

BAB III

METODE PENELITIAN

A. Objek Penelitian

Dalam penelitian ini, objek yang diteliti adalah produk Pizza Hut dari PT Srimelati Kencana Tbk. Yang dijadikan sebagai subjek penelitian adalah konsumen yang pernah membeli dan dan mengonsumsi produk Pizza Hut.

B. Desain Penelitian

Menurut Donald R. Cooper dan Pamela S. Schindler (2014: 126), desain penelitian diklasifikasikan dengan delapan perspektif, yaitu :

1. Tingkat Perumusan Masalah

Berdasarkan tingkat perumusan masalahnya, maka studi yang digunakan dalam penelitian ini adalah studi formal. Studi formal dimulai dengan hipotesis pertanyaan penelitian dan melibatkan prosedur yang tepat serta spesifikasi sumber data.

2. Metode Pengumpulan Data

Berdasarkan metode pengumpulan data, penelitian ini menggunakan studi komunikasi dimana peneliti menggunakan alat bantu yaitu kuesioner.

3. Kontrol Peneliti Terhadap Variabel

Dalam penelitian ini, penulis menggunakan desain *ex post facto* yang mana peneliti tidak memiliki control terhadap variabel-variabel, dalam arti memanipulasinya.



4. Tujuan Studi

Penelitian ini memiliki tujuan kausal. Dalam studi kausal, peneliti berusaha untuk menjelaskan hubungan antar variabel, yaitu bagaimana pengaruh kualitas produk, kualitas layanan dan kepuasan pelanggan terhadap loyalitas pelanggan Pizza Hut.

5. Dimensi Waktu

Dilihat dari dimensi waktunya, penelitian ini menggunakan studi *cross-sectional*, dimana pengumpulan data hanya dilakukan satu kali dalam satu waktu.

6. Ruang Lingkup Topik Bahasan

Penelitian ini menggunakan studi statistik yang didesain untuk cakupan yang lebih luas dan bukan mendalam. Hipotesis dari penelitian ini diuji secara kuantitatif.

7. Lingkungan Penelitian

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

C. Variabel Penelitian

Dalam Penelitian ini, penulis menggunakan variable penelitian sebagai berikut:

1. Variabel kualitas produk dengan pengukurannya yang terdiri dari:

Tabel 3. 1 Operasionalisasi Variabel Kualitas Produk

Variabel	Dimensi	Indikator	Skala
Kualitas Produk	<i>Form</i> (bentuk)	a) Produk Pizza Hut memiliki ukuran yang sesuai dengan selera saya.	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.



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.

<i>Features</i> (fitur)	a) Produk Pizza Hut memiliki varian rasa. b) Produk Pizza Hut memberikan berbagai bahan pelengkap (seperti saus, lada, mayonnaise, dll) yang berkualitas.	Interval
<i>Performance Quality</i> (kualitas kinerja)	a) Produk Pizza Hut sudah bersertifikatifikasi halal dari Majelis Ulama Indonesia. b) Produk Pizza Hut sudah bersertifikatifikasi Standar Nasional Indonesia.	Interval
<i>Conformance Quality</i> (kesesuaian kualitas)	a) Ukuran produk Pizza Hut dari setiap variasi selalu konsisten. b) Rasa produk Pizza Hut selalu konsisten.	Interval
<i>Durability</i> (daya tahan)	a) Produk Pizza Hut dapat memiliki daya tahan cukup lama dibanding merek lain. b) Rasa produk Pizza Hut bertahan lama dibanding merek lain.	Interval
<i>Reliability</i> (keandalan)	a) Kemasan produk Pizza Hut dapat menjaga kualitas produk di dalamnya.	Interval
<i>Style</i> (gaya)	a) Produk Pizza Hut memiliki cita rasa yang khas. b) Produk Pizza Hut memiliki aroma yang khas.	Interval

2. Variabel kualitas layanan dengan pengukurannya yang terdiri dari:

Tabel 3. 2 Operasionalisasi Variabel Kualitas Layanan

Variabel	Dimensi	Indikator	Skala
Kualitas Layanan	Reliabilitas (<i>Reliability</i>)	a) Pizza Hut memiliki layanan ketepatan waktu yang baik. b) Pizza Hut selalu menjaga higienitas dalam penyajian produk.	Interval



© Hak cipta milik IBI KKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie) Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang	Daya tanggap (<i>Responsiveness</i>)	a) Karyawan Pizza Hut selalu tanggap dalam melayani kebutuhan pelanggan b) Pizza Hut senantiasa memberikan informasi terkait hal-hal yang dibutuhkan pelanggan.	Interval
	Jaminan (<i>Assurance</i>)	a) Pizza Hut memiliki sertifikat jaminan yang memberikan rasa aman kepada para pelanggan. b) Karyawan Pizza Hut dapat dipercaya dalam menangani masalah yang dihadapi pelanggan.	Interval

3. Variabel kepuasan pelanggan dengan pengukurannya yang terdiri dari:

Tabel 3. 3 Operasionalisasi Variabel Kepuasan Pelanggan

Variabel	Dimensi	Indikator	Skala
Kepuasan Pelanggan	Pelanggan yang sangat puas umumnya tetap loyal lebih lama	a) Anda merasa puas dengan produk Pizza Hut akan bertahan pada Pizza Hut.	Interval
	Membeli lebih banyak karena perusahaan memperkenalkan produk baru dan yang ditingkatkan	a) Anda senantiasa membeli produk Pizza Hut meskipun ada pizza lainnya.	Interval
	Berbicara dengan baik kepada orang lain tentang perusahaan dan produknya	a) Anda meyakinkan orang-orang bahwa produk Pizza Hut lebih unggul dibandingkan produk lain.	Interval
	Kurang memperhatikan merek yang bersaing dan kurang sensitive terhadap harga	a) Anda tetap membeli Pizza Hut meskipun harganya naik.	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 mengumumkannya dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.



<p>C Hak cipta milik IBI KKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)</p> <p>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.</p>	<p>Menawarkan ide produk atau layanan kepada perusahaan, dan biaya yang lebih murah untuk melayani daripada pelanggan baru</p>	<p>a) Anda memberikan ide kepada pihak Pizza Hut demi kebaikan perusahaan.</p>	<p>Interval</p>
--	--	--	-----------------

4. Variabel loyalitas pelanggan dengan pengukurannya yang terdiri dari:

Tabel 3. 4 Operasionalisasi Variabel Loyalitas Pelanggan

Variabel	Dimensi	Indikator	Skala
<p>Loyalitas Pelanggan</p>	<p>Melakukan pembelian ulang</p>	<p>a) Anda akan melakukan pembelian kembali produk Pizza Hut.</p>	<p>Interval</p>
	<p>Pmbelian antar lini produk dan jasa</p>	<p>a) Anda selalu membeli antar lini produk Pizza Hut.</p>	<p>Interval</p>
	<p>Merefrensikan kepada orang lain</p>	<p>a) Anda merekomendasikan Pizza Hut kepada teman atau keluarga.</p>	<p>Interval</p>
	<p>Menunjukkan kekebalan terhadap tawaran pesaing.</p>	<p>a) Anda tetap bertahan pada Pizza Hut meskipun pesaing memberikan tawaran yang lebih menarik. b) Pizza Hut tetap menjadi pilihan utama saya meskipun merek lain menawarkan produk pizza lainnya yang lebih murah. c) Saya akan setia pada produk Pizza Hut apabila Pizza Hut sedang tidak tersedia.</p>	<p>Interval</p>

D. Teknik Pengambilan Sampel

Populasi penelitian menggunakan teknik *non-probability sampling* dengan pendekatan *judgement sampling*. Dalam penelitian ini, responden yang dipilih adalah konsumen yang pernah membeli dan mengonsumsi produk Pizza Hut sebanyak tiga kali dalam enam bulan terakhir.



E. Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data yang digunakan didalam penelitian ini adalah teknik komunikasi dengan cara menyebarkan kuesioner kepada 150 responden Pizza Hut yang pernah membeli dan mengonsumsi produk Pizza Hut. Adapun yang digunakan pada kuesioner adalah skala likert dengan kriteria sebagai berikut:

- STS = Sangat Tidak Setuju
- TS = Tidak Setuju
- S = Cukup Setuju
- SS = Setuju
- SSS = Sangat Setuju

F. Teknik Analisis Data

Setelah melakukan pengumpulan data melalui kuesioner, data harus diolah agar dapat berguna bagi penelitian. Peneliti menggunakan software SPSS. Teknik analisis yang digunakan peneliti di dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Uji Kuesioner

a. Uji Validitas

Menurut Duwi Priyatno (2016:143), validitas merupakan suatu uji yang digunakan untuk mengetahui seberapa cermat suatu instrument atau item-item dalam mengukur apa yang ingin diukur. Item kuesioner yang tidak valid berarti tidak dapat mengukur apa yang ingin diukur sehingga hasil yang didapatkan tidak dapat dipercaya, sehingga item yang tidak valid harus dibuang atau diperaiki. Sedangkan suatu kuesioner dikatakan valid jika pertanyaan pada kuesioner mampu untuk mengungkapkan sesuatu yang akan diukur oleh kuesioner tersebut. Dasar pengambilan keputusan dalam uji validitas yaitu:

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.

Copyright IBI KKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)



- 1) Jika nilai r hitung $>$ r tabel (0.361), maka item pertanyaan atau pernyataan dalam angket berkorelasi signifikan terhadap skor total (hasil valid)
- 2) Jika nilai r hitung $<$ r tabel (0.361), maka item pertanyaan atau pernyataan dalam angket tidak berkorelasi signifikan terhadap skor total (hasil tidak valid)

Rumus yang digunakan yaitu Bivariate Pearson (korelasi produk moment), analisis ini dilakukan dengan mengkorelasikan masing-masing skor item dengan skor total.

Rumus Validitas:

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

Keterangan:

r_{xy} : Koefisien korelasi antara variable x dan y

N: Jumlah responden

$\sum X$: Jumlah skor butir soal

$\sum Y$: Jumlah skor total soal

$\sum X^2$: Jumlah skor kuadrat butir soal

$\sum Y^2$: Jumlah skor total kuadrat butir soal

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

Hak cipta milik IBI KKI (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.

Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie



b. Uji Reliabilitas

Menurut Duwi Priyatno (2016:154), uji reliabilitas digunakan untuk menguji konsistensi alat ukur, apakah hasilnya tetap konsisten atau tidak jika pengukuran diulang. Suatu kuesioner dikatakan reliabel atau handal jika jawaban seseorang terhadap pernyataan adalah konsisten atau stabil dari waktu ke waktu. Jawaban responden terhadap pertanyaan ini dikatakan reliabel jika masing masing pertanyaan dijawab secara konsisten atau jawaban tidak boleh acak karena masing-masing pertanyaan hendak mengukur hal yang sama. Jika jawaban terhadap indicator ini acak, maka dapat dikatakan bahwa tidak reliable. Pengukuran reliabilitas dapat dilakukan dengan *One Shot* atau pengukuran sekali saja. Disini pengukurannya hanya sekali dan kemudian hasilnya dibandingkan dengan pertanyaan lain atau mengukur korelasi antar jawaban pertanyaan.

Alat untuk mengukur reliabilitas adalah *Cronbach Alpha*. Suatu variable dikatakan reliabel, apabila: Hasil $\alpha > 0,60$ = reliabel dan Hasil $\alpha < 0,60$ = tidak reliabel.

Rumus Reliabilitas:

$$r_{ii} = \left[\frac{k}{k-1} \right] \left[1 - \frac{\sum \sigma^2}{\sigma^2} \right] \text{ dimana rumus } \sigma^2 = \frac{\sum X^2 - \frac{(\sum X)^2}{N}}{N}$$

r_{ii} = Reliabilitas instrument

k = Banyaknya butir pertanyaan

$\sum \sigma^2$ = Jumlah ragam dari seluruh pertanyaan

σ^2 = Varians total

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.



2. Analisis Deskriptif

Menurut Duwi Priyatno (2016:10), analisis deskriptif adalah analisis yang digunakan untuk menggambarkan tentang ringkasan data-data penelitian seperti rata-rata, median, modus, dan standar deviasi.

Analisis Deskriptif adalah analisis data dengan menggunakan statistik-statistik univariate seperti rata-rata, median, modus, standar deviasi, varians, dan lain-lain. Tujuan dari analisis deskriptif ini adalah untuk mengetahui gambaran atau penyebaran data sampel atau populasi. Misalnya, kita ingin mengetahui rata-rata umur responden, jenis kelamin, dan sebagainya.

a. Rata-Rata Tertimbang

Rumus yang digunakan adalah:

$$\bar{X} = \frac{\sum f_i x_i}{\sum f_i}$$

Keterangan:

f_i = Frekuensi

x_i = Bobot nilai

$\sum f_i$ = Jumlah responden

b. Rentang Skala

Data primer yang telah diperoleh dari kuesioner selanjutnya dikelompokkan ke dalam rentang skala untuk menentukan posisi nilai skor suatu variabel/ dimensi/ indikator. Dengan rumus sebagai berikut:

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



Keterangan:

Rs = Rentang skala

m = Jumlah kategori

Rentang Skala

Rentang Nilai	Keterangan			
	Kualitas Produk	Kualitas Layanan	Kepuasan Pelanggan	Loyalitas Pelanggan
1 – 1,8	Sangat Tidak Baik	Sangat Tidak Baik	Sangat Tidak Puas	Sangat Tidak Loyal
1,81 – 2,6	Tidak Baik	Tidak Baik	Tidak Puas	Tidak Loyal
2,61 – 3,4	Cukup Baik	Cukup Baik	Cukup Puas	Cukup Loyal
3,41 – 4,2	Baik	Baik	Puas	Loyal
4,21 – 5	Sangat Baik	Sangat Baik	Sangat Puas	Sangat Loyal

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

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

3. Analisis Regresi

Menurut Duwi Priyatno (2016:47), analisis regresi digunakan untuk mengetahui hubungan variabel independen terhadap variabel dependen dengan persamaan linier. Jika menggunakan satu variabel independen maka disebut analisis regresi linier sederhana, karena penelitian ini terdapat dua variabel independen maka regresi linier yang digunakan adalah regresi linier berganda.

Model persamaan regresi berganda adalah sebagai berikut:

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

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.



Dimana: Y = Loyalitas pelanggan β_0 = Konstanta

β_1 = Koefisien X_1 X_1 = Kualitas produk

β_2 = Koefisien X_2 X_2 = Kepuasan pelanggan

β_3 = Koefisien X_3 X_3 = Kualitas Layanan

ε = Error

Model persamaan regresi estimasi adalah sebagai berikut:

$$\hat{Y} = b_0 + b_1x_1 + b_2x_2 + b_3x_3$$

Dimana: \hat{Y} = Loyalitas pelanggan b_0 = Konstanta

b_1 = Koefisien X_1 x_1 = Kualitas produk

b_2 = Koefisien X_2 x_2 = Kepuasan pelanggan

b_3 = Koefisien X_3 x_3 = Kualitas Layanan

3.1 Uji Asumsi Klasik

Uji asumsi klasik adalah metode untuk menguji sebuah model/persamaan regresi yang akan diujikan dengan tujuan untuk mengetahui apakah model regresi berganda layak dipakai atas variabel-variabel yang digunakan dalam penelitian dan bebas dari adanya gejala heterokedastisitas, gejala multikolinearitas dan gejala autokorelasi. Pengujian asumsi klasik yang sering dilakukan yaitu uji normalitas, uji heteroskedasitas, dan uji otokorelasi.

a. Uji Normalitas

Menurut Duwi Priyatno (2016:118), uji normalitas dilakukan untuk mengetahui apakah dalam sebuah model regresi, nilai residual memiliki distribusi

© 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.



normal atau tidak. Nilai residual adalah selisih antara variabel Y dengan variabel X yang diprediksikan. Model regresi yang baik adalah memiliki nilai residual yang terdistribusikan normal sehingga data layak untuk diuji secara statistik. Uji normalitas dapat dilakukan dengan metode *One sample Kolomogrov Smirnov*. Metode pengambilan keputusan untuk uji normalitas yaitu jika signifikansi $> 0,05$ maka data residual berdistribusi secara normal. Sebaliknya, bila angka probabilitas $< 0,05$ maka data residual tidak berdistribusi secara normal.

b. Uji Heteroskedastisitas

Menurut Duwi Priyatno (2016:131), heteroskedastisitas adalah keadaan dimana terjadinya ketidaksamaan varian dari residual pada model regresi. Model regresi yang baik mensyaratkan tidak adanya masalah heteroskedastisitas. Untuk melakukan uji ini ada beberapa metode antara lain dengan cara uji Spearman's rho, uji Park, uji Glejser dan lainnya. Uji heteroskedastisitas dalam penelitian ini dilakukan dengan uji Spearman's rho. Jika angka probabilitas $< 0,05$ maka model regresi mengandung masalah heteroskedastisitas. Sebaliknya, bila angka probabilitas $> 0,05$ maka model regresi tidak mengandung masalah heteroskedastisitas.

c. Uji Multikolinieritas

Menurut Duwi Priyatno (2016:129), multikolinieritas adalah keadaan dimana antara dua variabel independen atau lebih pada model regresi terjadi hubungan linier yang sempurna atau mendekati sempurna. Model regresi yang baik mensyaratkan tidak adanya masalah multikolinieritas. Alat statistik yang sering dipergunakan untuk menguji gangguan multikolinieritas. Alat statistik yang sering dipergunakan untuk menguji gangguan multikolinieritas adalah dengan *VIF*

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



(*Variance Inflation Factor*) dan nilai *tolerance* pada tabel *coefficient*. Metode

pengambilan keputusan yaitu jika *tolerance* > 0,1 dan *VIF* < 10 maka tidak terjadi multikolinearitas.

d. Uji Otokorelasi

Menurut Duwi Priyatno (2016:139), otokorelasi adalah keadaan dimana terjadinya korelasi dari residual untuk pengamatan satu dengan pengamatan yang lain yang disusun menurut runtun waktu. Model regresi yang baik mensyaratkan tidak adanya masalah otokorelasi. Untuk mendeteksi keberadaan otokorelasi, uji yang sering digunakan ialah uji Durbin-Watson (uji DW) dan *Run Test*. Dalam penelitian ini menggunakan *Run Test*. Dasar pengambilan keputusan yaitu apabila nilai signifikansi kurang dari signifikansi 0,05 berarti hipotesis nol ditolak, sehingga dapat disimpulkan bahwa residual tidak *random* atau terjadi otokorelasi antar nilai residual. Tetap sebaliknya jika nilai *asym.sig* (2-tailed) > 0,05 maka tidak terdapat gejala autokorelasi.

3.2 Uji Kecocokan Model (Uji F)

Uji kecocokan model (Uji F) untuk pengujian hipotesis pertama. Uji ini digunakan untuk mengetahui apakah seluruh variabel bebasnya secara bersama-sama mempunyai pengaruh yang bermakna terhadap variabel terikat. Pengujian dilakukan dengan membandingkan nilai F_{Hitung} dengan F_{Tabel} pada derajat kesalahan 5% ($\alpha = 0,05$). Apabila nilai $F_{Hitung} <$ dari nilai F_{Tabel} , maka berarti variabel bebasnya secara bersama-sama memberikan pengaruh yang signifikan terhadap variabel terikat atau hipotesis pertama dinyatakan dapat diterima.

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.



3.3 Uji Besar Pengaruh dan Prediksi (Uji t)

Uji besar pengaruh dan prediksi (Uji t) adalah untuk mengetahui apakah pengaruh masing-masing variabel bebas terhadap variabel terikat apakah signifikan atau tidak. Pengujian dilakukan dengan membandingkan antara nilai t_{Hitung} masing-masing variabel bebas dengan nilai t_{Tabel} dengan derajat kesalahan 5% ($\alpha = 0.05$). Apabila nilai $t_{Hitung} < t_{Tabel}$, maka variabel bebasnya memberikan pengaruh signifikan terhadap variabel terikat.

© 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.