – 2,60	Tidak Setuju
2,61 – 3,40	Netral
3,41 – 4,20	Setuju
4,28 – 5,00	Sangat Setuju

3. Analisis Regresi Linier Berganda

Analisis regresi linear berganda menggunakan lebih dari satu variabel bebas untuk menjelaskan varians dalam variabel terikat. Analisis regresi berganda memberikan mean penelitian secara objektif pada tingkat dan ciri – ciri hubungan antara variabel bebas dan variabel terikat. Persamaan regresi linear berganda adalah sebagai berikut:

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

Keterangan:

Y = Keputusan

Pembelian X1

= kualitas

produk

X2 = *brand ambassador*

β_0 = Konstanta

β_1 = Koefisien regresi variabel kualitas produk

β_2 = Koefisien regresi variabel *brand ambassador*

e = Error



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.

a. Uji Asumsi Klasik

(1). Uji Normalitas

Menurut Imam Ghozali dalam Fransisca, (2021), uji normalitas bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi, variabel pengganggu atau residual memiliki distribusi normal. Uji normalitas dapat diperoleh dengan menggunakan analisis grafik *Kolmogorov – Smirnov* dengan menggunakan *exact test Monte Carlo*. Uji *Kolmogorov – Smirnov* dilakukan dengan membuat hipotesis:

1. H_0 : data residual berdistribusi normal
2. H_a : data residual tidak berdistribusi normal

Dasar pengambilan keputusan pada penelitian ini untuk uji normalitas menggunakan *Kolmogorov – Smirnov exact test Monte Carlo* dengan tingkat *confidence level* sebesar 95%. Dengan signifikan diatas ($\alpha = 0,05$), maka dasar pengambilan keputusannya adalah sebagai berikut:

- (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



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

bertujuan untuk menguji apakah model regresi ditemukan adanya korelasi antar variabel bebas (independen). Model regresi yang baik seharusnya tidak terjadi korelasi antara variabel bebas, karena jika hal tersebut terjadi maka variabel-variabel tersebut tidak orthogonal atau terjadi kesalahan. Untuk mendeteksi apakah terjadi multikolinieritas dapat diketahui variance inflation factor (VIF) dan toleransi pedoman suatu model regresi yang bebas multikolinieritas adalah sebagai berikut:

1. Jika nilai Tolerance $> 0,10$ atau VIF < 10 , maka tidak terdapat multikolinieritas.
2. Jika nilai Tolerance $< 0,10$ atau VIF > 10 , maka terdapat multikolinieritas.

(3). Uji Heteroskedastisitas

Menurut Ghozali (2021:178) uji heteroskedastisitas untuk mengetahui apakah dalam model regresi terjadi ketidaksamaan variance residual satu pengamatan ke pengamatan yang lain. Jika varians dari residual satu pengamatan ke pengamatan lain tetap, maka disebut heteroskedastisitas. Model regresi yang baik adalah yang homoskedastisitas atau tidak terjadi heteroskedastisitas.

Pengujian heteroskedastisitas pada penelitian ini menggunakan uji korelasi Spearman-rank yaitu mengkorelasikan antara absolut residual hasil regresi dengan variabel bebas. Dimana kriteria pada pengujian ini

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.



adalah:

(a) Jika nilai signifikan $> 0,05$ maka terdapat homoskedastisitas atau tidak terdapat heteroskedastisitas.

(b) Jika nilai signifikan $< 0,05$ maka terdapat heteroskedastisitas atau tidak terdapat homoskedastisitas

b. Uji Kesesuaian Model (Uji F)

Uji F digunakan untuk menguji kesesuaian model regresi mengenai apakah model regresi tersebut dapat digunakan atau tidak. Dalam analisisnya, menggunakan hipotesis statistic sebagai berikut:

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

$$H_a : \text{Tidak semua } \beta_1 \neq 0$$

Keterangan

$$I = 1,2$$

Dasar pengambilan keputusan adalah sebagai berikut:

(1). Taraf Sig. adalah 0,05.

(2). Jika Sig. $< 0,05$ atau F hitung $> F$ tabel, maka hasilnya adalah tolak H_0 , yang berarti ada pengaruh terhadap Y.

(3). Jika Sig. $> 0,05$ atau F hitung $< F$ tabel maka hasilnya adalah tidak tolak H_0 , yang berarti tidak ada pengaruh Y.

c. Uji Hipotesis Penelitian (Uji T)

Uji T digunakan digunakan untuk menunjukkan seberapa jauh pengaruh satu variabel bebas secara individual dan menjelaskan variasi dependen. Pengujian hipotesis yang

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.

digunakan adalah sebagai berikut:

K
e
t
e
r
a
n
g
a
n
H
o
=
β
1
=
0
H
a
=
β
2
>
0

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

Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

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





© 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.

$$H_0 = \beta_2 = 0 \quad H_a = \beta_2 > 0$$

Dasar pengambilan keputusan adalah sebagai berikut:

- (1). Jika nilai $\text{Sig} < 0,05$ atau $t \text{ hitung} > t \text{ tabel}$, maka tolak H_0 yang artinya variabel independen secara individual mempengaruhi variabel dependen.
- (2). Jika nilai $\text{Sig} > 0,05$ atau $t \text{ hitung} < t \text{ tabel}$ maka tidak tolak H_0 yang artinya variabel independen secara individual tidak mempengaruhi variabel dependen.

d. Uji Koefisien Determinan (R^2)

Koefisien determinasi adalah pengujian yang digunakan untuk mengetahui seberapa besar nilai presentase dari pengaruh langsung suatu variabel dengan

variabel lainnya (Sani & Rahman, 2022:54). Rumus yang digunakan untuk menghitung koefisien determinasi antara variabel X dan Y adalah sebagai berikut:

$KD = \text{Koefisien Determinasi}$

$R_{xy}^2 = \text{Kuadrat dari koefisien jalur pada}$

setiap diagram jalur Kriteria Analisis

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

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

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