

BAB III

METODE PENELITIAN

A. Objek Penelitian

Pada penelitian ini, yang menjadi objek penelitian adalah konsumen Miniso di Mall Of Indonesia yang menilai kualitas produk dan kualitas layanan yang diberikan oleh Miniso di Mall of Indonesia serta pengaruhnya terhadap loyalitas konsumen melalui kepuasan konsumen. Penelitian ini dilakukan dengan cara menyebarkan kuesioner di daerah Sunter dan Kelapa Gading, Jakarta Utara.

B. Desain Penelitian

Menurut Cooper dan Schindler (2017:146) desain penelitian merupakan suatu perencanaan dan struktur dari investigasi yang disusun untuk mendapatkan jawaban atas pertanyaan penelitian. Desain penelitian meliputi rencana awal pengumpulan, pengukuran, dan analisis data untuk membantu peneliti dalam mengalokasikan sumber daya yang terbatas dengan membuat pilihan-pilihan penting dalam metodologi.

Dalam Cooper dan Schindler (2017:147-152) desain penelitian diklasifikasikan dengan delapan perspektif, yaitu:

1. Tingkat Perumusan Masalah

Berdasarkan tingkat perumusan masalah, penelitian ini termasuk Studi formal (*formal studies*) dimulai saat eksplorasi berakhir - studi formal dimulai dengan hipotesis atau pertanyaan penelitian dan melibatkan prosedur yang tepat serta



spesifikasi sumber data. Tujuan dari desain studi formal adalah untuk menguji hipotesis dan menjawab semua pertanyaan penelitian yang dikemukakan.

2. Metode Pengumpulan Data

Berdasarkan metode pengumpulan data, penelitian ini termasuk Metode yang digunakan adalah dengan *survey*. Pada cara *survey*, peneliti menyebarkan kuesioner yang berisi daftar pertanyaan kepada responden dengan mengajukan pertanyaan-pertanyaan dalam kuesioner tersebut. Data yang dihasilkan dapat berasal dari daftar isi yang harus diisi dan diberikan kepada subyek penelitian ini.

3. Pengendalian Variabel Penelitian

Berdasarkan pengendalian variabel penelitian, penelitian ini termasuk ke dalam kategori *ex post facto design* karena di dalam penelitian ini peneliti tidak dapat mengontrol variabel-variabel yang diteliti melainkan hanya melakukan pengamatan saja.

4. Tujuan Penelitian

Berdasarkan tujuan penelitian, penelitian ini bertujuan untuk menjelaskan hubungan antara variabel. Peneliti bermaksud untuk menguji apakah terdapat hubungan antara variabel-variabel yang akan diteliti yaitu apakah terdapat pengaruh citra merk, harga, kualitas produk terhadap loyalitas konsumen toko ritel miniso di Mall of Indonesia.

5. Dimensi Waktu

Penelitian ini menggunakan *cross-sectional*, yaitu studi yang dilakukan satu kali dan menyajikan potret satu kejadian dalam satu waktu. Penelitian ini mirip dengan

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



kegiatan memotret suatu objek. Jadi fakta yang dapat digambarkan merupakan kegiatan pada saat tertentu.

6. Ruang Lingkup Penelitian

Penelitian ini menggunakan studi statistik dimana hipotesis dalam penelitian ini akan diuji secara kuantitatif dengan menggunakan uji statistik. Studi ini berusaha untuk menangkap karakteristik populasi dengan membuat kesimpulan dari karakteristik sampel. Generalisasi tentang temuan penelitian disajikan berdasarkan representasi sampel dan validitas desain.

7. Lingkupan Penelitian

Penelitian ini tergolong sebagai penelitian lapangan (*field study*), dimana subjek dan objek penelitian berada dalam lingkungan aktual. Dimana penelitian dilakukan berdasarkan pada kondisi lapangan.

C. Variabel Penelitian

Dalam penelitian ini terdapat variabel penelitian yang digunakan adalah Kualitas Produk Miniso di Mall Of Indonesia, Kualitas Layanan Miniso di Mall Of Indonesia, Kepuasan Konsumen Miniso di Mall Of Indonesia dan Loyalitas Konsumen Miniso di Mall Of Indonesia.

1. Variabel Independen



Menurut Sekaran dan Bougie (2017a:79) variabel independen adalah variable bebas yang memengaruhi variabel terikat yang dapat memengaruhi baik secara positif maupun secara negatif. Dalam penelitian ini variabel independen yang digunakan adalah Kualitas Produk Miniso di Mall Of Indonesia dan Kualitas Layanan Miniso di Mall Of Indonesia.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

2. Variabel Dependen

Menurut Sekaran dan Bougie (2017a:77) variabel dependen merupakan variabel yang menjadi perhatian utama peneliti. Dalam penelitian ini variabel dependen yang digunakan adalah Loyalitas Konsumen Miniso di Mall Of Indonesia.

3. Variabel *Intervening*

Menurut Sekaran dan Bougie (2017a:84) variabel *intervening* adalah variabel yang muncul antara di saat variabel bebas mulai memengaruhi variabel terikat, dan saat pengaruh variabel bebas terasa pada variabel terikat. Dalam penelitian ini variabel *intervening* yang digunakan adalah Kepuasan Konsumen Miniso di Mall Of Indonesia.

4. Definisi Operasional Variabel

Menurut Sekaran dan Bougie (2017b:12-13) operasionalisasi dalam penelitian diperlukan untuk mengukur konsep – konsep yang abstrak dan subjektif. operasionalisasi konsep adalah pengurangan konsep dari tingkat abstraksinya dengan menguraikannya menjadi dimensi dan elemen sehingga dapat diukur. Dalam penelitian ini variabel – variabel yang digunakan adalah sebagai berikut :

a. Variabel Independen (variabel yang memengaruhi)

1. Kualitas Produk



Menurut Kotler (2016:203) ada beberapa dimensi yang digunakan perusahaan untuk membedakan produknya dengan produk perusahaan lain.

Dalam hal ini ada 9 dimensinya untuk mengukur kualitas produk, yaitu :

a. Bentuk

Produk harus dapat dibedakan dengan jelas dengan produk lainnya berdasarkan bentuk, ukuran, atau struktur fisik produk.

b. Ciri – ciri produk

Pelengkap atau karakteristik sekunder yang dapat digunakan dan berguna untuk menambah fungsi dasar yang berkaitan dengan pilihan – pilihan produk dan pengembangannya

c. Kinerja

Berhubungan dengan aspek fungsional suatu barang dan merupakan karakteristik utama yang menjadi dasar dalam pertimbangan pelanggan dalam membeli barang tersebut

d. Ketepatan atau Kesesuaian

Berhubungan dengan tingkat kesesuaian spesifikasi yang ditetapkan sebelumnya berdasarkan keinginan pelanggan. Kesesuaian disini merupakan refleksi dari derajat ketepatan antara karakteristik desain produk dengan karakteristik kualitas standar yang telah ditetapkan

e. Daya Tahan

Berhubungan dengan jangka waktu suatu produk dapat digunakan tanpa menimbulkan masalah pada saat penggunaan

© 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.



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

f. Keandalan

Berhubungan dengan probabilitas atau kemungkinan dari barang tersebut dapat berhasil menjalankan fungsinya setiap kali digunakan dalam kondisi tertentu dan periode waktu tertentu

g. Kemudahan Perbaikan

Berhubungan dengan kemudahan dalam perbaikan produk jika produk tersebut rusak. Idealnya produk akan mudah diperbaiki sendiri oleh pengguna jika rusak

h. Gaya

Penampilan dari produk dan kesan konsumen terhadap produk

i. Desain

Keseluruhan keistimewaan produk yang akan mempengaruhi baik dari segi penampilan maupun fungsi produk terhadap keinginan konsumen

Dari dimensi - dimensi di atas peneliti membatasi dimensi – dimensi kualitas produk yaitu Ciri – Ciri Produk, Kinerja, Daya Tahan dan Desain

Tabel 3.1

Dimensi dan Indikator Kualitas Produk

Varabel	Dimensi	Indikator	Interval
---------	---------	-----------	----------



<p>© Hak cipta milik IBI KGG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie) Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang</p>	Ciri – Ciri Produk	Produk yang dijual di Miniso sangat bervariasi sesuai dengan kebutuhan konsumen	Interval
	Ketepatan atau Kesesuaian	Produk yang dijual di Miniso memiliki spesifikasi sesuai dengan harapan	Interval
	Daya Tahan	Produk yang dijual di Miniso berkualitas baik sehingga jarang rusak	Interval
	Desain	Produk yang dijual di Miniso memiliki desain unik sehingga menarik dimata konsumen	Interval

Kualitas Produk

2. Kualitas Layanan

Menurut Fandy Tjiptono (2014:282) terdapat 5 (lima) dimensi untuk mengukur kualitas pelayanan adalah sebagai berikut :

- (f) Dimensi Tampilan fisik (*Tangible*) merupakan sesuatu yang diberi oleh perusahaan kepada konsumen meliputi fasilitas fisik, perlengkapan pegawai, dan sarana komunikasi.
- (g) Dimensi Keandalan (*Reliability*) merupakan sesuatu yang diberi oleh perusahaan dalam bentuk kemampuan memberikan layanan yang dijanjikan dengan segera (kecepatan), keakuratan dan memuaskan.

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 IBIKGG.

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



- (h) Dimensi Daya Tanggap (*Responsiveness*) merupakan sesuatu yang diberi oleh perusahaan dalam bentuk keinginan para staff untuk membantu para konsumen dan dapat memberikan pelayanan dengan tanggap.
- (i) Dimensi Jaminan (*Assurance*) sesuatu yang diberi oleh perusahaan meliputi pengetahuan, kemampuan, kesopanan, dan sifat dipercaya yang dimiliki para staff, bebas dari bahaya, resiko atau keragu-raguan.
- (j) Dimensi Empati (*Emphaty*) merupakan sesuatu yang meliputi kemudahan dalam melakukan hubungan, komunikasi yang baik, perhatian pribadi, dan memahami kebutuhan para konsumen.

Tabel 3.2

Dimensi dan Indikator Kualitas Layanan

Variabel	Dimensi	Indikator	Skala
Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie	Dimensi Tampilan Fisik (<i>Tangible</i>)	Karyawan Miniso selalu berpenampilan rapi dan menarik.	Interval
	Dimensi Keandalan (<i>Reliability</i>)	1. Karyawan Miniso selalu memberikan layanan yang baik 2. Karyawan Miniso selalu memberikan informasi yang akurat dalam menjelaskan produk	Interval
	Dimensi Daya Tanggap (<i>Responsiveness</i>)	1. Karyawan Miniso selalu memberikan respon yang cepat 2. Karyawan Miniso selalu tepat dalam menanggapi kebutuhan konsumen	Interval

© 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.



© Hak cipta milik IBI KKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie) Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang	Dimensi Jaminan (<i>Assurance</i>)	Karyawan Miniso dapat dipercaya dalam melayani konsumen	Interval
	Dimensi Empati (<i>Emphaty</i>)	Karyawan Miniso sudah baik dalam menangani kritik dan saran dari konsumen	Interval

b. Variabel *Intervening* (variabel yang menjadi perantara)

(1) Kepuasan Konsumen

Berdasarkan Freddy Rangkuti (2003: 30) ada beberapa faktor yang menjadi indikator dalam membenkan kepuasan pelanggan adalah:

4. Kinerja Pelayanan (*Service Performance*)

Kualitas layanan merupakan ukuran dari seberapa baik tingkat layanan yang telah diberikan mampu memenuhi ekspektasi pelanggan. Berdasarkan definisi ini, kualitas layanan dapay diwujudkan melalui pemenuhan kebutuhan dan keinginan pelanggan serta ketepatan penyampaian untuk mengimbangi harapan pelanggan. Jika layanan sesuai dengan harapan atau ekspektasi pelanggan, makan pelanggan akan puas, sebaliknya jika layanan tidak sesuai dengan harapan atau ekspektasi pelanggan maka konsumen tidak puas.

5. Kualitas produk



Konsep dasar produk adalah segala sesuatu yang memiliki nilai dan ditawarkan ke pasar untuk dapat memenuhi keinginan atau kebutuhan. Kualitas produk yang diberikan bersama - sama dengan pelayanan akan mempengaruhi persepsi konsumen terhadap pelayanan yang ia terima. Semakin tinggi kualitas produk, semakin tinggi juga kepuasan konsumen terhadap pelayanan yang telah diterima. Sebaliknya semakin rendah kualitas produk akan merusak kepuasan konsumen secara keseluruhan.

6. Harga

Harga merupakan segala bentuk biaya moneter yang dikorbankan oleh konsumen untuk memperoleh, memiliki, memanfaatkan sejumlah kombinasi dari barang beserta pelayanan dari suatu produk. Bagi perusahaan penetapan harga merupakan cara untuk membedakan penawarannya dari para pesaing. Ada kecenderungan bagi konsumen untuk menggunakan harga sebagai dasar menduga kualitas barang. Maka konsumen biasanya cenderung berasumsi bahwa harga yang lebih tinggi mewakili kualitas yang tinggi.

Tabel 3.3

Dimensi dan Indikator Kepuasan Konsumen

Variabel	Dimensi	Indikator	Skala
	Kinerja Pelayanan	1. Layanan yang diberikan oleh karyawan Miniso sangat baik sehingga konsumen puas 2. Karyawan di Miniso selalu memudahkan konsumen sehingga konsumen puas	Interval

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) Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang	Kualitas Produk	Produk yang dijual di Miniso memiliki kualitas yang sangat baik sehingga konsumen puas	Interval
	Harga	1. Produk yang dijual di Miniso memiliki harga yang sesuai dengan kualitas layanan sehingga konsumen puas 2. Produk yang dijual di Miniso memiliki harga yang sesuai dengan kualitas produk yang diterima oleh konsumen sehingga konsumen puas	Interval

Variabel Dependen (variabel yang dipengaruhi)

(1) Loyalitas Konsumen

Menurut Griffin (2010) dalam (Husein Umar 2014) menyebutkan ada empat karakteristik untuk mengukur pelanggan yang loyal, yaitu:

- a. Melakukan pembelian secara teratur dan berulang (*Makes regular repeat purchases*),
- b. Membeli produk lain di luar lini produk/jasa (*Purchases across product and services lines*)
- c. Merekomendasikan produk kepada orang lain (*Refers other*)
- d. Menunjukkan kekebalan dari daya tarik produk sejenis dari pesaing atau menunjukkan ketidak tertarikannya kepada produk perusahaan lain (*Demonstrates an immunity to the full of the competition*).



Tabel 3.4

Dimensi dan Indikator Loyalitas Konsumen

Variabel	Dimensi	Indikator	Skala
Loyalitas	Melakukan pembelian secara teratur dan berulang	Anda akan melakukan pembelian secara berulang di Miniso	Interval
	Membeli produk lain di luar lini produk/jasa	Anda akan membeli berbagai macam produk lain yang dijual di Miniso	Interval
	Merekomendasikan produk kepada orang lain	Anda akan merekomendasikan orang lain untuk melakukan transaksi di Miniso	Interval
	Menunjukkan kekebalan dari daya tarik produk sejenis dari pesaing atau menunjukkan ketidak tertarikannya kepada produk perusahaan lain	Anda akan tetap berbelanja di Miniso meskipun toko ritel lain menawarkan harga yang menarik	Interval

D. Teknik Pengambilan Sampel

1. Penentuan Populasi

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.



Populasi yang dipilih dalam penelitian ini adalah pengunjung atau orang yang pernah membeli produk di toko ritel Miniso di Mall of Indonesia dalam waktu 6 bulan terakhir.

2. Penentuan Sampel

Sampel adalah sebagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi tersebut, ataupun bagian kecil dari anggota populasi yang diambil menurut prosedur tertentu sehingga dapat mewakili populasinya. Peneliti akan menggunakan metode Non Probability Sampling yaitu teknik pengumpulan sampel yang tidak memberi peluang atau kesempatan yang sama bagi setiap unsur atau anggota populasi untuk dipilih menjadi sampel. Hal ini dikarenakan tidak diketahui secara pasti berapa jumlah pengunjung toko ritel Miniso di Mall of Indonesia, Kelapa Gading., Jakarta Utara. Sedangkan cara pengambilan sampel yang digunakan adalah menggunakan Judgement Sampling (Purposive Sampling) yaitu teknik pengambilan sampel yang dilakukan berdasarkan karakteristik yang ditetapkan terhadap elemen populasi target yang disesuaikan dengan tujuan atau masalah penelitian. Dalam penelitian ini syarat responden yang dipilih hanya responden yang dalam jangka waktu enam bulan terakhir yang pernah berbelanja di Miniso Mall of Indonesia. Jumlah responden yang diambil adalah sebanyak 100 responden yang merupakan konsumen Miniso di Mall of Indonesia.

E. Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini adalah *survey* yang dikelola dengan menggunakan kuesioner. Kuesioner merupakan teknik pengumpulan data dengan cara komunikasi secara langsung dengan memberi

© 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.



beberapa pertanyaan tertulis pada responden yang untuk dijawab. Kuesioner diberikan kepada responden yang pernah berbelanja di toko ritel Miniso di Mall of Indonesia, Kelapa Gading. Peneliti juga menggunakan komunikasi secara tidak langsung dengan bantuan googleform yang disebarakan melalui media sosial. Sekaran dan Bougie (2017b:30) Skala Likert didesain untuk menelaah seberapa kuat subjek setuju atau tidak setuju dengan pernyataan pada skala lima titik :

Sangat Tidak Setuju	Tidak Setuju	Cukup Setuju	Setuju	Sangat Setuju
1	2	3	4	5

F. Teknik Analisis Data

Dalam melakukan penelitian ini, ada beberapa teknik analisis data yang dapat digunakan oleh peneliti dalam menganalisis data, yaitu sebagai berikut :

1. Uji Kuesioner

a. Uji Validitas

Menurut Imam Ghazali (2016:52-53), uji validitas digunakan untuk mengukur sah atau valid tidaknya suatu kuesioner. Suatu kuesioner dikatakan valid jika pertanyaan pada kuesioner mampu untuk mengungkapkan sesuatu yang akan diukur oleh kuesioner tersebut. Validitas ingin mengukur apakah pertanyaan dalam kuesioner yang sudah kita buat betul-betul dapat mengukur apa yang hendak kita ukur.

Dalam penelitian ini akan digunakan rumus korelasi *Pearson Product*

Moment sebagai berikut:

$$r = \frac{n(\sum XY) - (\sum X \sum Y)}{\sqrt{[n \sum X^2 - (\sum X)^2][n \sum Y^2 - (\sum Y)^2]}}$$

Keterangan :

X = skor pertanyaan

Y = skor total

r = koefisien korelasi

n = jumlah responden

Jika koefisien korelasi (r) yang diperoleh \geq koefisien tabel r *Product Moment* atau *Corrected Item-Total Correlation* $> 0,361$ maka indikator tersebut dinyatakan valid.

b. Uji Reliabilitas

Menurut Imam Ghozali (2016:47-48), reliabilitas adalah alat untuk mengukur suatu kuesioner yang merupakan indikator dari variabel atau konstruk. Suatu kuesioner dikatakan reliabel atau handal jika jawaban seseorang terhadap pernyataan adalah konsisten atau stabil dari waktu ke waktu.

Pengukuran reliabilitas dapat dilakukan dengan dua cara, yaitu:

- (1) *Repeated Measure* atau pengukuran ulang : seseorang akan disodori pertanyaan yang sama pada waktu yang berbeda, dan kemudian dilihat apakah ia tetap konsisten dengan jawabannya.



(2) *One Shot* atau pengukuran sekali saja : pengukurannya hanya sekali dan kemudian hasilnya dibandingkan dengan pertanyaan lain atau mengukur korelasi antar jawaban pertanyaan. Suatu konstruk atau variabel dikatakan reliabel jika memberikan nilai *Cronbach's Alpha* $> 0,70$.

Perhitungan reliabilitas dapat ditulis sebagai berikut dengan menggunakan rumus *Cronbach's Alpha*:

$$r_{11} = \left[\frac{k}{k-1} \right] \left[1 - \frac{\sum \sigma_b^2}{\sigma_t^2} \right]$$

Keterangan :

r_{11} = reliabilitas instrumen

K = jumlah butir dalam skala pengukuran

$\sum \sigma_b^2$ = ragam (*variance*) butir

σ_b^2 = ragam (*variance*) dari skor total

Jika nilai *Alpha* $> 0,7$ artinya reliabilitas mencukupi (*sufficient reliability*), sementara jika *Alpha* $> 0,80$ ini mensugestikan seluruh item reliabel

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.



dan seluruh tes secara konsisten memiliki reliabilitas yang kuat. Atau, ada pula yang memaknakanannya sebagai berikut:

Jika $Alpha > 0,90$ maka reliabilitas sempurna. Jika $Alpha$ antara $0,70 - 0,90$ maka reliabilitas tinggi. Jika $Alpha$ $0,50 - 0,70$ maka reliabilitas moderat. Jika $Alpha < 0,50$ maka reliabilitas rendah. Jika $Alpha$ rendah, kemungkinan satu atau beberapa item tidak reliabel.

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

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

2. Analisis Deskriptif

a. Rata-Rata Tertimbang

Skor rata-rata menurut Ferdinand (2014:230), “Statistik ini digunakan untuk menggambarkan rata-rata nilai dari sebuah variabel yang diteliti pada sekelompok responden tertentu”. Dalam perhitungan skor rata-rata ini lebih dikehendaki bila rata-rata tersebut dihasilkan dengan standar deviasi yang kecil.

Cara menghitung skor adalah dengan menggunakan seluruh perkalian antara frekuensi dengan nilai skor masing-masing dibagi dengan jumlah total frekuensi

$$\bar{X} = \frac{\sum fi \cdot xi}{\sum fi}$$

Keterangan:

\bar{X} = rata-rata skor

fi = frekuensi pengamatan

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.

xi = skor atau bobot nilai 1-2-3-4-5

b. Rentang Skala

Teknik analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah skala *Likert*. Menurut Cooper dan Schindler (2014:278), skala Likert merupakan penjumlahan skala penilaian terdiri dari pernyataan yang menyatakan sikap yang menyenangkan atau yang tidak menyenangkan terhadap objek yang diminati. Peserta diminta untuk setuju atau tidak setuju dengan setiap pernyataan. Skala ini menghasilkan data interval.

Skala yang digunakan terdiri dari angka yang dimulai dari angka 1 sampai dengan 5, dimana angka 1 menunjukkan nilai terendah dan angka 5 menunjukkan angka tertinggi.

Skor nilai yang diberikan untuk setiap jawaban dalam kuesioner adalah sebagai berikut:

1 = Sangat Tidak Setuju

2 = Tidak Setuju

3 = Netral

4 = Setuju

5 = Sangat Setuju

Untuk menghitung rata-rata nilai responden, membentuk kelas dari *range* tersebut, dan mengetahui pertanyaan-pertanyaan berdasarkan kelasnya masing-masing.



$$Range = \frac{m - n}{b}$$

Keterangan:

m = skor nilai tertinggi

n = skor nilai terendah

b = banyaknya kategori

Dengan peringkat jawaban tertinggi adalah 5 dan terendah adalah 1, dengan jumlah kelas atau kategori adalah 5, maka dapat ditentukan rentang skalanya sebagai berikut:

$$R_5 = \frac{5 - 1}{5} = 0,8$$

Sehingga posisi keputusan menjadi sebagai berikut:

STS	TS	CS	S	SS
-----	----	----	---	----

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

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie



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

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.

--	--	--	--	--	--

1,00 1,80 2,60 3,40 4,20 5,00

Interpretasi angka-angkanya adalah sebagai berikut:

1,00-1,80 = Sangat Tidak Setuju (STS)

1,81-2,60 = Tidak Setuju (TS)

2,61-3,40 = Netral (N)

3,41-4,20 = Setuju (S)

4,21-5,00 = Sangat Setuju (SS)

c. Analisis Persentase



Analisis persentase digunakan untuk mengetahui karakteristik dari responden yang tertulis dalam profil responden pada kuesioner. Profil responden yang terdapat dalam kuesioner penulis adalah jenis kelamin, usia dan pekerjaan.

Rumus yang digunakan untuk menghitung persentase adalah sebagai berikut:

$$P_j = \frac{X_j}{N} \times 100\%$$

Keterangan :

P_j = persentase dari responden yang memiliki kategori tertentu

X_j = banyak responden yang menjawab satu jenis jawaban tertentu

N = jumlah total responden

© 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.



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.

H_0 : data residual berdistribusi normal

H_a : data residual tidak berdistribusi normal

Dengan signifikan ($\alpha = 5\%$), dasar pengambilan keputusan:

- (1) Jika $p\text{-value} > \alpha$ (0,05) data dikatakan berdistribusi normal
- (2) Jika $p\text{-value} < \alpha$ (0,05) data dikatakan tidak berdistribusi normal

b) Uji Multikolonieritas

Menurut Ghozali (2016:103), uji multikolonieritas bertujuan untuk menguji apakah model regresi ditemukan adanya korelasi antar variabel bebas (independen). Model regresi yang baik seharusnya tidak terjadi korelasi di antara variabel independen. Jika variabel independen saling berkorelasi, maka variabel-variabel ini tidak orthogonal (variabel independen yang nilai korelasi antar sesama variabel independen sama dengan nol).

Hipotesis yang terbentuk:

H_0 : tidak terdapat multikolonieritas

H_a : terdapat multikolonieritas

Pengambilan keputusan :

- (1) Jika *Variance Inflation Factor* (VIF) < 10 dan *Tolerance* $> 0,1$ tidak terdapat multikolonieritas

(2) Jika *Variance Inflation Factor* (VIF) > 10 dan *Tolerance* < 0,1 terdapat multikolonieritas.

c) Uji Heteroskedastisitas

Menurut Ghozali (2016:134), tujuan uji ini adalah untuk menguji apakah dalam model regresi terjadi ketidaksamaan variance dari residual satu pengamatan ke pengamatan yang lain. Jika variance dari residual satu pengamatan ke pengamatan lain tetap, maka disebut Homoskedastisitas. Model regresi yang baik adalah yang Homoskedastisitas atau tidak terjadi Heteroskedastisitas

Ho : tidak terdapat heteroskedastisitas

Ha : terdapat heteroskedastisitas

4. Analisis Regresi Linier Berganda

Menurut Imam Ghozali (2016:94), dalam analisis regresi, selain mengukur kekuatan hubungan antara dua variabel atau lebih, juga menunjukkan arah hubungan antara variabel dependen dengan variabel independen.

Menurut Sekaran dan Bougie (2017:139), analisis regresi berganda menggunakan lebih dari satu variabel bebas untuk menjelaskan varians dalam variabel terikat. Analisis regresi berganda memberikan mean penilaian secara objektif pada tingkat dan ciri-ciri hubungan antara variabel bebas dan variabel



terikat: koefisien regresi secara relatif menunjukkan pentingnya setiap variabel bebas dalam prediksi variabel terikat.

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

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

Berikut adalah persamaan regresi berganda:

$$Y = \beta_0 + \beta_1 X_1 + \beta_2 X_2 + e$$

Keterangan :

Y = variabel terikat

X = variabel bebas

β_0 = konstanta

β_1 = koefisien regresi variabel X_1

β_2 = koefisien regresi variabel X_2

e = error

5. Uji Keberartian Model (Uji F)

Pada uji F dapat dilihat signifikansi model regresi, apakah model regresi penelitian layak atau tidak untuk digunakan. Dalam analisisnya menggunakan hipotesis statistik sebagai berikut:

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

$$H_a : \text{tidak semua } \beta_i = 0$$

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.



Dasar pengambilan keputusannya adalah dengan kriteria pengambilan keputusan melalui perbandingan nilai F hasil dengan nilai F tabel sebagai berikut:

- (a) Apabila $F_{hitung} > F_{tabel}$, maka H_0 ditolak dan H_a diterima
- (b) Apabila $F_{hitung} < F_{tabel}$, maka H_0 diterima dan H_a ditolak

6. Uji Signifikan Koefisien (Uji t)

Uji statistik t menunjukkan seberapa jauh pengaruh satu variabel penjelas/independent secara individual dalam menerangkan variabel-variabel dependen. Hipotesis nol (H_0) yang hendak diuji adalah apakah suatu parameter (bi) sama dengan nol, atau:

$$H_0 : b_i = 0$$

Artinya apakah suatu variabel independent bukan merupakan penjelas yang signifikan terhadap variabel dependen. Hipotesis alternatifnya (H_a) parameter suatu variabel tidak sama dengan nol, atau:

$$H_a : b_i \neq 0$$

Artinya, variabel tersebut merupakan penjelas yang signifikan terhadap variabel dependen.

Hasil uji t dapat dilihat pada tabel *Coefficients* pada kolom sig (*significance*).

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.



- (a) Apabila $t \text{ hitung} > t \text{ tabel}$ dan tingkat signifikansi $< \alpha (0,05)$, maka H_0 ditolak dan H_a diterima. Hal ini berarti variabel independen secara individual berpengaruh terhadap variabel dependen.
- (b) Apabila $t \text{ hitung} < t \text{ tabel}$ dan tingkat signifikansi $< \alpha (0,05)$, maka H_0 diterima dan H_a ditolak. Hal ini berarti variabel independen secara individual tidak berpengaruh terhadap variabel dependen.

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

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie

7. Koefisien Determinasi (R^2)

Menurut Ghazali (2016:95), koefisien determinasi pada intinya mengukur seberapa jauh kemampuan model dalam menerangkan variasi variabel dependen. Nilai koefisien determinasi adalah antara nol dan satu. Nilai R^2 yang kecil berarti kemampuan variabel-variabel independen dalam menjelaskan variasi variabel dependen amat terbatas. Nilai yang mendekati satu berarti variabel-variabel independen memberikan hampir semua informasi yang dibutuhkan untuk memprediksi variabel dependen.

$R^2 = 0$, artinya variabel independen (X) tidak memiliki kemampuan untuk menjelaskan variabel dependen (Y).

$R^2 = 1$, artinya variabel independen (X) secara sepenuhnya memiliki kemampuan untuk menjelaskan variabel dependen (Y).

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.