KWIK KIAN GIE SCHOOL OF BUSINESS
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)
Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie

BAB III

METODE PENELITIAN

A. Objek Penelitian

Objek yang akan diteliti pada penelitian adalah produk Jiniso. Sedangkan untuk subjek penelitian ini adalah konsumen yang pernah membeli produk Jiniso dan pernah melihat Sandrinna mempromosikan produk Jiniso.

B. Desain Penelitian

Desain penelitian menurut Cooper dan Schindler (2014:126) adalah suatu perencanaan dan struktur dari investigasi yang disusun untuk mendapatkan jawaban atas pertanyaan penelitian. Perencanaan merupakan skema menyeluruh atau program dari penelitian, termasuk mencakup garis besar dari apa yang ingin dilakukan oleh peneliti dari penulisan hipotesis dan implikasi operasionalnya untuk analisis data akhir. Terdapat delapan klasifikasi dalam desain penelitian, diantaranya :

1. Tingkat penyelesaian pertanyaan penelitian

Berdasarkan tingkat penyelesaian pertanyaan penelitian yang dilakukan oleh peneliti, penelitian ini bersifat *formal study*, karena penelitian ini bertujuan untuk menguji sebuah hipotesis dan menjawab pertanyaan - pernyataan yang telah dikemukakan dalam identifikasi masalah. Penelitian bersifat studi formal dimulai dengan berdasar pada sebuah hipotesis dengan bersumber data yang tepat.

2. Metode Pengumpulan Data

Berdasarkan metode pengumpulan data, pada penelitian ini menggunakan studi komunikasi, dimana peneliti memberikan pertanyaan - pertanyaan kepada subjek penelitian dengan cara menyebarkan kuesioner melalui *Google Form,* dan mengumpulkan hasil jawaban dari subjek penelitian.

KWIK KIAN GIE SCHOOL OF BUSINESS

3. Kontrol Peneliti Terhadap Variabel

Pada penelitian ini, peneliti menggunakan desain *ex post facto* (laporan sesudah fakta), yang dimana artinya peneliti tidak dapat memanipulasi variabel, karena peneliti tidak memiliki kontrol atas variabel - variabel yang ada. Peneliti hanya mampu melaporkan apa yang telah terjadi atau apa yang sedang terjadi.

4. Tujuan Studi

Berdasarkan tujuan studi, penelitian ini memiliki tujuan kausal. Karena pada penelitian ini, peneliti memiliki tujuan untuk menjelaskan pengaruh hubungan antar variabel yang diteliti.

5. Dimensi Waktu

Berdasarkan dimensi waktu, pada penelitian ini menggunakan studi *cross-sectional* (*cross-sectional studies*). Karena penelitian dilakukan hanya satu kali.

6. Cakupan Topik

Penelitian ini menggunakan studi statistik, dimana hipotesis dalam penelitian ini akan diuji secara kuantitatif dengan menggunakan uji statistik. Studi statistik didesain untuk cakupan yang lebih luas dan bukan lebih mendalam. Studi ini berusaha menangkap karakteristik populasi dengan membuat kesimpulan berdasarkan tingkat sejauh mana representasi sampel dan dengan tingkat validitas atau kesalahan sampel.

7. Lingkungan Penelitian

Berdasarkan pada lingkungan penelitian, penelitian ini termasuk dalam kondisi lapangan (*field conditions*). Penelitian dilakukan dengan menyebarkan kuesioner terhadap subjek penelitian pada kondisi lapangan yang sebenarnya.

© 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.
Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie

KWIK KIAN GIE SCHOOL OF BUSINESS
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)
Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie

8. Kesadaran Persepsi Partisipan

Persepsi subjek berpengaruh pada proses penelitian dan merupakan hal yang penting dalam melakukan penelitian. Persepsi yang baik adalah persepsi yang nyata dan tidak terdapat penyimpangan di kehidupan sehari-hari.

C. Variabel Penelitian dan Definisi Operasional

Terdapat dua jenis variabel yang akan diteliti dalam penelitian ini, yaitu variabel bebas (*independent variable*) dan variabel terikat (*dependent variable*). Variabel independen adalah variabel yang mempengaruhi atau yang menjadi penyebab timbulnya variabel dependen (terikat). Variabel dependen adalah variabel yang dipengaruhi atau akibat, karena adanya variabel bebas. Dalam penelitian ini *Celebrity Endorser* (X1), Citra Merek (X2) sebagai variabel bebas, dan Niat Beli Ulang (Y) sebagai variabel terikat

Operasionalisasi masing masing variabel dalam penelitian ini sebagai berikut :

a. Variabel *Celebrity Endorser* (X1)

Pengukuran variabel *celebrity endorser* dengan dimensi dan butir pertanyaan disajikan pada tabel 3.1:

Tabel 3.1

Operasionalisasi Variabel *Celebrity Endorser*

Variabel	Indikator	Butir Pernyataan	Skala
Celebrity Endorser Menurut Shimp dalam Anas, Sudarwanto (2020)	*Trustworthiness* (Kepercayaan)	Saya percaya dengan pesan iklan yang disampaikan oleh Sandrinna.	Interval
	Expertise (Keahlian)	Sandrinna memiliki kemampuan dalam mempromosikan produk Jiniso dengan baik.	Interval
		Sandrinna merupakan *celebrity* yang berpengalaman dalam mempromosikan suatu produk.	

KWIK KIAN GIE SCHOOL OF BUSINESS
© 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.
Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie

	Physical Attractiveness (Daya tarik)	Sandrinna memiliki daya tarik secara fisik.	Interval
	Respect (Rasa Hormat)	Saya mengagumi Sandrinna sebagai *endorser* produk Jiniso.	Interval
		Saya menghormati Sandrinna sebagai *endorser* produk Jiniso.	
	Similiarity (Kesamaan dengan target audiens)	Sandrinna memiliki kesamaan selera *fashion* dengan saya.	Interval

b. Variabel Citra Merek (X2)

Pengukuran variabel citra merek dengan dimensi dan butir pertanyaan disajikan dalam tabel 3.2 :

Tabel 3.2

Operasionalisasi Variabel Citra Merek

Variabel	Dimensi	Butir Pernyataan	Skala
Citra Merek Menurut Firmansyah (2019:18)	*Corporate Image* (Citra Perusahaan)	CV. Generasi Aktif Berkarya sebagai produsen produk Jiniso merupakan perusahaan yang sudah dikenal.	Interval
	User Image (Citra Pemakai)	Membeli produk Jiniso merupakan bagian dari gaya hidup saya.	Interval
		Saya memakai produk Jiniso karena sesuai dengan kepribadian saya.	
		Saya memakai produk Jiniso sebagai simbol status sosial saya.	

KWIK KIAN GIE SCHOOL OF BUSINESS
© 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.

	Product Image (Citra Produk)	Merek Jiniso mudah diingat.	Interval
		Produk pakaian Jiniso bermanfaat bagi saya.	
		Jiniso memberikan pelayanan yang baik.	
		Jiniso menjamin kualitas produk pakaiannya.	

c. Niat Beli Ulang (Y)

Pengukuran variabel niat beli ulang dengan dimensi dan butir pertanyaan disajikan dalam tabel 3.3:

Tabel 3.3

Operasionalisasi Variabel Niat Beli Ulang

Variabel	Indikator	Butir Pernyataan	Skala
Niat Beli Ulang menurut Ferdinand dalam Chiquita (2021)	Niat Transaksional	Saya akan membeli kembali produk Jiniso.	Interval
	Niat Referensial	Saya akan merekomendasikan produk Jiniso kepada orang lain.	Interval
	Niat Prefensial	Saya akan mengutamakan untuk membeli produk Jiniso sebagai pilihan pertama dibanding produk pakaian lokal lainnya.	Interval
	Niat Eksploratif	Saya akan mencari tahu lebih banyak informasi mengenai Jiniso.	Interval

Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie

KWIK KIAN GIE SCHOOL OF BUSINESS

D. Teknik Pengambilan Sampel

Menurut Hair et al (2019:133), Dalam hal ukuran absolut, peneliti umumnya tidak menganalisis faktor sampel kurang dari 50 pengamatan, dan sebaiknya ukuran sampel harus 100 ataupun lebih besar. Dalam hal rasio pengamatan minimal 5 kali lebih banyak dari jumlah variabel yang akan dianalisis, dan ukuran sampel yang lebih bisa diterima akan mempunyai rasio 10:1. Dalam penelitian ini, terdapat 19 item pernyataan maka, jumlah sampel minimum yang diperlukan sebagaimana yang didasarkan pada perhitungan yakni 19 x 5 = 95 responden, Namun pada penelitian ini jumlah responden mencapai 100, agar sesuai dengan ukuran sampel yang baik yaitu sebanyak minimal 100 responden, sehingga dapat dikatakan akan lebih baik dibandingkan hanya 95 responden.

Populasi pada penelitian ini ialah masyarakat yang pernah membeli produk Jiniso dan juga pernah melihat Sandrinna mempromosikan produk Jiniso. Untuk mendapatkan sampel yang sesuai dengan penelitian, maka digunakan teknik *non-probability sampling* dengan pendekatan *purposive sampling* yaitu pengambilan sampel yang berdasarkan kriteria tertentu. Ukuran sampel yang digunakan pada penelitian ini sebanyak 103 responden.

E. Teknik Pengumpulan Data

Teknik yang dipakai untuk pengumpulan data adalah teknik komunikasi dengan membagikan kuesioner secara *online* dalam bentuk *Google Forms* kepada responden berupa pernyataan mengenai variabel *celebrity endorser*, citra merek, dan niat beli ulang

Responden akan diminta untuk mengisi jawaban atas daftar pernyataan dari kuesioner yang diberikan dengan memberi skor numerik berdasarkan skala likert sesuai dengan tingkat kesetujuan mereka. Skala likert digunakan dalam mengukur

© 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.
Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie

KWIK KIAN GIE SCHOOL OF BUSINESS
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)
Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie

persepsi dan opini dari individu serta kelompok yang terdapat dalam fenomena sosial. Skala likert diukur dengan lima tingkatan, yaitu:

1 = STS (Sangat Tidak Setuju)

2 = TS (Tidak Setuju)

3 = N (Netral)

4 = S (Setuju)

5 = SS (Sangat Setuju)

F. Teknik Analisis Data

Setelah data kuesioner yang telah dikumpulkan, peneliti akan melakukan analisis terhadap data. Data akan dianalisis dengan menggunakan alat bantu software SPSS *statistic* 25. SPSS digunakan untuk menganalisis data statistik agar dapat diolah, ditampilkan dan dianalisis. Sehingga dapat disajikan menjadi suatu informasi data yang sesuai dengan peneliti. Adapun teknik yang diterapkan untuk mengolah data sebagai berikut :

1. Uji Kuesioner

a. Uji Validitas

Uji Validitas menurut Ghozali (2018:51) dilakukan untuk mengetahui kevalidan suatu kuesioner dalam sebuah penelitian. Kuesioner dinyatakan valid jika pertanyaan mampu mengungkapkan sesuatu yang akan diukur oleh kuesioner tersebut. Dalam pengambilan keputusan uji validitas ini, peneliti membandingkan hasil perhitungan *Pearson Product Moment* dengan n = 103, α = 5%).

Sebuah instrumen dikatakan memiliki validitas yang tinggi, apabila instrumen tersebut menjalankan fungsi pengukurannya secara tepat, atau memberikan hasil pengukuran yang sesuai dengan tujuan dilakukannya pengukuran tersebut. Dasar

KWIK KIAN GIE SCHOOL OF BUSINESS
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)

pengambilan keputusan dalam uji validitas adalah Jika r hitung ≤ r tabel, maka butir instrument tidak berkorelasi signifikan terhadap skor total (dinyatakan tidak valid). Jika r hitung ≥ r tabel, maka butir instrument berkorelasi signifikan terhadap skor total (dinyatakan valid).

b. Uji Reliabilitas

Menurut Ghozali (2018:46) Reliabilitas adalah alat untuk mengukur kuesioner yang merupakan indikator dari variabel untuk mengetahui konsistensi jawaban dari responden. Jawaban responden terhadap pertanyaan dikatakan reliabel jika masing-masing pertanyaan dijawab secara konsisten atau jawaban tidak boleh acak. Kriteria dalam menentukan suatu variabel dikatakan reliabel atau tidak ialah sebagai berikut:

(1) Jika nilai *Cronbach's Alpha* > 0,70, maka item pada kuesioner dikatakan reliabel

(2) Jika nilai *Cronbach's Alpha* < 0,70 maka item pada kuesioner dikatakan tidak reliabel.

2. Analisis Deskriptif

a. Perhitungan Rata-rata (Mean)

Rata - rata hitung atau mean adalah nilai yang didapatkan dari hasil penjumlahan seluruh nilai data pada suatu kelompok variabel dan dibagi dengan jumlah sampel. Adapun rumus rata - rata hitung (mean) sebagai berikut :

$$\bar{x} = \sum \frac{fi.xi}{n}$$

Keterangan :

$\bar{x}$ = Skor rata-rata

n = Jumlah responden

fi = Frekuensi pemilihan nilai

Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie

KWIK KIAN GIE SCHOOL OF BUSINESS

xi = Data

b. Rentang Skala

Setelah nilai rata-rata diperoleh, maka selanjutnya digambarkan rentang skala untuk menentukan posisi responden dengan menggunakan nilai skor setiap variabel. Rumus perhitungan 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 yang dibuat

Dengan skor tertinggi ialah 5 dan skor terendah ialah 1, banyaknya kelas atau kategori ialah 5, sehingga dapat ditentukan rentang skalanya sebagai berikut:

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

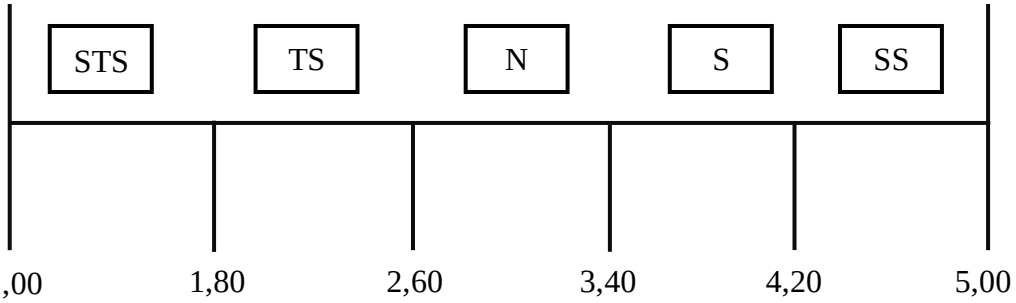
1,00 – 1,80 = Sangat Tidak Setuju (STS)

1,81 – 2,60 = Tidak Setuju (TS)

2,61 – 3,40 = Netral (N)

3,41 – 4,20 = Setuju (S)

4,21 – 5,00 = Sangat Setuju (SS)



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)
Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie

KWIK KIAN GIE SCHOOL OF BUSINESS

3. Uji Asumsi Klasik

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

Uji asumsi klasik dilakukan untuk mengetahui apakah model yang digunakan dalam penelitian sudah tepat. Pengujian asumsi klasik terdiri dari normalitas, heteroskedastisitas, multikolinieritas.

a. Uji Normalitas

Uji normalitas menurut Ghozali (2018:161), bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi, variabel pengganggu atau residual memiliki distribusi normal. Uji normalitas dapat dilakukan dengan menggunakan hasil uji statistik non-parametrik *Kolmogorov-Smirnov*.

Kriteria yang digunakan untuk menentukan distribusi dari data residual sebagai berikut:

(a) Jika nilai probabilitas signifikansi > 0,05, maka data residual berdistribusi normal

(b) Jika nilai probabilitas signifikansi < 0,05, maka data residual berdistribusi tidak normal

b. Uji Heteroskedastisitas

Uji heteroskedastisitas menurut Ghozali (2018:137), bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi terjadi ketidaksamaan *variance* dari residual satu pengamatan ke pengamatan yang lain. Model regresi yang baik adalah yang tidak terjadi Heteroskesdatisitas. Kriteria uji heteroskedastisitas adalah sebagai berikut:

(1) Jika nilai sig > 0,05 maka tidak terjadi heteroskedastisitas.

(2) Jika nilai sig < 0,05 maka terjadi heteroskedastisitas.

c. Uji Multikolinieritas

Uji Multikolinieritas menurut Ghozali (2018:107), bertujuan untuk menguji apakah model regresi ditemukan adanya kolerasi antar variabel bebas

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.

Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie

KWIK KIAN GIE SCHOOL OF BUSINESS

(independen). Model regresi yang baik seharusnya tidak terjadi korelasi di antara variabel independen. Uji multikolinearitas ini dapat dilihat dengan menggunakan besaran VIF (*Variance Inflation Factor)* dan *Tolerance*. Dasar pengambilan keputusan untuk menunjukkan adanya multikolinieritas yaitu:

(1) Jika nilai *tolerance* ≥ 0,10 atau nilai VIF ≤ 10, artinya tidak terdapat multikolinearitas.

(2) Jika nilai *tolerance* ≤ 0,10 atau nilai VIF ≥ 10, artinya terdapat multikolinearitas.

4. Analisis Regresi Berganda

Menurut Ghozali (2018:96), analisis regresi digunakan untuk mengukur kekuatan hubungan antara dua variabel atau lebih. Rumus analisis regresi berganda yang digunakan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut :

$$Y = \beta 0 + \beta 1X1 + \beta 2X2 + \varepsilon$$

Keterangan :

Y = Niat Beli Ulang

β0 = Konstanta

β1 = koefisien regresi variabel X1

β2 = koefisien regresi variabel X2

e = Error

X1 = *Celebrity Endorser*

X2 = Citra Merek

a. Uji Kelayakan (Uji f)

Pada uji F dapat dilihat signifikasi model regresi, apakah model regresi penelitian tersebut layak atau tidak untuk digunakan. Menurut Ghozali (2018:98), Pengujian dilakukan dengan melihat Sig f, sebagai berikut:

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)
Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie

KWIK KIAN GIE SCHOOL OF BUSINESS
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)
Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie

(1) Taraf signifikansi / Sig. F (α = 0.05).

(2) Jika nilai Sig > α (0,05) atau Fhitung < Ftabel maka tidak tolak H0, artinya model regresi tersebut tidak dapat digunakan

(3) Jika nilai Sig < α (0,05) atau Fhitung > Ftabel maka tolak H0, artinya model regresi tersebut dapat digunakan

b. Uji Parsial (Uji t)

Menurut Ghozali (2018: 98), uji T pada dasarnya dilakukan untuk menunjukkan seberapa jauh pengaruh suatu variabel bebas atau independen secara individual dalam menerangkan variasi variabel dependennya. Uji t digunakan untuk mengetahui adanya pengaruh masing – masing variabel bebas terhadap variabel terikat. Adapun kriteria yang digunakan untuk menentukan apakah variabel independen signifikan atau tidak, yaitu sebagai berikut:

(1) Taraf signifikansi / Sig. t (α = 0.05).

(2) Jika nilai Sig. t < 0.05 atau thitung > ttabel, maka tolak H0, artinya variabel bebas berpengaruh terhadap variabel terikat.

(3) Jika nilai Sig. t > 0.05 atau thitung < ttabel, maka tidak tolak H0, artinya variabel bebas tidak berpengaruh terhadap variabel terikat.

c. Koefisien Determinasi (R^2)

Menurut Ghozali (2018:97) Koefisien Determinasi (R^2) pada intinya mengukur seberapa jauh kemampuan model dalam menerangkan variasi variabel dependen atau variabel terikat (Y). Nilai koefisien determinasi adalah antara nol dan satu. Nilai koefisien determinasi (R^2) yang kecil berarti kemampuan variabel-variabel independen dalam menjelaskan variabel dependen amat terbatas.

KWIK KIAN GIE SCHOOL OF BUSINESS

Sedangkan nilai yang mendekati nilai satu artinya variabel-variabel independen memberikan hampir semua informasi yang dibutuhkan untuk memprediksi variabel dependen. Atau dapat dijabarkan sebagai berikut:

(1) $R^2 = 0$, artinya variabel independen (X) tidak memiliki kemampuan untuk menjelaskan variabel dependen (Y).

(2) $R^2 = 1$, artinya variabel independen (X) secara sepenuhnya memiliki kemampuan untuk menjelaskan variabel dependen (Y).

© 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.

Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie