



BAB III

METODE PENELITIAN



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

A. Objek Penelitian

Objek penelitian ini adalah Ohana Enterprise *Wedding Organizer*. Sementara subjek penelitiannya ialah individu yang menggunakan jasa Ohana Enterprise *Wedding Organizer*.

B. Desain Penelitian

Penelitian ini memakai tipe penelitian kuantitatif berdesain penelitian kausal. Menurut Hussein Umar (2019:9), Desain penelitian kausal bermanfaat guna menakar hubungan antara variabel penelitian ataupun menganalisa bagaimana sebuah variabel dapat mempengaruhi variabel yang lain. Pemilihan desain penelitian kausal dilakukan lantaran peneliti hendak menakar secara cermat hubungan serta dampak diantara variabel bebas yakni persepsi harga, promosi serta kualitas pelayanan, terhadap variabel terikat yakni keputusan pembelian.

C. Variabel dan Pengukuran

Dalam penelitian ini, ada tiga variabel *independent* yakni persepsi harga, promosi, kualitas pelayanan. Kemudian untuk variabel *dependen* nya adalah keputusan pembelian.

(1) Variabel Persepsi Harga

Persepsi Harga ialah pandangan informasi harga yang dipahami seutuhnya, serta dibebankan pada konsumen dan memiliki pengaruh kuat dalam konsumen memutuskan terhadap pembeliannya.

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 3.1

Operasionalisasi Variabel Persepsi Harga

Variabel	Indikator	Butir Pernyataan	Skala
Persepsi Harga (Kotler dalam Dr. Meithiana Indrasari (2019:42)) Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang	Keterjangkauan Harga	Harga paket yang ditawarkan Ohana Enterprise <i>Wedding Organizer</i> terjangkau.	Interval
	Kesesuaian Harga dengan Kualitas Jasa	Harga yang ditawarkan Ohana Enterprise <i>Wedding Organizer</i> sesuai dengan kualitas pelayanan yang diberikan.	Interval
	Daya Saing Harga	Harga yang ditawarkan Ohana Enterprise <i>Wedding Organizer</i> dapat bersaing dengan <i>Wedding Organizer</i> lainnya di pasaran.	Interval
	Kesesuaian Harga dengan manfaat	Harga yang ditawarkan Ohana Enterprise <i>Wedding Organizer</i> sesuai dengan benefit yang didapatkan.	Interval
	Harga dapat mempengaruhi konsumen dalam mengambil keputusan	Harga yang ditawarkan Ohana Enterprise <i>Wedding Organizer</i> memberikan dampak signifikan pada proses pengambilan keputusan konsumen.	Interval

Sumber: Hasil kajian penulis, 2024

(2) Variabel Promosi

Dalam penelitian ini, variabel kedua yang diteliti adalah promosi, yang berarti upaya untuk memberi tahu atau menyajikan barang atau layanan dengan untuk menarik konsumen agar melakukan pembelian.

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



Tabel 3.2

Operasionalisasi Variabel Promosi

Variabel	Indikator	Butir Pernyataan	Skala
Promosi (Tjiptono dan Caroline et al (2022))	Periklanan	Ohana Enterprise <i>Wedding Organizer</i> sering menampilkan iklan di media.	Interval
	Penjualan Personal	Ohana Enterprise <i>Wedding Organizer</i> menyampaikan benefit yang di dapat secara detail.	Interval
	Promosi Penjualan	Ohana Enterprise <i>Wedding Organizer</i> memberikan diskon yang menarik.	Interval
	Hubungan masyarakat	Cukup sering melihat rekan & kerabat menggunakan Ohana Enterprise <i>Wedding Organizer</i> .	Interval

Sumber: Hasil kajian penulis, 2024

(3) Variabel Kualitas Pelayanan

Pada variabel ketiga, kualitas pelayanan di artikan sebagai suatu tindakan yang dilakukan oleh pihak tertentu dalam bentuk aspek yang tidak berwujud, namun mampu dirasakan oleh konsumen.

Tabel 3.3

Operasionalisasi Variabel Kualitas Pelayanan

Variabel	Indikator	Butir Pernyataan	Skala
Kualitas Pelayanan (Lupiyoadi & Handani dalam Dr. Meithiana Indrasari (2019:63))	Berwujud (Tangibles)	Fasilitas & peralatan yang digunakan dalam pelayanan Ohana Enterprise <i>Wedding Organizer</i> terlihat modern dan terawat.	Interval
	Keandalan (Reliability)	Ohana Enterprise <i>Wedding Organizer</i> memberikan layanan yan baik sesuai dengan yang dijanjikan.	Interval
	Ketanggapan (Responsiveness)	Ohana Enterprise <i>Wedding Organizer</i> memberikan respon cepat ketika dibutuhkan.	Interval
	Jaminan dan Kepastian (Assurance)	Saya merasa aman saat bertransaksi dengan Ohana Enterprise <i>Wedding Organizer</i> meskipun tidak bertatap secara langsung	Interval
	Empati (Emphaty)	Tim Ohana Enterprise <i>Wedding Organizer</i> memberikan penuh perhatian & kepedulian secara individual kepada saya .	Interval

Sumber: Hasil kajian penulis, 2024

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.

Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie



(4) Keputusan pembelian

Keputusan pembelian adalah aktivitas yang dilakukan seseorang terhadap sesuatu yang tidak berwujud tetapi dapat dirasakan oleh pembeli.

Tabel 3.4

Operasionalisasi Keputusan Pembelian

Variabel	Indikator	Indikator Pernyataan	Skala
Keputusan pembelian (Soewito dalam Dr. Meithiana Indrasari (2019:75))	Kebutuhan yang dirasakan	Saya memutuskan menggunakan Ohana Enterprise <i>Wedding Organizer</i> karena lebih unggul dalam melayani dibandingkan kompetitor lainnya.	Interval
	Kegiatan sebelum membeli	Saya memutuskan menggunakan Ohana Enterprise <i>Wedding Organizer</i> karena harga yang ditawarkan sesuai dengan manfaat yang didapatkan.	Interval
	Perilaku waktu memakai	Saya yakin untuk menggunakan Ohana Enterprise <i>Wedding Organizer</i> di hari pernikahan saya.	Interval
	Perilaku pasca pembelian	Saya akan menyarankan untuk menggunakan Ohana Enterprise <i>Wedding Organizer</i> kepada rekan dan kerabat saya.	Interval

Sumber: Hasil kajian penulis, 2024

D. Teknik Sampling

Peneliti menggunakan pendekatan *purposive sampling* dengan teknik *non-probability*, yang dimana sampel ditentukan selaras pada kriteria standar yang sudah ditetapkan oleh peneliti. Berdasar Sugiyono (2022:91), ukuran sampel yang cocok di penelitian berkisar antara 30 hingga 500 sampel. Jika studi melibatkan analisa *multivariate* (seperti korelasi ataupun regresi ganda), demikian jumlah sampelnya

C 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.



minimal 10x dari jumlah variabel yang diteliti. Teknik pengambilan sampel ini ditujukan kepada 100 konsumen yang pernah menggunakan Ohana Enterprise *Wedding Organizer* di Jakarta.

E. Teknik Pengumpulan Data

Metode penghimpunan data di penelitian memakai Teknik kuesioner, yang dimaksud kuesioner ialah suatu instrument penelitian ataupun survei yang terdiri dari serangkaian pernyataan yang memerlukan respon dengan pilihan jawaban yang telah disiapkan. Tujuan dari penggunaan kuesioner adalah untuk memperoleh tanggapan dari kelompok orang yang telah dipilih. Proses pengumpulan data dilakukan dengan membagikan kuesioner melalui platform *Google Forms* ke responden. Di penelitian ini, peneliti menyusun 18 item pernyataan yang akan dijawab responden.

Berdasar Sugiyono (2022:93), Skala *likert* dipakai sebagai alat pengukuran sikap, opini, serta persepsi seseorang ataupun golongan pada fenomena social. Dalam penggunaan skala *likert*, variabel yang akan dihitung diuraikan jadi indicator variabel yang selanjutnya dipakai menjadi dasar dalam merumuskan pernyataan. Skala *likert* memungkinkan penilaiannya dari sangat positif – sangat negative terhadap tiap item. Responden bisa memberikan nilai jawaban di kuesioner dengan berbagai pilihan, yaitu STS = Sangat Tidak Setuju, TS = Tidak Setuju, CS = Cukup Setuju, S = Setuju, SS = Sangat Setuju

F. Teknik Analisis Data

Peneliti akan mengolah data yang dikumpulkan melalui kuesioner untuk dianalisis menggunakan perangkat *Software Statistical Product and Service Solutions* (SPSS).

Berikut adalah teknis nya :



1. Uji Kuesioner

a. Uji Validitas

Berdasar Ghazali (2018:51), Uji validitas bertujuan menilai keabsahan sebuah kuesioner. Keabsahan kuesioner bisa dikonfirmasi jika pernyataan dalam kuesioner mampu mencerminkan dengan baik hal yang hendak diukur oleh kuesioner tersebut. Proses uji validitas membantu dalam mengidentifikasi apakah terdapat pernyataan dalam kuesioner yang perlu dihapus atau diganti lantaran tak dapat menghitungkan dengan tepat apa yang seharusnya dihitung. Uji validitas dijalankan memakai perangkat lunak bernama IBM SPSS *Statistics* versi 25.

Untuk mengevaluasi apakah sebuah kuesioner layak dipakai ataupun tak layak bisa digunakan teknik korelasi Pearson dengan r-tabel, yang merupakan uji statistik dua sisi bernilai signifikansi 0,05. Jika nilai korelasi (r-hitung) lebih besar dibanding nilai korelasi tabel (r-tabel), demikian pernyataan dalam kuesioner disebut valid. Kebalikannya, bila nilai korelasi hitungnya lebih kecil dibanding nilai korelasi tabel, demikian pernyataannya dalam kuesioner disebut tak valid. Proses uji validitas diawali perhitungan korelasi diantara skor masing-masing pernyataan dengan skor totalnya, yang dikenal sebagai korelasi item total yang telah disesuaikan (*corrected item total correlation*), memakai rumus korelasi Pearson *product-moment*.

b. Uji Reliabilitas

Ghozali (2018:53) mendefinisikan reliabilitas sebagai tingkat kepercayaan, keandalan, atau konsistensinya. Suatu kuesioner dianggap reliabel ataupun bisa dipercaya bila respon seseorang pada pernyataannya tetap konsisten ataupun stabil sepanjang waktu. Gunanya reliabilitas ialah guna menilai sejauh



mana data yang dihimpun dapat dianggap akurat dan dapat diandalkan. Pengujian reliabilitas dilakukan dengan menggunakan perangkat lunak yang disebut IBM SPSS *Statistics* versi 25. Perhitungan tingkat reliabilitas data dapat dijalankan memakai rumus Alpha Cronbach. Bila nilai alpha lebih dari 0,90 demikian reliabilitasnya dianggap sempurna. Bila nilai alpha ada dalam rentang 0,70 hingga 0,90, demikian reliabilitasnya dianggap tinggi. Apabila nilai Alpha berada diantara 0,50 hingga 0,70, demikian reliabilitasnya dianggap moderat. Sedangkan jika nilai Alpha kurang dari 0,50, demikian reliabilitasnya dianggap rendah.

2. Analisis Statistik Deskriptif

Analisis deskriptif digunakan untuk memberikan penjelasan umum mengenai data, menurut Ghozali (2018:19). Data yang dimaksud melibatkan variabel dalam penelitian, yakni persepsi harga, promosi dan kualitas pelayanan.

a. Profil Responden

Untuk menghitung presentase masing-masing kategori responden, dapat menggunakan rumus frekuensi relatif :

$$Pr = \frac{f_i}{\sum f_i} \times 100\%$$

Keterangan:

Pr : Persentase dari responden yang memiliki kategori tertentu.

f_i : Jumlah responden kategori tertentu.

$\sum f_i$: Jumlah total responden.

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



b. Rata-rata

Nilai total kelompok sampel dijumlahkan dan dibagi dengan jumlah sampel untuk menghasilkan rata-rata hitung atau mean.

$$\bar{X} = \frac{\sum f_i \cdot X_i}{\sum f_i}$$

Keterangan:

\bar{X} = Rata rata hitung

f_i = Frekuensi

X_i = skor 1, 2, 3, 4, 5

$\sum f_i$ = Jumlah frekuensi/responden

c. Selang Kepercayaan (*Confidence Intervals*) 95%

Lilik *et al* (2020:92) Selang kepercayaan merupakan komponen krusial dari inferensi statistik, karena dengan mengetahui estimasi selang kepercayaan tersebut, peneliti dapat mengetahui apakah nilai parameter signifikan atau tidak, terutama berlaku untuk parameter dalam model regresi.

Rumus Selang Kepercayaan:

$$\bar{x} - Z_{\alpha/2} \left(\frac{\sigma}{\sqrt{n}} \right) \leq \mu \leq \bar{x} + Z_{\alpha/2} \left(\frac{\sigma}{\sqrt{n}} \right)$$

Keterangan:

\bar{x} : Rata-rata Sampel

α : 1 - (tingkat kepercayaan)

$Z_{(\alpha/2)}$: Nilai Z (dari tabel Z)

σ : Standar Deviasi Populasi

n : Banyaknya Anggota Sampel

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.

b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.

2. Dilarang menggunakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.



d. Rentang Skala

Setelah mendapatkan nilai rata-rata, nilai pada setiap variabel dimanfaatkan untuk menempatkan posisi responden pada rentang skala. Untuk melakukannya, rumus rentang skala adalah:

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

Keterangan:

Rs = Rentang skala penelitian

m = Banyaknya kategori

Tabel 3.5

Tabel Rentang Skala

No	Kriteria	Skala
1	Sangat Tidak Setuju	1
2	Tidak Setuju	2
3	Cukup Setuju	3
4	Setuju	4
5	Sangat Setuju	5

Sumber: Sugiyono (2022:93)

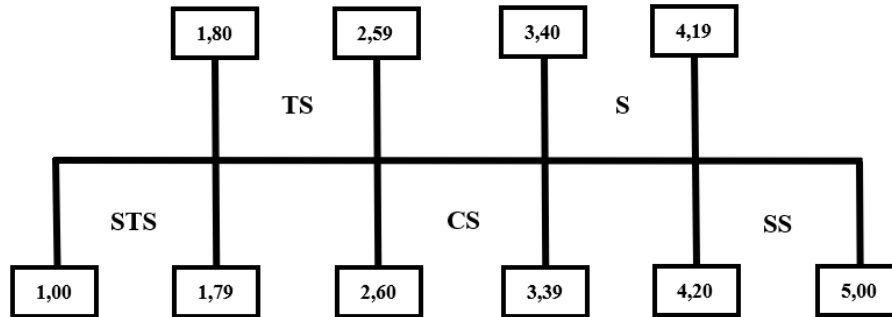
Sugiyono (2022:93) menyatakan skala *likert* berfungsi untuk mengevaluasi pandangan, serta pemahaman individu tau grup terhadap fenomena sosial tertentu. Pada tabel 3.5 menunjukkan Skala *likert* meliputi rentang angka 1 hingga 5. Pada angka 1, menunjukkan tingkat kesetujuan yang sangat rendah atau diinterpretasikan sebagai sangat tidak setuju. Sementara itu, pada angka 5 menandakan tingkat kesetujuan yang sangat tinggi atau diartikan sebagai sangat setuju.

Skor paling tinggi yakni 5 sementara skor paling rendah yakni 1, dengan total 5 kategori atau kelas, rentang skor yang ditetapkan yakni :

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.



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



Analisis Regresi

a. Estimasi Persamaan Regresi Linear Berganda

Penelitian ini memakai Analisa regrasi ganda yang model persmaannya:

$$Y = \beta_0 + \beta_1 X_1 + \beta_2 X_2 + \beta_3 X_3 + \epsilon$$

Keterangan:

Y = Keputusan Pembelian

X₁ = Persepsi Harga

X₂ = Promosi

X₃ = Kualitas Pelayanan

B = Nilai Konstanta

B_{1,2,3} = Koefisien Regresi

€ = Term of Error

b. Uji Asumsi Klasik

(1) Uji Normalitas

Uji ini diterapkan guna mengevaluasi apakah variabel *dependen* serta variabel *independent* pada suatu model regresi mempunyai residual dengan distribusi yang normal ataupun tak normal. Tujuannya ialah guna menilai distribusi data di

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



variabel yang nantinya dipakai di penelitian. Guna mengujinya, dipakai uji statistic non-parametrik Kolmogrov – Smirnov (K-S) dengan hipotesis :

- (a) H_0 = data residual distribusinya normal.
- (b) H_a = data residual distribusinya tak normal.

Dengan nilai signifikansi ($\alpha = 0,05$), yaitu ketika:

- (a) Jika $p\text{-value} > \alpha$ (0,05) data tergolong terdistribusi normal.
- (b) Jika $p\text{-value} < \alpha$ (0,05) data tergolong tidak terdistribusi normal.

(1) Uji Multikolinearitas

Ghozali (2018;107) menyatakan bahwasannya, uji ini dilakukan gunanya menakar apa di model regresi memiliki hubungan antar variabel *independent*. Jika memiliki hubungan atau korelasi antar variabel *independent*, beberapa variabel tersebut tidak bersifat orthogonal. Variabel bersifat orthogonal ialah variabel *independent* yang punya nilai korelasi daintara satu dengan lainnya yakni nol. Untuk menilai keberadaan multikolinearitas, bisa menggunakan *Variance Inflation Factor* (VIF) atau nilai *tolerance*. Nilai VIF tinggi (karena $VIF = 1/Tolerance$) sama dengan Nilai *tolerance* yang rendah. Nilai ambang yang umum dipakai untuk menunjukkan adanya multikolinieritas adalah nilai $Tolerance \leq 0,10$ atau sama dengan nilai $VIF \geq 10$. Jika nilai *tolerance* $> 0,10$ atau nilai $VIF < 10$ maka hal tersebut menunjukkan tidak terjadi multikolinieritas.

- (a) Nilai $VIF \geq 10$ dan nilai $Tolerance \leq 0,10$, maka memiliki indikasi multikolinieritas
- (b) Nilai $VIF \leq 10$ dan nilai $Tolerance \geq 0,10$, maka tidak memiliki indikasi multikolinieritas



(2) Uji Heteroskedastisitas

Menurut Ghozali (2018:137) tujuan dari uji heteroskedastisitas untuk menilai apa ada ketidakseragaman varians dari residu antar observasi dalam suatu model regresi. Homokedastisitas merujuk pada kondisi dimana varian residu tetap konstan antar observasi, sedangkan heterokedastisitas muncul jika varian residu antar observasi itu berbeda. Suatu model regresi dianggap baik bila homokedastisitas terpenuhi serta tidak ada heteroskedastisitas. Guna mendeteksi adanya heterokedastisitas, dapat diamati dari pola grafik diantara nilai variabel terikat (*dependen*) yaitu ZPRED, dan residunya SRESID. Penemuan heteroskedastisitas dapat dijalankan dengan memeriksa pola tertentu pada grafik scatterplot diantara SRESID dan ZPRED, yang dimana sumbu Y adalah Y yang sudah diprediksi, dan sumbu X adalah residual ($Y \text{ prediksi} - Y \text{ sesungguhnya}$) yang telah di-studentized. Dasar analisisnya sebagai berikut:

- (a) Apabila terdapat pola tertentu, misalnya beberapa yang membentuk pola tertentu secara teratur (gelombang, melebar selanjutnya sempit), artinya terdapat indikasi heterokedastisitas.
- (b) Apabila tidak memiliki pola jelas, dengan beberapa titik yang tersebar di atas serta di bawah angka 0 pada sumbu Y, artinya tidak memiliki indikasi heteroskedastisitas.

c. Uji Kesesuaian Model (Uji F)

Uji F menurut Ghozali (2018:179), dilaksanakan guna mengidentifikasi apakah variabel *dependen* yakni X_1 , X_2 dan X_3 , memiliki pengaruh secara bersamaan atau simultan pada variabel *dependen* yakni Y. Uji ini dilaksanakan melalui pengecekan

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.



nilai F yang ada pada tabel ANOVA, dengan nilai signifikansi yang dipakai yaitu 0,05. Penetapan keputusan dari pengujian ini dijalankan sesuai ketentuan berikut:

- (1) Apabila nilai sig. $F < 0,05$ maka H_0 ditolak dan H_a diterima. Artinya setiap variabel bebas berpengaruh signifikan terhadap variabel terikat.
- (2) Apabila nilai sig. $F > 0,05$ maka H_0 diterima dan H_a ditolak. Artinya setiap variabel bebas tidak berpengaruh signifikan terhadap variabel terikat.

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

d. Uji Koefisien Regresi Parsial (Uji t)

Uji t menurut Ghozali (2018:179), dilaksanakan guna menguji hipotesis penelitian tentang pengaruh tiap variabel *independent* secara parsial atau sebagian pada variabel *dependen*. Ketentuan diambil didasari nilai signifikansi yang tercantum dalam tabel Coefficients. Uji hasil regresi dijalankan dengan tingkat kepercayaan sebesar 95% atau sebesar 5% ($\alpha=0,05$) taraf signifikannya dengan landasan pengambilan keputusan sebagai berikut:

- (1) Jika nilai Sig. $t < 0,05$ demikian menolak H_0 yang mana variabel *independent* berpengaruh terhadap variabel *dependent*.
- (2) Jika nilai Sig. $t > 0,05$ demikian tidak menolak H_0 yang mana variabel *independent* tidak berpengaruh terhadap variabel *dependent*.

e. Uji Koefisien Determinasi (R^2)

Uji koefisien determinasi (R^2) mengindikasikan sejauh mana variabel *independent* yang terdapat dalam model regresi dapat memaparkan variasi pada variabel *dependennya*, Nilai R^2 ada dalam rentang 0 hingga 1. Ketika nilai R^2 mendekati 1, hal itu mengindikasikan bahwasannya keahlian variabel *independent* dalam menjelaskan variasi pada variabel *dependent* semakin tinggi. Kebalikannya, bila nilai R^2 mencapai 0, hal itu menunjukkan bahwa kemampuan untuk menjelaskan variasi tersebut semakin rendah.

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.