

BAB III

METODE PENELITIAN

A. Obyek Penelitian

Obyek penelitian ini adalah produk mobil listrik bertenaga baterai yang dipasarkan di Indonesia. Sedangkan subjek dari penelitian ini adalah orang yang memiliki minat beli terhadap mobil listrik bertenaga baterai. Penelitian ini dilakukan dengan menyebarkan kuesioner di wilayah Kota Bekasi.

B. Desain Penelitian

Menurut Schindler (2022:75), desain penelitian adalah sebuah perencanaan untuk memenuhi tujuan penelitian. Desain penelitian memiliki banyak definisi, tetapi semuanya memiliki sifat yang sama, seperti rencana prosedural berbasis waktu untuk setiap kegiatan penelitian, selalu fokus pada pertanyaan penelitian, panduan pemilihan sumber informasi (kasus), dan menyediakan kerangka kerja untuk menentukan hubungan antara variabel penelitian. Berikut merupakan sembilan dimensi dalam desain penelitian, yaitu :

1. Tujuan Penelitian

Penelitian ini memiliki tujuan untuk dapat memberikan penjelasan atas variabel terkait kebenaran bahwa Fasilitas, Harga, dan kepercayaan merek berpengaruh positif terhadap minat beli dari suatu produk, yang mana jika fasilitas, harga, dan kepercayaan produk berjalan dengan baik, maka minat beli konsumen terhadap produk juga semakin meningkat dan akan di buktikan dengan hasil yang di dapat di dalam penelitian ini. Oleh sebab itu, dapat dinyatakan bahwa tujuan penelitian berbentuk kausal eksplanatori.



2. Kontrol Peneliti Terhadap Variabel

- C** Pada penelitian ini, peneliti menggunakan ex post facto yang mana tidak memiliki kemampuan untuk mengontrol atau memanipulasi variabel, dan hanya dapat memberitahukan apa yang sedang terjadi.

3. Cakupan Topik

Penelitian ini menggunakan penelitian statistik yang dimana penelitian ini berusaha untuk menangkap karakteristik populasi dengan membuat suatu kesimpulan dari karakteristik sampel, dan hipotesis dalam penelitian ini diuji secara kuantitatif.

4. Penekanan Pengukuran Teknik Penelitian

Penelitian ini adalah penelitian kuantitatif yang berfokus kepada angka atau statistik. Penelitian ini dilakukan dengan penyebaran kuesioner dengan skala likert, lalu akan di hitung dan di analisis secara statistik.

5. Kompleksitas Desain

Tingkat kompleksitas desain dalam penelitian ini adalah rendah karena menggunakan desain survey sederhana. Survey ini menggunakan pertanyaan mudah yang dapat membantu dalam penilaian serta manfaat dari mobil listrik dan hanya membutuhkan sedikit waktu dalam mengisi survey.

6. Metode Pengumpulan Data

Dalam penelitian ini, metode yang digunakan untuk pengumpulan data adalah metode komunikasi, dimana akan dilakukan penyebaran kuisisioner secara online dengan menggunakan media Google Forms yang berisi beberapa pertanyaan dan kemudian di isi oleh sampel penelitian dengan tujuan memperoleh respon dan data atas penelitian yang di lakukan.

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.



7. Lingkungan Penelitian

- C** Penelitian ini dilakukan berdasarkan studi lapangan, dimana peneliti melakukan pengambilan data secara langsung terhadap konsumen atau pemilik mobil listrik bertenaga baterai dengan menggunakan kuesioner yang sudah disediakan sebelumnya.

8. Dimensi Waktu

Penelitian ini akan menggunakan metode cross-sectional yang bertujuan untuk mengamati dinamika hubungan antara faktor sebab dengan faktor akibat yang di timbulkan, dengan metode ini, variabel akan di amati dan di ukur seluruhnya dalam waktu yang sama, sehingga penelitian akan berlangsung dengan lebih mudah dan singkat.

9. Kesadaran Penelitian Peserta

Penelitian ini akan menggunakan data primer yang dikumpulkan dengan kuesioner yang telah disebar dan di isi oleh para konsumen atau pemilik mobil listrik tenaga baterai. Hasil dari penelitian ini bergantung kepada jawaban yang diberikan oleh responden, yang mana penting sekali untuk memberikan pemahaman berupa pertanyaan-pertanyaan yang mudah dipahami kepada responden untuk mendapatkan hasil yang maksimal.

C. Variabel Penelitian

Menurut Schindler (2022:15), variabel adalah simbol terukur dari suatu peristiwa, tindakan, karakteristik, sifat, atau atribut. Penelitian ini dilakukan untuk membuktikan pengaruh dari Fasilitas, Harga dan Kepercayaan Merek produk dari mobil listrik terhadap minat beli konsumen.

Adapun variabel yang terdapat dalam penelitian ini melibatkan variabel bebas dan terikat, dimana variabel bebas nya adalah Fasilitas (X1), Harga (X2), dan



Kepercayaan Merek (X3). Sedangkan variabel terikat dalam penelitian ini adalah minat beli (Y). Berikut definisi operasional dari variabel penelitian :

1. Fasilitas

Menurut Tirtayasa, et al (2024:194), fasilitas adalah segala sesuatu yang dapat memberikan dampak positif bagi pengusaha untuk dapat menunjang keberhasilan suatu usaha. Fasilitas harus benar benar diperhatikan pengusaha terutama yang berkaitan dengan apa yang dirasakan konsumen atau apa yang didapatkan konsumen secara langsung. Dalam melakukan pengukuran terhadap variabel minat beli pada penelitian kali ini.

Tabel 3.1
Operasionalisasi Variabel Fasilitas

Variabel	Indikator	Pernyataan	Skala
Fasilitas	Perencanaan cas (<i>Charge</i>) umum	Terdapat stasiun pengisian daya untuk mobil listrik tenaga baterai di berbagai lokasi.	Interval
	Perencanaan keamanan	Fitur keamanan dari mobil listrik di Indonesia sudah sangat lengkap dengan teknologi yang menyesuaikan dengan perkembangan jaman.	Interval
	Perlengkapan	Perlengkapan fisik maupun teknologi mobil listrik sudah cukup mumpuni.	Interval
	kemudahan	Kemudahan penggunaan mobil listrik, dengan fitur yang intuitif dan mudah dipahami.	Interval

Sumber : Tirtayasa, et al (2024:193)



2. Presepsi Harga

Menurut Indrasari (2019:39), Harga seringkali digunakan sebagai indikator nilai bilamana harga tersebut dihubungkan dengan manfaat yang dirasakan atas suatu barang atau jasa. Tingkat harga yang ditetapkan akan mempengaruhi kuantitas yang terjual, secara tidak langsung harga juga mempengaruhi biaya yang ditimbulkan dalam kaitannya dengan efisiensi produksi. Oleh karena itu penetapan harga mempengaruhi pendapatan total dan biaya total, maka keputusan dan strategi penetapan harga memegang peranan penting dalam setiap perusahaan.. Dalam penelitian kali ini, pengukuran terhadap variabel harga akan melalui lima indikator yang disertai butir pernyataan seperti yang di uraikan pada tabel 3.2 berikut :

Tabel 3.2
Operasionalisasi Variabel Presepsi Harga

Variabel	Indikator	Pernyataan	Skala
Harga	Keterjangkauan Harga	Harga dari mobil listrik yang ada di Indonesia cukup terjangkau bagi konsumen kelas menengah ke atas.	Interval
	Kesesuaian harga dengan kualitas produk	Fitur yang di berikan sesuai dengan harga yang di tawarkan	Interval
		Model/design yang di berikan sesuai dengan harga yang di tawarkan	Interval
	Daya saing harga	Harga yang di tawarkan oleh produsen mobil listrik mampu bersaing dengan mobil konvensional maupun mobil hybrid.	Interval

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

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

	Kesesuaian harga dengan manfaat	Harga dari mobil listrik sesuai dengan manfaat yang di dapatkan.	Interval
	Harga dapat mempengaruhi konsumen dalam mengambil keputusan	Harga yang ditawarkan dapat mempengaruhi keputusan konsumen untuk membeli mobil listrik.	Interval

Sumber : Indrasari (2019:42)

3. Kepercayaan Merek

Menurut Firmanshah (2019:141). dari sudut pandang konsumen, brand trust merupakan variabel psikologis yang mencerminkan sejumlah asumsi awal yang melibatkan kredibilitas, integritas, dan benevolence, yang dilekatkan pada merek tertentu. Untuk mengukur variabel kepercayaan merek ini, penelitian ini akan melalui tiga indikator yang disertai dengan pernyataan dan dapat di lihat pada tabel 3.3

Tabel 3.3
Operasionalisasi Variabel Kepercayaan Merek

Variabel	Indikator	Pernyataan	Skala
Kepercayaan Merek	Kepercayaan Terhadap Suatu Merek	Merek mobil listrik di Indonesia sudah di akui oleh masyarakat.	Interval
		Merek mobil listrik yang ada di Indonesia sudah sangat di kenal oleh masyarakat.	Interval
	Keamanan Suatu Merek	Mobil listrik di Indonesia memiliki karakteristik yang sulit di tiru.	Interval
		Merek dari mobil listrik di Indoensia memiliki reputasi baik dalam hal keamanan dan perlindungan konsumen.	Interval



© Hak cipta milik IBI KKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)	Kejujuran Suatu Merek	Informasi fitur yang di berikan merek mobil listrik dapat dipercaya.	Interval
		Mobil listrik di Indonesia memiliki fitur <i>safety</i> yang lengkap.	Interval

Sumber : Firmanshah (2019:144)

4. Minat Beli

Menurut Tonce dan Darius (2022:15), minat beli didapatkan dari proses pembelajaran dan proses berfikir yang mewujudkan persepsi. Minat beli timbul untuk menciptakan motivasi yang terus terekam dalam benaknya, yang pada akhirnya ketika pelanggan seharusnya dapat memenuhi kebutuhannya untuk mewujudkan apa yang ada dalam benak pelanggan. Di dalam penelitian kali ini, terdapat pengukuran terhadap variabel Minat beli disertai dengan pernyataan yang tersaji dalam tabel 3.4 berikut :

Tabel 3.4
Operasionalisasi Variabel Minat Beli

Variabel	Indikator	Pernyataan	Skala
Minat Beli	Minat Transaksional	Saya berniat membeli mobil listrik karena lebih ramah lingkungan.	Interval
		Saya berniat membeli mobil listrik karena lebih hemat.	Interval
	Minat Refrensial	Saya akan merekomendasikan mobil listrik kepada teman dan keluarga.	Interval
	Minat Preferensial	Mobil listrik adalah pilihan paling sesuai dengan kebutuhan saya.	Interval
	Minat eksploratif	Saya ingin tahu lebih banyak tentang mobil listrik.	Interval

Sumber : Tonce dan Darius (2022:15)



D. Teknik Pengambilan Sampel

③ Teknik pengambilan sampel pada penelitian ini menggunakan *Non-Probability sampling*, yaitu *Purposive Sampling*. Menurut Schindler (2022:111), *Purposive sampling* adalah Sampel non-probabilitas yang menggunakan kriteria tertentu untuk memilih kasus. Terdapat dua jenis utama pengambilan sampel dalam *purposive sampling*, yaitu *judgment sampling* atau pengambilan sampel berdasarkan penilaian dan *quota sampling* atau pengambilan sampel berdasarkan kuota. Penelitian kali ini akan menggunakan jenis *Judgment sampling* yang dimana seorang peneliti akan memilih anggota sampel agar sesuai dengan beberapa kriteria.

Menurut Hair (2019:132), setidaknya ukuran sampel harus berjumlah 100 orang atau lebih, dimana aturan umumnya, sampel minimal lima kali lebih banyak dari jumlah pernyataan atau observasi dari variabel yang akan di analisa dan akan lebih dapat di terima jika pengukuran memiliki rasio 10:1. Dalam penelitian kali ini, jumlah item pernyataan untuk mengukur variabel adalah 21 pernyataan. Maka, jumlah minimal responden yang diperlukan adalah $21 \times 5 = 105$ responden.

E. Teknik Pengumpulan Data

Menurut Schindler (2022:208), desain pengumpulan data dapat artikan sebagai pendekatan yang digunakan untuk mengumpulkan data primer. Ada dua teknik dalam pengumpulan data yaitu dengan observasi atau komunikasi. Teknik komunikasi adalah survey yang di lakukan dengan menggunakan kuesioner atau wawancara pribadi.

Dalam penelitian kali ini, teknik pengambilan data yang di lakukan adalah teknik komunikasi dengan pengukuran dari sejumlah pertanyaan tertutup yang di lakukan dalam wujud kuesioner. Pertanyaan di buat dan di berikan pilihan jawaban oleh peneliti dengan menggunakan media Google Forms untuk dapat di isi oleh konsumen atau pengguna mobil listrik di indonesia. Kuesioner yang dimaksud dibuat berdasarkan

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

© Himpunan 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.



skala likert dengan lima pilihan jawaban seperti STS = Sangat tidak setuju, TS = Tidak setuju, N = Netral, S = Setuju, dan SS = Sangat Setuju.

F. Teknik Analisis Data

Setelah semua kuesioner telah terisi dan terkumpul, maka selanjutnya adalah melakukan pengolahan data berdasarkan kuesioner yang terkumpul. Data yang didapatkan dari kuesioner merupakan data mentah yang harus diolah lagi untuk dapat menjadi informasi yang berguna bagi penelitian yaitu untuk mengukur seberapa besar pengaruh Fasilitas, Harga, dan Kepercayaan Merek terhadap Minat beli mobil listrik Indonesia di Bekasi digunakan bantuan aplikasi SPSS 25 untuk mengolah data tersebut. Berikut adalah teknik analisis data yang digunakan untuk mempermudah proses pengolahan data, antara lain:

1. Uji Validitas

Menurut Ghazali (2021:66), Uji validitas digunakan untuk mengukur sah atau tidaknya suatu kuesioner. Sebuah kuesioner dikatakan valid jika pertanyaan pada kuesioner mampu untuk mengungkapkan sesuatu yang akan diukur.

$$r_{\text{Hitung}} = \frac{n \sum XY - (\sum X \cdot \sum Y)}{\sqrt{\{n \sum x^2 - (\sum x^2)\} \{n \sum Y^2 - (\sum Y^2)\}}}$$

Keterangan :

r_{xy} = Koefisien korelasi

n = Banyaknya sampel

$\sum X$ = Jumlah perkalian variabel x dan y

$\sum X$ = Jumlah nilai variabel x

$\sum Y$ = Jumlah nilai variabel y

$\sum X^2$ = Jumlah pangkat dari nilai variabel x

$\sum Y^2$ = Jumlah pangkat dari nilai variabel y



Kriteria pengujian yang digunakan, yaitu sebagai berikut:

- C** a. Jika $r_{hitung} > r_{tabel}$, maka pernyataan dinyatakan valid.
b. Jika $r_{hitung} < r_{tabel}$, maka pernyataan dinyatakan tidak valid

Uji validitas dalam penelitian ini menggunakan 30 sampel dan besar degree of freedom (df) = $n - 2$ yang jumlahnya dapat di hitung yaitu $30 - 2 = 28$. Dengan $df = 28$ dan $\alpha = 0.05$, maka r_{tabel} yang di dapatkan adalah 0.3610 (berdasarkan r_{tabel} $df = 28$ dengan uji dua sisi).

2 Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas adalah alat untuk mengukur suatu kuesioner yang mana suatu kuesioner dikatakan reliabel jika jawaban seseorang terhadap pernyataan konsisten dari waktu ke waktu Ghozali (2021:61). Pengujian menggunakan one shot atau pengukuran sekali saja, pengukuran hanya dilakukan sekali dan dibandingkan dengan pernyataan lain untuk mengukur korelasi antar pernyataan.

$$r_{11} = \left[\frac{n}{(n-1)} \right] \left[1 - \frac{\sum \sigma^2 b}{\sigma^2 t} \right]$$

Keterangan:

r_{11} = koefisien reliabilitas alpha

n = jumlah item pertanyaan

$\sum b^2 \sigma$ = jumlah varian butir

$t^2 \sigma$ = varians total.

Kriteria pengujian yang digunakan, yaitu sebagai berikut:

- a. Jika nilai *Cronbach's Alpha* $\alpha > 0,70$, maka pernyataan dinyatakan reliabel atau terpercaya.
b. Jika nilai *Cronbach's Alpha* $\alpha < 0,70$, maka pernyataan dinyatakan tidak reliabel atau tidak dipercaya.



3. Analisis Deskriptif



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

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie

Analisis deskriptif menurut Ghazali (2021:19), merupakan pengujian statistik yang digunakan untuk memberikan gambaran atau deskripsi suatu data yang dilihat dari nilai rata-rata, standar deviasi, maksimum, dan minimum. Nilai minimum adalah nilai pengisian kuesioner terkecil, nilai maksimum adalah nilai pengisian kuesioner terbesar, nilai rata-rata merupakan nilai dari total skor pernyataan dalam kuesioner yang dibagi dengan banyaknya pernyataan dalam kuesioner. Berikut merupakan analisis deskriptif :

a. Rata-rata (Mean)

Rata-rata hitung adalah penjumlahan nilai-nilai pengamatan dalam suatu distribusi yang dibagi oleh jumlah pengamatan. Cara menghitung skor dengan menggunakan seluruh perkalian antara frekuensi dengan nilai skor masing-masing dibagi dengan jumlah total frekuensi.

$$\bar{x} = \frac{\sum_{i=1}^n X_i}{n}$$

Keterangan :

\bar{x} = Rata-rata hitung

X = Skor (1, 2, 3, 4, 5)

n = Jumlah total frekuensi / data yang digunakan

b. Rata-rata Tertimbang

Rumus yang dapat digunakan untuk menghitung rata-rata tertimbang adalah sebagai berikut:

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

Keterangan :

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.



\bar{x} = Rata-rata tertimbang

Σf_i = Frekuensi

X_i = Bobot nilai

n = Jumlah Responden

4. Skala Likert

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

Sekaran & Bougie (2017:30) menyebutkan skala likert didesain untuk menelaah seberapa kuat subjek setuju maupun tidak setuju dengan pertanyaan pada skala lima titik. Skor diberikan pada setiap respon untuk menjabarkan tingkat dukungan.

Tabel 3.5
Skala Likert

Skala Peringkat	Bobot
Sangat Tidak Setuju	1
Tidak Setuju	2
Netral	3
Setuju	4
Sangat Setuju	5

Sumber : Data Kuesioner

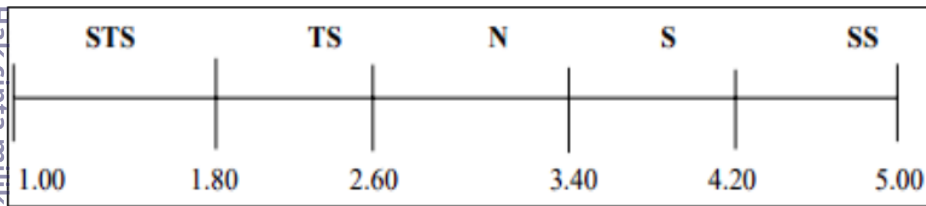
Berdasarkan Tabel 3.5 diatas, setiap skala peringkat memiliki bobotnya masing-masing yang terdiri dari satu sampai lima, dimana setiap bobotnya memiliki artinya sendiri. Untuk menghitung skala penelitian dapat dilakukan pemanfaatan nilai rentang skala yang dapat dilihat pada Gambar 3.1, yaitu sebagai berikut:

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.



Gambar 3.1

Skala Likert



Sumber : Data Kuesioner

Berdasarkan Gambar 3.1 diatas, rentang nilai pada skala likert memiliki arti, yaitu sebagai berikut :

1,00 – 1,80 = Sangat tidak Setuju

1,81 – 2,60 = Tidak Setuju

2,61 – 3,40 = Netral

3,41 – 4,20 = Setuju

4,21 – 5,00 = Sangat Setuju

5) Uji Asumsi Klasik

a. Uji Normalitas

Ghozali (2021:196) menyebutkan uji normalitas bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi, variabel pengganggu atau residual memiliki distribusi normal. Pengujian menggunakan Kolmogorov-Smirnov dengan hipotesis statistik yang terdiri dari H_0 dan H_a . Untuk penjelasan dalam hipotesisnya, yaitu sebagai berikut:

H_0 : Jika $\text{sig} > 0,05$ maka data berdistribusi normal

H_a : Jika $\text{sig} < 0,05$ maka data tidak berdistribusi normal

b. Uji Multikolinearitas

Uji multikolinearitas bertujuan untuk menguji apakah model regresi ditemukan adanya korelasi antar variabel bebas (independen). Model regresi



yang baik seharusnya tidak terjadi korelasi antar variabel independen Ghozali (2021:157). Kriteria untuk menentukan apakah variabel penelitian terdapat multikolinearitas atau tidak, yaitu sebagai berikut:

- (1) Apabila nilai toleransi $> 0,10$ atau $VIF < 10$, maka tidak terdapat multikolinearitas.
- (2) Apabila nilai toleransi $< 0,10$ atau $VIF > 10$, maka terdapat multikolinearitas.

c. Uji Heteroskedastisitas

Ghozali (2021:178) menyebutkan uji heteroskedastisitas bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi terjadi ketidaksamaan varian dari residual satu pengamatan ke pengamatan yang lain. Jika varian dari residual satu pengamatan ke pengamatan lain tetap, maka disebut homoskedastisitas namun jika berbeda disebut heteroskedastisitas. Berikut merupakan kriteria dalam uji heteroskedastisitas menggunakan uji White, yaitu sebagai berikut:

- (1) Apabila C^2 hitung $< C^2$ Tabel maka tidak terjadi heteroskedastisitas.
- (2) Apabila C^2 hitung $> C^2$ Tabel maka terjadi heteroskedastisitas.

6. Analisis Regresi Linear Berganda

Ghozali (2021:145-146) menyebutkan analisis regresi digunakan untuk mengukur kekuatan hubungan antara dua variabel atau lebih dan untuk menunjukkan arah hubungan antara variabel dependen dengan variabel independen. Berikut merupakan rumus analisis regresi berganda yang digunakan, yaitu sebagai berikut:

$$Y = a + \beta_1 X_1 + \beta_2 X_2 + \beta_3 X_3 + e$$

Keterangan:

Y : Variabel Minat Beli Konsumen

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.



α : Konstanta

β_1 : Variabel Fasilitas

β_2 : Variabel Harga

β_3 : Variabel Kepercayaan Merek

e : Term of error

a. Uji Model (Uji F)

Uji F menurut Ghozali (2021:148) digunakan untuk mengukur signifikansi secara bersama-sama variabel independen terhadap variabel dependen. Tidak seperti uji t yang menguji signifikansi koefisien parsial regresi secara individu dengan uji hipotesis terpisah bahwa setiap koefisien regresi sama dengan nol. Uji F adalah uji Anova yang bertujuan untuk menguji B1, B2, dan B3 sama dengan nol, atau:

(1) $H_0 : \beta_1 = \beta_2 = \beta_3 = 0$

(2) $H_a : \text{Paling sedikit ada satu } \beta_i \neq 0, i = 1, 2, 3$

Berikut merupakan kriteria yang digunakan dalam uji F dengan taraf sig sebesar 0,05, yaitu sebagai berikut:

(1) Jika sig F < 0,05 maka model regresi signifikan dan dapat digunakan

(2) Jika sig F > 0,05 maka model regresi tidak signifikan dan tidak dapat digunakan

b. Uji Parsial (Uji t)

Uji t menurut Ghozali (2021:148-149) digunakan untuk menunjukkan seberapa jauh pengaruh variabel independen secara individual dalam menerangkan variabel dependen. Hipotesis nol (H_0) yang hendak di uji adalah apakah suatu parameter (β_i) sama dengan nol, atau :

$H_0 : \beta_i = 0 \text{ } i : 1, 2, 3$

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.



Artinya variabel independen tidak berpengaruh terhadap variabel dependen.

Hipotesis alternatifnya (H_A) parameter suatu variabel tidak sama dengan nol, atau :

$$H_a : \beta_i > 0, i : 1,2,3$$

Artinya, variabel Independen berpengaruh terhadap variabel dependen.

Berikut merupakan kriteria yang digunakan dalam uji t dengan taraf sig sebesar 0,05, yaitu sebagai berikut:

(1) Jika $\text{sig } t > 0,05$ maka variabel independen secara individual tidak berpengaruh terhadap variabel dependen

(2) Jika $\text{sig } t < 0,05$ maka variabel independen secara individual berpengaruh terhadap variabel dependen

c. Koefisien Determinasi (R^2)

Ghozali (2021:147) menyebutkan bahwa Koefisien Determinasi digunakan untuk mengukur seberapa jauh kemampuan model dalam menerangkan variasi variabel dependen. Nilai koefisien determinasi adalah nol dan satu. Nilai R^2 yang kecil berarti kemampuan variabel-variabel independen dalam menjelaskan variasi variabel dependen amat terbatas. Sedangkan nilai koefisien determinasi yang mendekati satu artinya variabel-variabel independen memberikan hampir semua informasi yang dibutuhkan untuk menjelaskan variabel dependen.

Dalam kenyataan nilai adjusted R^2 dapat bernilai negatif, walaupun yang di kehendaki harus positif. Jika dalam uji empiris didapat nilai negatif, maka nilai R^2 dianggap nol. jika $R^2 = 0$, maka $\text{adjusted } R^2 = (1 - k)/(n - k)$. Jika $K > 1$, maka adjusted R^2 akan bernilai negatif.

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

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

b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.

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



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

Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie

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.