

BAB III

METODE PENELITIAN

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

A. Objek Penelitian

Objek penelitian ini adalah produk *skincare* Somethinc. Subjek dalam penelitian ini adalah konsumen yang pernah membeli dan menggunakan produk *skincare* Somethinc. Dikarenakan banyaknya jumlah konsumen produk *skincare* Somethinc, maka tidak memungkinkan untuk melakukan penelitian berdasarkan populasi. Untuk itu, peneliti melakukan penelitian berdasarkan sampel serta melalui penyebaran kuisioner secara *Google Form*.

B. Desain Penelitian

Rancangan penelitian ini adalah *hypothesis testing* yaitu pengujian untuk menemukan jawaban akhir penelitian dengan metode yang sesuai (Sahir, 2021:28). Hipotesis sendiri adalah dugaan sementara untuk mengetahui kebenaran, dimana diperlukan pengujian yang terdiri dari hipotesis nol dan hipotesis alternatif (Sahir, 2021: 52).

Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif. Menurut Sahir, (2021:9) penelitian kuantitatif merupakan pendekatan yang bertujuan mencari hubungan variabel lain dengan variabel lainnya, dengan tujuan menjawab rumusan masalah dari hipotesis awal dengan cara teknik statistik pada variabel yang ada pada model penelitian yang sudah dirancang sebelumnya.

Desain penelitian ini menggunakan penelitian survei dengan menggunakan kuesioner sebagai alat bantu. Kuesioner adalah serangkaian instrumen pertanyaan yang disusun berdasarkan alat ukur variabel penelitian yang memiliki pilihan

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan 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.



jawaban yang sudah disediakan oleh peneliti (Sahir, 2021:29). Kuesioner didalam

C penelitian ini menggunakan google formulir untuk membantu peneliti menyebar angket secara *online*.

Tingkat intervensi berhubungan dengan pemilihan jenis studi, dimana didalam penelitian ini menggunakan studi korelasional dan kausal. Studi korelasional penelitian dengan sifat meneliti tingkat hubungan variabel satu dengan variabel lainnya yang sedang diteliti berdasarkan koefisien korelasi (Sahir, 2021:7). Studi kausal digunakan untuk melihat hubungan yang bersifat tidak secara kebetulan tetapi muncul karena adanya akibat pengaruh dari variabel independen terhadap variabel dependen (Sahir, 2021:15). Unit analisis merupakan satuan-satuan dari individu yang karakteristiknya hendak diteliti dan dapat berupa orang-orang atau institusi-institusi (Sahir, 2021:34).

C Variabel Penelitian

Variabel penelitian merupakan sesuatu yang menjadi objek pengamatan penelitian, variabel juga disebut sebagai faktor yang berperan dalam penelitian atau gejala yang akan diteliti. Dalam penelitian ini terdapat 2 jenis variabel yang digunakan, yaitu variabel bebas dan variabel terikat. Variabel bebas dalam penelitian ini adalah Kualitas produk dan *Brand Ambassador* Sedangkan, variabel terikat dalam penelitian ini adalah Keputusan Pembelian.

1. Variabel Terikat (*Dependent Variable*)

Variabel terikat adalah 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

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.



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 Vidi Aldiano sebagai *brand ambassador*, sedangkan variabel terikat yang dipengaruhi adalah Keputusan Pembelian. Dimensi dan indikator setiap variabel dijabarkan sebagai berikut:

a. Variabel Kualitas Produk

Tabel 3. 1
Variabel Kualitas Produk

Variabel	Dimensi	Indikator Pernyataan	Skala
Kualitas Produk Sumber : Buku pemasaran produk dan merek (M.Anang Firmansyah)	<i>Performance</i> (Kinerja)	1. Produk <i>skincare</i> Somethinc dapat memperbaiki permasalahan kulit wajah saya. 2. Produk <i>skincare</i> Somethinc baik digunakan untuk perawatan kecantikan 3. Menurut saya produk <i>skincare</i> Somethinc cocok untuk segala jenis kulit	Likert
	<i>Durability</i> (Daya Tahan)	1. Produk Somethinc memiliki jangka waktu kadaluwarsa yang relatif lama sehingga bisa digunakan dalam jangka waktu lama. 2. Produk Somethinc dikemas dengan baik sehingga dapat menjaga daya tahan produk.	Likert
	<i>Conformance to specifications</i> (Kesesuaian dengan spesifikasi)	1. Menurut saya, kulit menjadi halus dan mulus setelah menggunakan produk Somethinc. 2. Menurut saya, produk Somethinc dapat melembabkan kulit dalam waktu singkat.	Likert
	<i>Features</i> (Fitur)	Produk <i>skincare</i> Somethinc memiliki banyak varian	Likert
	<i>Reliability</i> (Keandalan)	Kulit wajah saya menjadi lebih sehat setelah menggunakan produk <i>skincare</i> Somethinc dengan rutin	Likert

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

© Hak cipta milik IBI KKG (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.



© Hak cipta milik IBIKKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)	Aesthetics (Estetika)	Menurut saya, produk <i>skincare</i> Somethinc dikemas dengan kemasan yang menarik.	Likert
	Perceived quality (Kesan estetika)	1. Menurut saya, produk <i>skincare</i> Somethinc memiliki banyak variasi jenis produk yang lengkap. 2. Menurut saya, produk <i>skincare</i> Somethinc memiliki kualitas yang lebih baik dibandingkan dengan merek lain.	Likert

b. Variabel *Brand Ambassador*

Tabel 3. 2
Variabel *Brand Ambassador*

Variabel	Dimensi	Butir Pernyataan	Skala
Brand Ambassador Sumber : Jurnal pengaruh <i>brand ambassador</i> dan <i>brand image</i> terhadap minat beli pengguna <i>skincare</i> Somethinc (Praditha)	<i>Transference</i>	1. Menurut saya, Han So Hee merupakan aktris populer yang memiliki kulit yang sehat. 2. Menurut saya, Han So Hee memiliki penampilan yang menarik	Likert
	<i>Congruence</i> (Kesesuaian)	1. Figur Han So Hee memberikan kepercayaan untuk menggunakan produk Somethinc. 2. Menurut saya, Han So Hee cocok sebagai <i>brand ambassador</i> Somethinc.	Likert
	<i>Credibility</i> (Kepercayaan)	1. Menurut saya, Han So Hee kredibel sebagai <i>brand ambassador skincare</i> Somethinc.	Likert

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)		2. Menurut saya, Han So Hee memiliki pengetahuan pada produk yang dipromosikan.	
	Attraction (Daya Tarik)	1. Menurut saya, Han So Hee memberikan daya tarik untuk membeli produk Somethinc. 2. Menurut saya, Han So Hee memberikan penyampaian yang menarik mengenai <i>skincare</i> Somethinc.	Likert

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

c. Variabel Keputusan Pembelian

Tabel 3. 3
Variabel Pengambilan Keputusan

Variabel	Dimensi	Butir Pernyataan	Skala
Keputusan Pembelian Sumber : Jurnal Keputusan Pembelian: Sebagai Variabel Mediasi Hubungan Kualitas Produk dan Kepercayaan terhadap Kepuasan Konsumen (Tirtayasa, Lubis dan Khair)	Pilihan Produk	Saya membeli produk <i>skincare</i> Somethinc sesuai dengan keinginan dan kebutuhan saya.	Likert
	Pilihan Merek	Saya memutuskan membeli produk <i>skincare</i> Somethinc Setelah membandingkannya dengan merek <i>skincare</i> lainnya.	Likert
	Pilihan Penyalur	Saya membeli <i>skincare</i> Somethinc karena mudah ditemukan, baik di toko <i>online</i> ataupun <i>offline</i> .	Likert
	Waktu Pembelian	Saya dapat membeli produk <i>skincare</i> Somethinc kapanpun yang saya inginkan.	Likert
	Jumlah Pembelian	Saya dapat membeli produk <i>skincare</i> Somethinc berapapun yang saya inginkan.	Likert
	Metode Pembayaran	Saya memutuskan untuk membeli <i>skincare</i> Somethinc karena metode pembayarannya yang beragam dari tunai sampai non tunai.	Likert



D. Teknik Pengambilan Sampel

C Hak cipta milik IBI KKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie) Teknik *sampling* yang dimanfaatkan merupakan teknik *non-probability sampling*. Menurut Sekaran dan Bougie (2017b:59) *non probability sampling* adalah teknik pengambilan sample dimana tidak memberikan peluang yang diketahui atau yang ditentukan sebelumnya untuk dipilih sebagai subjek. Dilakukan pemilihan metode tersebut karena tidak dapat diketahui secara pasti banyaknya jumlah konsumen yang menggunakan produk *skincare* Somethinc. Teknik pengambilan sampel sebagaimana dijelaskan sahir (2021:36) sampel *non-probability* dengan pendekatan *purposive sampling* yaitu pengambilan sampel yang dilakukan atas dasar pertimbangan tertentu. Dalam hal ini responden yang dipilih yakni dengan kriteria sebagai berikut:

- 1) Pelanggan dari produk *Skincare* Somethinc
- 2) Penggemar selebriti Han So Hee

Jadi yang cocok menjadi sampel penelitian ini adalah penggemar Han So Hee sebagai *brand ambassador Skincare* Somethinc yang juga pelanggan dari *Skincare* Somethinc.

Menurut Sahir, (2021:36) disarankan untuk mengambil ukuran sampel yang sesuai dengan penelitian yang dilakukan, yaitu jumlah sampel harus 5 sampai 10 kali dari jumlah indikator. Dalam penelitian ini terdapat 26 butir pertanyaan sehingga minimum sampel yang dibutuhkan sebanyak $26 \times 5 = 130$ sampel. Penelitian dipusatkan hanya pada subjek (sampel) yang dianggap mewakili populasi yang diambil pada pelanggan yang pernah membeli produk *Skincare* Somethinc yaitu 130 responden.

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.



E. Teknik Pengumpulan Data

C Teknik pengumpulan data pada penelitian ini menggunakan teknik angket atau kuesioner.

1. Angket/Kuesioner

Penelitian ini menggunakan penelitian survei dengan menggunakan angket/kuesioner sebagai alat bantu mengumpulkan data. Kuesioner sendiri adalah serangkaian instrumen pertanyaan yang disusun berdasarkan alat ukur variabel penelitian yang memiliki pilihan jawaban yang sudah disediakan oleh peneliti (Sahir, 2021:29). Kuesioner didalam penelitian ini menggunakan google formulir untuk membantu peneliti menyebar angket secara *online*.

Pengukuran angket/kuesioner didalam penelitian ini menggunakan skala ordinal yaitu skala yang menggunakan angka sebagai simbol yang memiliki tingkatan dan tidak dapat dimasukan ke dalam bentuk persamaan matematika (Sahir, 2021:19). Dengan bantuan 5 poin likert sebagai berikut:

Tabel 3. 4
Jenis Jawaban

No.	Jenis Jawaban	Item Positif
1.	Sangat Setuju	5
2.	Setuju	4
3.	Cukup Setuju	3
4.	Tidak Setuju	2
5.	Sangat Tidak Setuju	1

Sumber: Sahir, (2021:20)

Skala pengukuran yang digunakan peneliti ialah skala ordinal dengan bantuan likert. Adapun skala ordinal menurut (Sahir, 2021:19) adalah skala dengan angka sebagai simbol yang memiliki tingkatan dan tidak dapat dimasukan ke dalam bentuk persamaan matematika. Sementara menurut (Sahir, 2021:20) contoh skala likert seperti persepsi “sangat tidak baik” atau “sangat baik”. Ketika melakukan pengukuran menggunakan skala likert,

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

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



responden diminta untuk memberi tanggapan berupa setuju atau tidak setuju dari setiap pernyataan.

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

E Teknik Analisis Data

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

Metode ini menjelaskan bagaimana cara menganalisis data dengan menggunakan analisis statistik sehingga dapat menguji pengaruh antara variabel *independent* (bebas) dengan variabel *dependent* (terikat) dan untuk menguji hipotesis yang disajikan dengan analisis regresi linier berganda.

Proses pengolahan data dilakukan sesudah menyelesaikan pengumpulan data kuesioner. Data yang didapatkan adalah data mentah yang diolah dengan *software* SPSS 21 untuk mendapatkan output bagi kepentingan penelitian. Peneliti memilih menggunakan teknik analisis data sebagai berikut:

1. Evaluasi Model Pengukuran

a. Uji Validitas

Menurut Gunawan (2018:95), uji validitas merupakan uji mengenai instrumen data kuesioner berupa pernyataan yang diberikan kepada responden dengan tujuan untuk mengungkap sesuatu. Dalam penelitian ini, kuisisioner 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:

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

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.



Keterangan:

x = skor tiap pertanyaan

y = skor total pertanyaan

r = Koefisien Korelasi *Pearson Product-Moment*

n = jumlah sampel yang akan diuji

b. Uji Reliabilitas

Menurut Sekaran & Bougie (2017:39) reliabilitas adalah pengukuran untuk melihat sejauh apa pengukuran tersebut tanpa biasa atau kesalahan dan menjamin konsistensi pengukuran disepanjang waktu serta dapat mengukur konsep dan menilai kesesuaian ukuran tertentu. Realibilitas diukur dengan menggunakan uji *Cronbach alpha* (α). Variabel dapat dikatakan reliabel jika nilai *Cronbach Alpha* > 60%. Apabila nilai *alpha* < 60%, maka menunjukkan masih banyak responden dengan tanggapan yang tidak konsisten. Berikut rumus korelasi *Cronbach Alpha*:

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

k = jumlah butir dalam skala pengukuran

s_i^2 = varian dari item ke- i

s_t^2 = ragam dari skor total

2. Analisis Deskriptif

Analisis deskriptif merupakan teknik statistik yang digunakan untuk menganalisis data mentah ke dalam gambaran yang dapat dipahami atau diinterpretasi dengan menggambarkan, menyederhanakan dan menyajikan contoh data sampel ke dalam format yang teratur untuk memudahkan

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.



pemahaman. Analisis deskriptif memiliki beberapa cara analisis dalam menganalisis deskriptif terdapat beberapa teknik analisis:

a. Rata – Rata dan selang kepercayaan rata-rata

Setelah data hasil kuesioner dikumpulkan, maka dilakukan perhitungan yang digunakan untuk mengetahui tingkat rata-rata respon konsumen.

b. Rentang Skala

Kemudian jika nilai rata-rata telah dihasilkan, rentang skala akan dijelaskan yakni untuk menetapkan letak variabel dengan nilai skor untuk setiap variabel yang digunakan.

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



a. Uji Asumsi Klasik

Model regresi linier dapat disebut sebagai model yang baik jika memenuhi asumsi klasik. Oleh karena itu, uji asumsi klasik sangat diperlukan sebelum melakukan analisis regresi. Uji asumsi klasik terdiri atas uji normalitas, uji multikorelasi, uji heterokedastisitas.

(1) Uji Normalitas

Uji normalitas bertujuan untuk mengetahui normal atau tidaknya suatu distribusi data. Seperti yang diketahui bahwa uji T dan F mengasumsikan bahwa nilai residual mengikuti distribusi normal. Kalau asumsi ini dilanggar maka uji statistik menjadi tidak valid untuk jumlah sampel kecil. (Sugiyono, 2019:67). Dalam uji T dan uji F menjelaskan untuk mendeteksi nilai residual diikuti distribusi normal atau tidak normal dengan analisis grafik dan juga uji statistik. Untuk menguji normalitas residual dapat menggunakan uji statistik non parametrik Kolmogrov – Smirnov (K – S) dengan membuat hipotesis:

- (1) H_0 : data residual berdistribusi normal
- (2) H_a : data residual tidak berdistribusi normal

Dengan nilai signifikansi ($\alpha = 5\%$), yaitu:

- (1) Jika $p\text{-value} > \alpha$, maka data dikatakan berdistribusi normal.
- (2) Jika $p\text{-value} < \alpha$, maka data dikatakan tidak berdistribusi normal.

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) Uji Multikolinearitas

Menurut Herman dan Elyzabet (2020), Uji Multikolinearitas bertujuan menguji apakah ditemukan adanya korelasi antara variabel independen pada model regresi. 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 multikolinearitas dapat diketahui *variance inflation factor* (VIF) dan toleransi pedoman suatu model regresi yang bebas multikolinearitas adalah sebagai berikut:

- (a) Jika nilai Tolerance $> 0,10$ atau VIF < 10 , maka tidak terdapat multikolinieritas.
- (b) Jika nilai Tolerance $< 0,10$ atau VIF > 10 , maka terdapat multikolinieritas.

(3) Uji Heteroskedastisitas

Uji heteroskedastisitas bertujuan untuk menguji apakah ada ketidaksamaan varian dari residual dalam pengamatan/observasi. Jika varian dari residual pengamatan ke pengamatan lain tetap, maka hal tersebut disebut homoskedastisitas. Model regresi yang baik adalah yang homoskedastisitas atau tidak terjadinya heteroskedistisitas. Pengambilan keputusan dalam pengujian ini, diperlihatkan apabila nilai $p\text{-value} \geq 0,05$, maka data dikatakan terbebas dari heterokedastisitas.

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. 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:

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

$$H_a : \text{Tidak semua } \beta_i \neq 0 \text{ (} i = 1, 2 \text{)}$$

Dasar pengambilan keputusan dengan taraf Signifikansi (5%) adalah sebagai berikut:

- (1) Jika Sig. < 0,05 atau F hitung > F tabel, terdapat pengaruh simultan
- (2) Jika Sig. > 0,05 atau F hitung < F tabel, tidak terdapat pengaruh simultan

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 digunakan adalah sebagai berikut :

$$H_0 : \beta_1 = 0$$

$$H_a : \beta_1 > 0$$

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

Dasar pengambilan keputusan adalah sebagai berikut:

- (1). Jika nilai Sig < 0,05 atau t hitung > t tabel, maka tolak H0 yang artinya variabel indenpenden secara individual mempengaruhi variabel dependen
- (2). Jika nilai Sig > 0,05 atau t hitung < t tabel maka tidak tolak H0 yang artinya variabel indenpenden secara individual tidak mempengaruhi variabel dependen.

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. Uji Koefisien Determinasi (R^2)

Koefisien determinasi dilakukan untuk melihat besarnya hubungan yang ditunjukkan pada apakah perubahan variabel bebas akan diikuti oleh variabel terikat pada proporsi yang sama (Budi darma, 2021:53). Rumus yang digunakan untuk menghitung koefisien determinasi antara variabel X dan Y adalah sebagai berikut:

KD = Koefisien Determinasi

R^2 = 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

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.