

BAB III

METODE PENELITIAN



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang
© Hak cipta dimiliki IBIKKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)

3.1 Objek Penelitian

Produk skincare Npure di Tiktok menjadi objek penelitian ini. Sedangkan subyek pada penelitian ini adalah *Followers* TikTok yang pernah membeli produk *skincare* Npure.

3.2 Desain Penelitian

Desain penelitian menurut Enny & Andi (2017:72) adalah seperangkat pedoman yang menetapkan kerangka dalam melakukan proses penelitian, termasuk pemilihan alat pengumpulan data, ukuran sampel, pengumpulan data, dan analisis data. Metode yang digunakan untuk mengumpulkan data atau informasi yang diperlukan untuk menjawab pertanyaan penelitian dijelaskan dalam desain penelitian. Dengan demikian, proses yang efisien dan sukses akan menjadi hasil dari proyek penelitian yang dirancang dengan baik.

Menurut schindler (2022: 78-85) klasifikasi desain penelitian, sebagai berikut:

3.2.1 Tujuan Penelitian

Penelitian ini bersifat kausal. Mencari tahu apakah ada hubungan khusus antara variabel-variabel yang diselidiki yaitu apakah *Live Streaming Shopping*, *Content Marketing* berdampak pada niat beli ulang. Pengaruh *Live Streaming Shopping* dan *Content Marketing* terhadap niat beli ulang produk *skincare* N'pure. Tujuan dalam penelitian ini untuk memperhatikan perubahan satu variabel bebas akan mempengaruhi variabel terikat.

3.2.2 Kompleksitas Desain

Desain metodologi tunggal menggunakan dengan satu metode survei, penelitian bisnis kompleks dan melibatkan lebih dari satu metodologi pengumpulan data.



Desain metodologi multi mencakup berbagai metode, seperti wawancara pribadi yang diikuti oleh serangkaian kelompok orang yang fokus dengan survei.

3.2.3 Lingkungan Penelitian

Lingkungan penelitian yang dilakukan oleh peneliti adalah penelitian lapangan, sebuah lingkungan yang nyata subjeknya dan objeknya pada penelitian tersebut.

3.2.4 Metode Pengumpulan Data

Penelitian ini menggunakan pendekatan studi komunikasi untuk mengumpulkan data dengan mengirimkan kuesioner google forms yang berisi pernyataan tentang variabel yang diteliti, yaitu *Live Streaming Shopping*, *Content Marketing* dan niat beli ulang. Dengan menggunakan metode pengumpulan data ini, informasi diperoleh langsung dari responden.

3.2.5 Kemampuan Peneliti Untuk Memanipulasi Variabel Yang Akan Diteliti

Penelitian Ex Post Facto menganalisis hubungan sebab dan akibat tanpa memungkinkan adanya manipulasi variabel.

3.2.6 Dimensi Waktu

Penelitian ini menggunakan studi *cross-sectional* yang mengindikasikan bahwa penelitian ini dilakukan satu kali dan mewakili situasi pada satu titik waktu. Studi *cross-sectional* memiliki keuntungan karena lebih cepat diselesaikan, lebih murah, dan memiliki lebih sedikit sumber kesalahan karena perubahan seiring berjalannya waktu.

3.2.7 Ruang Lingkup Topik

Untuk memperoleh karakteristik populasi dari karakteristik sampel yang dimaksudkan untuk mencakup wilayah data yang sama dari beberapa kasus, penelitian ini menggunakan analisis statistik. Uji yang dilakukan secara kuantitatif.

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.



3.2.8 Kesadaran Persepsi Partisipan

- © Hak cipta dimiliki IBI KKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)
- Partisipan dalam penelitian ini percaya bahwa mereka tidak memiliki hubungan dengan peneliti, namun mereka tidak melihat adanya penyimpangan.

3.3 Populasi Dan Sampel

Sugiyono (2013:80) mengartikan populasi sebagai wilayah generalisasi, yang mencakup hal-hal atau orang-orang dengan atribut dan ciri-ciri yang dipilih oleh peneliti untuk diselidiki dan selanjutnya diambil kesimpulan. Populasi penelitian ini adalah 3.000.000 *followers* akun Tiktok @Npureofficial (per 29 januari 2024). Untuk penelitian ini, peneliti hanya akan mengambil sampel kecil dari populasi saat ini.

Sugiyono (2013:81) menyatakan bahwa sampel mewakili sebagian dari sifat-sifat yang dimiliki populasi secara keseluruhan. Karena keterbatasan sumber daya, dana, waktu, dan tenaga. Maka peneliti tidak dapat meneliti seluruh populasi dalam populasi yang besar; maka peneliti dapat menggunakan sampel yang diambil dari populasi tersebut. yang dipelajari dari sampel itu, menjadi kesimpulannya akan dapat diberlakukan untuk populasi.

Metodologi pengambilan sampel menurut sugiyono (2013:81) adalah suatu metode untuk memilih sampel yang akan digunakan dalam penelitian. Karena tidak diketahui secara pasti berapa banyak orang yang mengikuti akun Tiktok @Npureofficial, maka *non-probability sampling* digunakan dalam penelitian ini. Menggunakan *purposive sampling* yang disengaja.

Menurut sugiyono (2013: 84) strategi pengambilan sampel yang disebut *non-probability* memastikan bahwa tidak ada komponen populasi yang memiliki peluang yang sama untuk dipilih sebagai sampel. Sedangkan *purposive sampling* adalah metode pemilihan sampel berdasarkan standar yang telah ditentukan. Kriteria pengambilan sampel penelitian ini, yaitu:

- 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. Berusia minimal 17 tahun.
- b. Mengetahui produk skincare N'pure.
- c. *Followers* akun Tiktok @Npureofficial.
- d. Pernah melihat konten dan *Live Streaming Shopping* di akun Tiktok @Npureofficial.
- e. Pengguna produk *skincare* Npure. Berada di daerah jakarta, bogor, depok, tangerang dan bekasi (JABODETABEK).

Dalam studi, Hair dkk. (2019:133–134) menyatakan bahwa jumlah sampel 100 atau lebih dengan rasio observasi 5:1 merupakan jumlah minimal sampel yang baik. Penentuan jumlah sampel diperoleh dengan banyaknya jumlah butir pertanyaan dengan merumuskan $n \times 5$. Peneliti menggunakan 17×5 , indikator yang digunakan pada 3 variabel menghasilkan 85 responden, namun pada pengamatan ini akan ditambahkan 15 responden untuk mencapai minimum sampel yang baik. Sehingga jumlah sampel pada penelitian ini yaitu berjumlah 100 responden. Sehingga dapat memenuhi ketentuan yang dikatakan oleh hair *et al*, yaitu jumlah sampel sebesar 100 atau lebih.

3.4 Lokasi Penelitian

Lokasi penelitian adalah latar tempat dimana penelitian akan dilakukan oleh peneliti di Jakarta, Bogor, Depok, Tangerang, dan Bekasi (JABODETABEK) alasan pemilihan lokasi tersebut karena masyarakatnya mayoritas menggunakan aplikasi Tiktok, sehingga kuesioner yang dapat disebar dalam waktu relatif singkat dan sehingga memudahkan penulis untuk mencari responden sebagai sampel penelitian.

3.5 Variabel Penelitian

Variabel penelitian adalah sifat, atribut, atau nilai orang, benda, atau aktivitas dalam berbagai bentuk yang dipilih peneliti untuk diteliti guna mengumpulkan informasi untuk diambil kesimpulan, menurut Sugiyono (2013:38). Variabel penelitian yang digunakan

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



adalah variabel bebas (x) dan variabel terikat (y). *Live Streaming Shopping* (x1) dan *content marketing* (X2) menjadi variabel independen dalam penelitian ini. Sedangkan niat beli ulang (y) merupakan variabel dependen dalam penelitian ini.

3.5.1 Variabel Bebas (*Independent Variabel*)

Variabel yang mempengaruhi faktor penentu yang mengakibatkan perubahan terhadap variabel terikat disebut dengan variabel bebas. Penelitian ini dipengaruhi oleh dua variabel independen: *live streaming shopping* dan *Content marketing*.

- a. *Live Streaming Shopping* (x1).

Tabel 3. 1

Live Streaming Shopping

Variabel	Indikator	Pernyataan	Skala
<i>Live Streaming</i> Menurut fitriyani et al (2021)	Interaksi	Saya merasa <i>Live Streaming Shopping</i> adalah sebagai wadah interaksi antara penjual dan pembeli secara online.	Likert
Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie	<i>Real time</i>	Saya mendapatkan informasi secara rinci produk skincare Npure melalui Live Streaming Shopping di Tiktok.	Likert
		Dengan adanya <i>Live Streaming Shopping</i> saya dapat bertanya dengan mengajukan pertanyaan	Likert
		Penjual responsive terhadap pertanyaan pada <i>Live Streaming Shopping</i> .	Likert

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

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



Tabel 3. 1 Lanjutan

Live Streaming Shopping

Variabel	Indikator	Pernyataan	Skala
	<i>Alat promosi</i>	Promo yang ditawarkan pada saat <i>Live Streaming</i> sangat menarik untuk membeli produk tersebut	Likert

b. Content Marketing (x2)

Tabel 3. 2

Content Marketing

Variabel	Indikator	Pernyataan	Skala
<i>Content Marketing</i> menurut karr (2016) dalam kristofer (2023)	<i>Reader cognition</i>	Konten pada akun Tiktok @Npureofficial dapat mudah dipahami	Likert
	<i>Sharing motivation</i>	Konten pada akun Tiktok @Npureofficial memberikan informasi penting tentang produk skincare Npure	Likert
		Konten pada akun Tiktok @Npureofficial dapat mengedukasi saya tentang produk skincare Npure	Likert

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

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

Instititut 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.

Tabel 3. 2 Lanjutan

Content Marketing

Variabel	Indikator	Pernyataan	Skala
	<i>Persuasion</i>	Konten pada akun Tiktok @Npureofficial dapat mendorong saya menjadi pelanggan setia.	Likert
		Konten pada akun Tiktok @noureofficial dapat membujuk saya untuk membeli produk skincare N'pure	Likert
	<i>Persuasion</i>	Konten pada akun Tiktok @noureofficial dapat membujuk saya untuk membeli produk <i>skincare</i> N'pure	Likert
	<i>Decision making</i>	Konten pada akun Tiktok @Npureofficial dapat mendorong pengambilan keputusan untuk membeli produk <i>skincare</i> N'pure.	Likert

© 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.



Tabel 3. 2 Lanjutan

Content Marketing

Variabel	Indikator	Pernyataan	Skala
	<i>Life factors</i>	Saya melihat konten pada akun Tiktok @Npureofficial di rekomendasikan oleh teman yang menggunakan produk skincare N'pure.	Likert

© 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.

3.5.2 Variabel Terikat (*Dependent Variable*)

Sugiyono (2013:50) mengartikan variabel terikat sebagai sesuatu yang dipengaruhi atau diakibatkan oleh adanya variabel bebas.

Tabel 3. 3

Niat Beli Ulang

Variabel	Indikator	Pernyataan	Skala
Niat beli ulang Menurut ferdinand (2002) dalam rivaldo (2022)	Niat transaksional	Saya akan melakukan pembelian ulang produk <i>skincare</i> Npure.	Likert
	Niat refensial	Saya akan merekomendasikan produk skincare Npure kepada orang lain	Likert
		Saya akan memberikan tanggapan positif supaya orang lain tertarik untuk membeli produk N'pure.	Likert

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



Tabel 3. 3 Lanjutan

Niat Beli Ulang

Variabel	Indikator	Pernyataan	Skala
Hak Cipta milik IBI KKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)	Niat refensial	Saya akan merekomendasikan produk skincare Npure kepada orang lain	Likert
		Saya akan memberikan tanggapan positif supaya orang lain tertarik untuk membeli produk skincare N'pure.	Likert
	Niat preferensial	Saya akan mengutamakan untuk membeli produk skincare Npure dibanding merek skincare lainnya.	Likert
	Niat eksploratif	Saya tertarik untuk membeli varian produk lain yang ditawarkan oleh Npure	Likert

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

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

3.6 Teknik Pengumpulan Data

Dalam penelitian ini, penulis menggunakan sumber data primer dan prosedur pengumpulan data. Data primer adalah data yang dikumpulkan langsung dari subjek penelitian. Kuesioner google form yang berisi pertanyaan tentang live streaming shopping, content marketing, dan niat beli ulang diberikan kepada responden sebagai bagian dari strategi komunikasi yang digunakan untuk mengumpulkan data. Pertanyaan tertutup adalah jenis angket yang digunakan, artinya pertanyaan dan pilihan jawaban sudah disiapkan sebelumnya oleh peneliti. Skala likert digunakan untuk menyusun kuesioner.

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.



Tabel 3. 4

Skala likert

Penilaian	Skor
Sangat setuju (ss)	5
Setuju (s)	4
Netral (n)	3
Tidak setuju (ts)	2
Sangat tidak setuju (sts)	1

Dengan menggunakan nilai skor masing-masing variabel, posisi responden dipastikan menggunakan rentang skala. Oleh karena itu, rumus rentang skala harus digunakan untuk menghitungnya sebagai berikut:

$$Rs = \frac{m - 1}{M}$$

Keterangan:

Rs = Rentang Skala Penelitian

M = Banyaknya Kategori

Skor terbesar adalah 5 dan skor terkecil adalah 1, jumlah kelas atau kategori 5, maka dapat ditentukan rentang skalanya sebagai berikut:

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

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

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

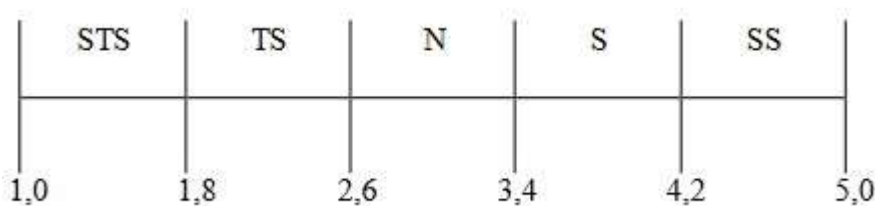
1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan 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



Gambar 3. 1

Rentang Skala



Keterangan:

1,0 – 1,8 = Sangat Tidak Setuju (STS)

1,81 – 2,6 = Tidak Setuju (Ts)

2,61 – 3,4 = Netral (N)

3,41 – 4,2 = Setuju (S)

4,21 – 5,0 = Sangat Setuju (SS)

3.7 Pengolahan Data Dan Analisis Data

Analisis data menurut sugiyono (2013:244) adalah proses pencarian dan pengumpulan informasi secara metodis dari catatan lapangan, wawancara, dan dokumentasi. Ini melibatkan pengkategorian informasi, mendeskripsikannya dalam satuan, mensintesisnya, menyusunnya menjadi pola, dan memilih informasi terkait untuk dipelajari sehingga dapat dimengerti.

Penulis penelitian ini menggunakan ibm SPSS 24 untuk menyederhanakan proses komputasi saat menganalisis data. Untuk mengkaji data dan mendukung temuan penelitian ini, penulis menggunakan teknik analisis data sebagai berikut:

3.7.1 Uji Validitas

Ghozali (2018:51) menyatakan bahwa pengujian validitas dilakukan untuk memastikan sah atau tidaknya suatu kuesioner. Suatu kuesioner dianggap sah apabila dimungkinkan untuk menentukan subjek tes dengan menilai data yang dikumpulkan



dari pertanyaan-pertanyaan tersebut. Apabila nilai r hitung dan nilai r tabel dibandingkan maka uji validitas dalam penelitian ini cukup membantu. Peneliti menggunakan r tabel sebesar 0,361 ($n = 30$, $\alpha = 0,05$) untuk membandingkan hasil komputasi. 30 sampel digunakan dalam penelitian ini untuk memastikan validitas setiap sampel yang digunakan. Jadi, faktor-faktor berikut digunakan untuk memutuskan uji validitas mana yang akan dilakukan:

- Apabila pertanyaan dikatakan valid, jika nilai r hitung $> r$ table (0,361).
- Apabila pertanyaan tidak valid, jika nilai r hitung $< r$ table (0,361).

3.7.2 Uji Reliabilitas

Ghozali (2018:45) mengartikan pengujian reliabilitas sebagai teknik penilaian suatu kuesioner yang berfungsi sebagai indikator suatu variabel atau konstruk. Jika tanggapan responden terhadap kuesioner tetap konstan atau stabil sepanjang waktu, maka hal tersebut dianggap dapat diandalkan. *Alpha Cronbach* digunakan dalam uji reliabilitas. Jika nilai *alpha Cronbach* suatu kuesioner kurang dari 0,70, maka hal tersebut dapat dianggap dapat diandalkan. Jika skor *alpha-Cornbach* kurang dari 0,70 maka pertanyaan kuesioner dianggap tidak dapat direliabel sedangkan pertanyaan kuesioner dapat dikatakan reliabel jika nilai *Alpha-Cronbach* $\geq 0,70$.

3.7.3 Analisis Statistik Deskriptif

Menurut ghozali (2018:19) tujuan analisis deskriptif adalah memberikan rangkuman atau penjelasan data berdasarkan mean, simpangan baku, rentang, maksimum, minimum, sum, dan skewness (perbedaan sebaran) dengan menggunakan rumus:

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



Keterangan :

③ P = Persentase dari responden yang memiliki kategori tertentu.

F_i = Banyaknya responden yang menjawab satu jenis jawaban tertentu.

$\sum f_i$ = Jumlah total responden.

3.7.4 Analisis Regresi Ganda

Menurut Ghozali (2018:21), analisis regresi linear berganda bertujuan untuk mengukur kekuatan hubungan antara dua variabel yaitu variabel *dependent* dengan variabel *independent*. Hasil dari analisis linear berganda akan menguji seberapa besar pengaruh *live streaming shopping* dan *content marketing* terhadap niat beli ulang produk *skincare* Npure di TikTok.

$$Y = \beta_0 + \beta_1.x_1 + \beta_2.x_2 + \beta_i.X_i + \epsilon$$

Keterangan:

Y = Niat beli ulang.

β_0 = nilai konstanta

$\beta_{1,2,i}$ = koefisien regresi variabel 1, koefisien regresi variabel 2,

koefisien regresi variabel i

$X_{1,2,i}$ = variabel bebas 1, variabel bebas 2, variabel bebas i

ϵ = error

3.7.5 Uji Asumsi Klasik

Uji asumsi klasik adalah konsep dan prinsip dasar yang membentuk dasar dari asumsi-asumsi yang dipenuhi dalam analisis statistik klasik. Melibatkan pemahaman prinsip yang diterapkan supaya hasil analisis yang dihasilkan valid dan dapat diandalkan. Uji asumsi klasik terdiri dari empat komponen dasar yaitu multikolinearitas, heteroskedastisitas, autokorelasi, dan normalitas. Berikut ini adalah pengujian asumsi tradisional:

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

③ 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 mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.



a. Uji normalitas

Ghozali (2018:161) menyatakan bahwa tujuan uji normalitas adalah untuk mengetahui apakah variabel residual atau pengganggu dalam model regresi berdistribusi normal. Perlu diingat bahwa nilai sisa diasumsikan terdistribusi normal dengan uji t dan f. Uji statistik *non-parametrik Kolmogorov-Smimov* dapat digunakan untuk menilai normalitas residu.

Untuk melakukan uji K-S, rumuskan hipotesis berikut:

- 1) H_0 : Data residual berdistribusi normal
- 2) H_a : Data residual berdistribusi tidak normal

Berdasarkan signifikansi ($\alpha = 0,05$), berikut ini yang akan menjadi dasar pengambilan keputusan:

- 1) Jika nilai Sig > α , maka data dikatakan berdistribusi normal
- 2) Jika nilai Sig < α , maka data dikatakan tidak berdistribusi normal

b. Uji heteroskedastisitas

Menurut Ghozali (2018:137), uji heteroskedastisitas digunakan untuk menguji apakah dalam model regresi terjadi ketidaksamaan *variance* dari residual satu pengamatan ke pengamatan lainnya. Jika *variance* dari residual satu pengamatan ke pengamatan lain tetap. Untuk mengetahui apakah pola residual mengandung heteroskedastisitas atau tidak maka dapat dilakukan regresi antara nilai *absolute residual* dengan variabel independennya. Jika Sig > 0,05 maka dikatakan tidak terjadi heteroskedastisitas sedangkan jika Sig < 0,05 maka dikatakan terjadi heteroskedastisitas.



c. Uji multikolonieritas

Ghozali (2018:107) menyatakan bahwa uji multikolinearitas mencari bukti adanya keterkaitan antar variabel independen dalam model regresi. Model regresi yang sesuai seharusnya tidak memiliki hubungan apapun antar variabel independennya. Berikut ini yang menjadi dasar pengambilan keputusan:

- 1) Jika nilai vif < 10, maka tidak terjadi multikolonieritas.
- 2) Jika nilai vif > 10, maka terjadi multikolonieritas.

3.7.6 Uji Kesesuaian Model (Uji F)

Ghozali (2018:99) menyatakan bahwa tujuan uji f adalah untuk mengetahui apakah setiap variabel independen mempunyai dampak terhadap variabel dependen. Hasil uji f pada kolom sig tabel anova mendukung hipotesis berikut.

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

$$H_a: \beta_{1,2} \neq 0$$

Kriteria berikut digunakan dalam pengambilan keputusan:

- a. Tolak H_0 , menunjukkan bahwa variabel independen berpengaruh terhadap variabel dependen, jika nilai probabilitas signifikansinya < 0,05 atau jika f hitung lebih besar dari f tabel.
- b. Tidak menolak H_0 yang menunjukkan bahwa variabel independen tidak mempunyai pengaruh terhadap variabel dependen, apabila nilai probabilitas signifikansi > 0,05 atau f hitung lebih kecil dari f tabel.

3.7.7 Uji Signifikan Parameter Individual (Uji T)

Uji t digunakan untuk mengetahui kontribusi proporsional masing-masing variabel independen terhadap penjelasan variasi variabel dependen. Dalam memutuskan menerima atau menolak suatu hipotesis dalam penelitian, kita harus memperhitungkan signifikansi koefisien masing-masing variabel independen



terhadap variabel dependen. Ghozali (2018:98–99): Teori statistik yang tercantum

di bawah ini digunakan:

$H_0 : \beta_i = 0$, hipotesis nol (H_0) yang hendak diuji adalah apakah suatu parameter (β_i) sama dengan nol

$H_a : \beta_i \neq 0$, hipotesis alternatif (H_a) parameter suatu variabel tidak sama dengan nol

Berikut adalah kriteria yang digunakan dalam pengambilan keputusan:

- jika nilai signifikansi $< 0,05$ atau $t_{hitung} > t_{table}$ maka tolak H_0 dan H_a diterima, artinya variabel independent berpengaruh signifikan terhadap variabel dependen.
- jika nilai signifikansi $> 0,05$ atau $t_{hitung} < t_{tabel}$ maka tidak tolak H_0 dan H_a diterima, artinya variabel independent tidak berpengaruh signifikan terhadap variabel dependen.

Jika probabilitas signifikan masing-masing variabel independen lebih dari 0,05 dengan menggunakan uji Glejser, maka model regresi dianggap tidak terjadi heteroskedastisitas.

3.7.8 Koefisien Determinasi (R^2)

Tujuan koefisien determinasi adalah untuk mengukur seberapa baik model dapat memperhitungkan perubahan variabel dependen. Kemampuan variabel terikat ditunjukkan dengan nilai r^2 yang sangat kecil, berada antara nol dan satu pada koefisien determinasi.

- $R^2 = 0$, menunjukkan tidak adanya penjelasan variabel terikat (y) oleh variabel bebas (x).
- $R^2 = 1$, menunjukkan adanya penjelasan variabel terikat (y) oleh variabel bebas (x)