

METODE PENELITIAN

Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

Desain Penelitian

1. Tingkat Penyelesaian Pertanyaan Penelitian

2. Metode Pengumpulan Data

27



Pertanyaan tersebut dikemukakan dalam bentuk kuesioner yang akan diajukan

kepada responden mengenai variabel - variabel dalam penelitian.

3. Kontrol Peneliti terhadap Variabel

Peneliti akan melakukan penelitian dengan menggunakan desain *ex post facto design*) yaitu peneliti tidak memiliki kendali terhadap variabel - variabel, dalam arti tidak mampu memanipulasinya, karena penelitian dilakukan setelah kejadian sesudah fakta atau peristiwa yang terjadi. Peneliti hanya dapat melaporkan apa yang telah terjadi dan apa yang sedang terjadi. Peneliti yang menggunakan desain penelitian ini tidak memengaruhi variabel yang diteliti sehingga tidak menimbulkan bias.

4. Tujuan Studi

Penelitian ini memiliki tujuan kausal. Dalam studi kausal, yaitu peneliti berusaha untuk menjelaskan hubungan antar variabel. Penelitian ini menjelaskan pengaruh variabel - variabel yang diteliti, yaitu bagaimana pengaruh *Electronic Word of Mouth* dan Citra Merek pada platform TikTok terhadap Niat Beli Ulang produk Scarlett Whitening.

5. Dimensi Waktu

Dalam penelitian ini, Peneliti menggunakan *cross- sectional studies* yaitu penelitian hanya akan dilakukan satu kali dan menyajikan potret satu kejadian dalam satu waktu.

6. Cakupan Topik

Penelitian ini menggunakan studi statistik (*statistical studies*) 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 suatu populasi dengan

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.



membuat kesimpulan berdasarkan tingkat sejauh mana representasi sampel dan dengan tingkat validitas atau kesalahan sampel.

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

7. Lingkungan Riset

Dilihat dari lingkungan penelitian, penelitian ini termasuk dalam kondisi lapangan (*field study*). Karena penelitian ini dilakukan dengan menyebarkan kuesioner langsung kepada konsumen yang pernah membeli produk Scarlett Whitening dan pernah melihat atau mengikuti akun Scarlett Whitening di Tiktok, yang mana subjek dan objek dalam penelitian ini berada dalam lingkungan yang nyata dan sebenarnya.

8. Persepsi Peserta

Persepsi subjek atau responden dari penelitian ini berpengaruh terhadap proses penelitian. Oleh karena ini peneliti berusaha untuk memberikan arahan dan pemahaman kepada subjek penelitian untuk menghindari persepsi yang buruk terhadap penelitian yang sedang berlangsung,

C. Variabel Penelitian dan Definisi Operasional

1. Variabel Penelitian

Variabel - variabel yang terdapat dalam penelitian ini yaitu:

a. Variabel bebas (*Independent*):

X1 = *Electronic Word of Mouth* (e-WOM)

X2 = Citra Merek

b. Variabel terikat (*Dependent*):

Y = Niat Beli Ulang

2. Operasionalisasi Variabel

Operasionalisasi masing - masing variabel dalam penelitian ini 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 mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.



a. Variabel *Electronic Word of Mouth* (e-WOM) (X1)

Pengukuran variabel *Electronic Word of Mouth* (e-WOM) yang digunakan dalam penelitian ini terdapat 10 (sepuluh) indikator dengan dimensi dan butir masing – masing pernyataan disajikan pada tabel 3.1:

Tabel 3.1

Dimensi *Electronic Word of Mouth* (e-WOM)

Variabel	Dimensi	Indikator Pernyataan	Skala
<i>Electronic Word of Mouth</i> Menurut Priansa (2017:354)	<i>Intensity</i>	1. Saya sering mengakses informasi mengenai produk Scarlett Whitening di Tiktok 2. Saya sering berinteraksi dengan sesama pengguna produk Scarlett Whitening di Tiktok 3. Saya banyak membaca ulasan dari konsumen produk Scarlett Whitening di Tiktok	Interval
	<i>Valence of opinion</i>	1. Saya menemukan komentar positif dari pengguna produk Scarlett Whitening di Tiktok 2. Saya menemukan komentar negatif dari pengguna produk Scarlett Whitening di Tiktok 3. Saya mendapatkan rekomendasi tentang produk – produk Scarlett Whitening di Tiktok	Interval
	<i>Content</i>	1. Saya mendapatkan informasi tentang berbagai jenis atau layanan produk Scarlett Whitening di Tiktok 2. Saya mendapatkan informasi tentang kualitas produk Scarlett Whitening di Tiktok 3. Saya mendapatkan informasi tentang layanan produk Scarlett Whitening di Tiktok 4. Saya mendapatkan informasi tentang harga produk Scarlett Whitening di Tiktok	Interval



b. Variabel Citra Merek (X2)

Pengukuran variabel Citra Merek yang digunakan dalam penelitian ini terdapat 6 (enam) indikator dengan dimensi dan butir masing – masing pernyataan disajikan pada tabel 3.2:

Tabel 3.2
Dimensi Citra Merek

Variabel	Dimensi	Indikator Pernyataan	Skala
Citra Merek Menurut Keller dan Swaminathan (2020:76)	<i>Strength of Brand Association</i>	1. Merek Scarlett Whitening mudah diingat. 2. Logo Scarlett Whitening menarik dan mudah dikenali.	Interval
	<i>Favorable of Brand Association</i>	1. Saya percaya manfaat yang ditawarkan produk Scarlett Whitening dapat memenuhi kebutuhan dan keinginan saya. 2. Saya menyukai produk Scarlett Whitening dibanding produk bodycare lain, karena manfaat yang ditawarkan memuaskan saya.	Interval
	<i>Uniqueness of Brand Association</i>	1. Produk Scarlett Whitening memiliki ciri khas yang unik dibanding produk lain, sehingga sulit ditiru oleh para pesaing. 2. Scarlett Whitening memiliki kemasan produk yang menarik dibandingkan dengan pesaing	Interval

c. Niat Beli Ulang (Y)

Pengukuran variabel Niat Beli Ulang yang digunakan dalam penelitian ini terdapat 5 (lima) indikator dengan dimensi dan butir masing - masing pernyataan disajikan pada tabel 3.3:



Tabel 3.3

Dimensi Niat Beli Ulang

Variabel	Dimensi	Indikator Pernyataan	Skala
Niat Beli Ulang, Menurut Ferdinand dalam Hasyim dan Agustin (2019)	Niat Transaksional	Saya akan membeli kembali produk Scarlett Whitening.	Interval
	Niat Refrensial	1. Saya akan merekomendasikan produk Scarlett Whitening kepada teman dan keluarga saya. 2. Saya akan memberikan <i>review</i> menarik agar orang lain tertarik terhadap produk Scarlett Whitening.	Interval
	Niat Preferensial	Saya lebih memilih produk Scarlett Whitening dibanding produk bodycare lainnya	Interval
	Niat Eksploratif	Saya akan selalu mencari informasi mengenai produk Scarlett Whitening	Interval

D. Teknik Pemilihan Sampel

Populasi pada penelitian ini ialah konsumen Scarlett Whitening. Lalu, dalam menentukan sampel peneliti menggunakan teknik *Non-probability Sampling* dengan pendekatan *Purposive sampling* yaitu pemilihan sampel berdasarkan kriteria atau atas pertimbangan tertentu.

Menurut Hair et al (2019:133), terdapat pedoman yang menjadi dasar pada ukuran absolut dataset, rasio kasus terhadap variabel, dan “kekuatan” hasil analisis faktor. Dalam hal ukuran absolut, peneliti umumnya tidak akan menganalisis sampel kurang dari 50 pengamatan, dan sebaiknya ukuran sampel harus minimal 100 responden. 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 21 item pernyataan maka, jumlah sampel



minimum yang diperlukan sebagaimana yang didasarkan pada perhitungan yakni $21 \times 5 = 105$ responden, yang mana jumlah tersebut sudah sesuai dengan ukuran sampel yang baik. Sampel akan di tujukan kepada 106 responden yaitu konsumen Scarlett Whitening untuk mengisi kuesioner.

Dalam penelitian ini, sampel yang ditetapkan oleh peneliti harus memenuhi standar kriteria pemilihan sampel, yaitu sebagai berikut:

- (1) Responden pernah membeli produk Scarlett Whitening (Setidaknya 1 kali).
- (2) Responden pernah melihat atau mengikuti akun Tiktok Scarlett Whitening.

E. Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data adalah suatu langkah yang dinilai strategis dalam penelitian, karena mempunyai tujuan yang utama dalam memperoleh data. Selain itu, pengumpulan data merupakan hal yang sangat penting dalam penelitian, karena merupakan proses riset dimana peneliti menerapkan metode ilmiah dalam mengumpulkan data secara sistematis untuk dianalisa.

Dalam penelitian ini, untuk mengumpulkan data peneliti menggunakan teknik komunikasi dengan menyebarkan kuesioner secara online menggunakan *Google Forms*. Kuesioner merupakan teknik pengumpulan data dengan daftar pertanyaan yang diberikan kepada responden secara langsung maupun tidak langsung untuk dijawab.

Kuesioner akan diukur berdasarkan skala *likert*. Skala *likert* merupakan skala penelitian yang mengharuskan responden menunjukkan tingkat persetujuan, yang mana dipakai untuk mengukur sikap, pendapat, dan persepsi seseorang atau sekelompok orang mengenai variabel dalam penelitian, maka variabel yang akan diukur akan dijabarkan menjadi indikator variabel yang kemudian menjadi titik tolak untuk menyusun item - item *instrument* yang dapat berupa pernyataan atau pertanyaan.



Tabel skala *likert* adalah sebagai berikut:

Tabel 3.4

Tabel Skala *Likert*

Pernyataan	Skor
Sangat Tidak Setuju (STS)	1
Tidak Setuju (TS)	2
Netral (N)	3
Setuju (S)	4
Sangat Setuju (SS)	5



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

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

F. Teknik Analisis Data

Setelah data terkumpul melalui kuesioner, peneliti melakukan pengolahan data dan melakukan analisis data. Pada penelitian ini peneliti menggunakan metode kuantitatif dimana metode analisis data kuantitatif adalah metode komputasi dan statistik yang berfokus pada analisis statistik, matematik atau numerik dari kumpulan data. Untuk menguji validitas dan reliabilitas, peneliti menggunakan alat bantu software IBM SPSS *Statistic* versi 25 untuk mengolah data yang telah diperoleh melalui kuesioner. Teknik analisis data yang digunakan oleh peneliti untuk mempermudah proses pengolahan data, antara lain:

1. Analisis Deskriptif

a. Analisis Persentase

Analisis persentase digunakan untuk mengetahui karakteristik dari responden, yang terdiri dari jenis kelamin, usia, dan sebagainya. Rumus yang digunakan adalah sebagai berikut:

$$P = \frac{fi}{\sum fi} \times 100\%$$

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.



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

Keterangan:

P = Persentase dari responden yang memiliki kategori tertentu.

Fi = Jumlah responden yang menjawab satu jenis pertanyaan tertentu.

$\sum f_i$ = Total responden

b. Perhitungan Rata-rata (Mean)

Rata - rata hitung didapatkan dari hasil penjumlahan dari seluruh nilai data dalam suatu distribusi yang dibagi oleh jumlah pengamatan. Adapun rumus mencari rata - rata sebagai berikut :

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

Keterangan :

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

f_i = Frekuensi pemilihan nilai

x_i = Data

n = Jumlah responden

c. Confidence Interval

Selang kepercayaan digunakan untuk mengetahui rentang nilai yang digunakan untuk memperkirakan nilai sebenarnya dari suatu populasi dengan tingkat kepercayaan tertentu. Adapun 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*



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.

s = Sample Standard Deviation

n = Sample Size

d. Rentang Skala

Teknik analisis data dalam penelitian ini adalah Skala *Likert*. Skala *likert* merupakan skala yang penelitian yang mengharuskan responden menunjukkan tingkat persetujuan, yang mana dipakai untuk mengukur sikap, pendapat, dan persepsi seseorang atau sekelompok orang mengenai variabel dalam penelitian. Berikut rumus rentang skala:

$$RS = \frac{m - 1}{m}$$

Keterangan:

Rs = Rentang skala

m = Banyaknya kategori

Dengan banyaknya kategori ialah 5, sehingga dapat ditentukan rentang skalanya sebagai berikut:

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

Dalam setiap pertanyaan, skor nilai terendah adalah 1 (satu) dan nilai tertinggi adalah 5 (lima) dari lima kategori penelitian. Maka rentang skala untuk penelitian ini adalah:

Gambar 3.1

Rentang Skala Likert

STS	TS	N	S	SS
1.00	1.80	2.60	3.40	4.20
				5.00



Keterangan:

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)

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

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

2. Uji Validitas

Menurut Ghozali (2018:51), Uji validitas digunakan untuk mengukur sah atau valid tidaknya suatu kuesioner. Suatu kuesioner dikatakan sah atau valid jika pernyataan pada kuesioner mampu mengungkapkan sesuatu yang akan diukur oleh kuesioner tersebut. Uji validitas membantu mengenali jika ada pernyataan dalam kuesioner yang sewajibnya dihilangkan atau digantikan, dikarenakan tidak mengukur apa yang akan diukur. Sedangkan untuk menentukan apakah pernyataan – pernyataan dalam kuesioner layak digunakan atau tidak, peneliti menggunakan teknik *pearson correlation*, yaitu pengujian yang menggunakan dua sisi (*2-tailed*) dengan nilai signifikan 0,05.

Sebuah instrumen dikatakan memiliki validitas yang tinggi, apabila *instrument* tersebut menjalankan fungsi pengukurannya secara tepat, atau memberikan hasil pengukuran yang sesuai dengan tujuan dilakukannya pengukuran tersebut. Dasar pengambilan keputusan dalam uji validitas sebagai berikut:

- Jika $r \text{ hitung} \leq r \text{ tabel}$, maka butir *instrument* tidak berkorelasi signifikan terhadap skor total (dinyatakan tidak valid).

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



- b. Jika $r \text{ hitung} \geq r \text{ tabel}$, maka butir *instrument* berkorelasi signifikan terhadap skor total (dinyatakan valid).

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

3. Uji Reliabilitas

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

Menurut Ghazali (2018:45), Reliabilitas adalah alat untuk mengukur suatu kuesioner yang merupakan indikator dari variabel atau konstruk. Kuesioner tersebut dapat dikatakan reliabel atau handal jika jawaban seseorang terhadap suatu pernyataan adalah konsisten atau stabil dari waktu ke waktu. Jawaban responden terhadap pertanyaan dikatakan reliabel jika masing - masing pertanyaan dijawab secara konsisten atau jawaban tidak boleh acak. Adapun kriteria pengambilan keputusan dalam uji reliabilitas sebagai berikut:

- a. Jika koefisien *Cronbach Alpha* $> 0,70$ maka pertanyaan dinyatakan andal dan variabel dinyatakan reliabel.
- b. Jika koefisien *Cronbach Alpha* $< 0,70$ maka pertanyaan dinyatakan tidak andal atau tidak reliabel.

4. Uji Asumsi Klasik

Uji asumsi klasik bertujuan untuk menguji dan mengetahui kelayakan atas model regresi yang digunakan penelitian ini. Pengujian ini juga untuk memastikan bahwa didalam model regresi yang telah digunakan tidak terdapat heteroskedastisitas dan tidak terdapat multikolinearitas, serta untuk memastikan bahwa data yang dihasilkan berdistribusi normal.

a. Uji Normalitas

Menurut Ghazali (2018:161), tujuan dari uji normalitas adalah untuk mengetahui apakah distribusi sebuah data mengikuti atau mendekati distribusi



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.

normal. Uji normalitas yang dilakukan pada penelitian ini adalah menggunakan uji statistik *non-parametrik Kolmogorov Smirnov* dengan pendekatan *monte carlo*. Adapun kriteria yang digunakan untuk menentukan distribusi dari data residual sebagai berikut:

- (1) Jika probabilitas $\leq 0,05$, maka data residual berdistribusi tidak normal.
- (2) Jika probabilitas $\geq 0,05$, maka data residual berdistribusi normal.

b. Uji Multikolinearitas

Menurut Ghazali (2018:107), Uji multikolinearitas bertujuan untuk menguji apakah model regresi ditemukan adanya korelasi antar variabel bebas (independen). Model regresi yang baik seharusnya tidak terjadi korelasi di antara variabel independen. Jika variabel independen saling berkorelasi, maka variabel – variabel ini tidak ortogonal. Variabel ortogonal adalah variabel bebas yang nilai korelasi antar sesama variabel bebas sama dengan nol.

Pengujian dapat dilakukan dengan melihat nilai *Tolerance* dan *Variance Inflation Factor* (VIF) pada model regresi. Kriteria pengambilan keputusan terkait uji multikolinearitas adalah sebagai berikut :

- (1) Jika nilai VIF < 10 atau nilai *Tolerance* > 0,01, maka dinyatakan tidak terjadi multikolinearitas.
- (2) Jika nilai VIF > 10 atau nilai *Tolerance* < 0,01, maka dinyatakan terjadi multikolinearitas.

c. Uji Heteroskedastisitas

Menurut Ghazali (2018:137), uji heteroskedastisitas bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi terjadi ketidaksamaan varian dari residual satu pengamatan ke pengamatan yang lain. Model regresi yang mempunyai varian dari residual satu pengamatan lain yang tetap, maka



disebut homoskedastisitas. Model regresi yang baik adalah yang homoskedastisitas atau tidak terjadi heteroskedastisitas. Di dalam penelitian ini, peneliti menggunakan *Glesjer Test* dengan dasar pengambilan keputusan sebagai berikut:

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

5. Uji Regresi linear berganda

Uji regresi linear berganda adalah analisis yang digunakan untuk mengetahui pengaruh dua atau lebih variabel bebas (independen) X terhadap variabel terikat (dependen) Y. Uji ini dapat memberikan jawaban mengenai besarnya pengaruh setiap variabel dependennya.

Menurut Ghazali (2018:95) Analisis regresi digunakan untuk mengukur kekuatan hubungan antara dua variabel atau lebih dan untuk menunjukkan arah hubungan antara variabel dependen dengan variabel independen. Penelitian ini menggunakan rumus analisis regresi berganda sebagai berikut:

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

Keterangan :

Y = Niat Beli Ulang

X₁ = *Electronic Word of Mouth*

X₂ = Citra Merek

α = Konstanta

ε = Error

β₁ = Koefisien regresi X₁

β₂ = Koefisien regresi X₂



a. Uji Kelayakan Model (Uji f)

Uji F digunakan untuk melihat apakah terdapat pengaruh secara bersamaan antara variabel bebas dan variabel terikat. Menurut Ghazali (2018:98), kriteria dalam pengambilan keputusan uji kelayakan model (uji f) ialah sebagai berikut:

- (1) Jika $\text{sig. } F < 0,05$ atau $F_{\text{hitung}} > F_{\text{tabel}}$ maka H_0 ditolak dan H_a diterima, artinya model layak digunakan dalam penelitian.
- (2) Jika $\text{sig. } F > 0,05$ atau $F_{\text{hitung}} < F_{\text{tabel}}$ maka H_0 diterima dan H_a ditolak, artinya model tidak layak digunakan dalam penelitian.

b. Uji Signifikansi Koefisien (Uji t)

Menurut Ghazali (2018: 98), Uji t pada dasarnya menunjukkan seberapa jauh pengaruh satu variabel penjelas (independent) secara individual dalam menerangkan variasi variabel dependen. Dasar pengambilan keputusan dalam pengujian ini sebagai berikut:

- (1) Jika nilai $\text{Sig. } t < \alpha$ (0,05) atau $t_{\text{hitung}} > t_{\text{tabel}}$, maka H_0 ditolak dan H_a diterima, artinya variabel bebas berpengaruh terhadap variabel terikat.
- (2) Jika nilai $\text{Sig. } t > \alpha$ (0,05) atau $t_{\text{hitung}} < t_{\text{tabel}}$, maka H_0 diterima dan H_a ditolak, artinya variabel bebas tidak berpengaruh terhadap variabel terikat.

c. Uji Koefisien Determinasi (R^2)

Menurut Ghazali (2018:97), uji koefisien determinasi bertujuan untuk mengukur seberapa jauh kemampuan model dalam menerangkan variasi variabel dependen, di mana nilai koefisien determinasi berkisar antara nol dan satu. Kriteria yang digunakan ialah sebagai berikut:



- (1) Jika nilai R^2 mendekati angka 1 artinya variabel bebas (independen) dinyatakan mampu memberikan hampir seluruh informasi yang dibutuhkan untuk memprediksi variabel terikat (dependen).
- (2) Jika nilai R^2 mendekati angka 0 artinya variabel bebas (independen) dinyatakan sangat terbatas untuk menjelaskan variabel terikat (dependen).

(C) 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.