



BAB III

METODE PENELITIAN

Pada bab ini penulis akan membahas soal metode penelitian yang berisi tentang obyek penelitian, desain penelitian, variabel penelitian, teknik pengumpulan data, teknik pengambilan sampel, dan teknik analisis data. Untuk itu obyek penelitian merupakan gambaran singkat mengenai sesuatu yang diteliti secara padat dan informatif. Selanjutnya, desain penelitian adalah penelitian yang menjelaskan cara dan pendekatan penelitian yang akan digunakan. Kemudian yang akan dibahas adalah variabel penelitian, yaitu penjabaran mengenai masing-masing variabel serta definisi operasionalnya secara ringkas dan data apa saja yang dapat dipergunakan sebagai indikator dari variabel-variabel penelitian tersebut.

Dalam teknik pengumpulan data akan dibahas tentang penjabaran usaha bagaimana peneliti mengumpulkan data, menjelaskan data yang diperlukan dan bagaimana teknik pengumpulan data yang digunakan. Setelah itu, dibahas teknik pengambilan sampel, yaitu penjelasan mengenai teknik memilih anggota populasi menjadi anggota sampel. Kemudian pada bagian akhir, penulis membahas teknik analisis data yang berisi metode analisis yang digunakan untuk mengukur hasil penelitian, serta rumus-rumus statistik yang akan digunakan dalam perhitungan dan program komputer yang diperlukan dalam pengolahan data.

A. Objek Penelitian

Objek penelitian ini adalah produk sepatu Nike. Sedangkan subjek dari penelitian ini adalah mahasiswa aktif Kwik Kian Gie *School Of Business* angkatan 2016, 2017 dan 2018 yang sudah pernah membeli dan memakai produk sepatu Nike.

© Hak cipta milik IBIKKG (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. Desain Penelitian

Jenis penelitian yang digunakan peneliti dalam melakukan penelitian ini adalah jenis penelitian kuantitatif dengan desain penelitian kausal. Desain penelitian kausal digunakan untuk mengukur kuat hubungan dan pengaruh antar variable dalam penelitian (Husein Umar, 2019:49). Peneliti menggunakan desain penelitian kausal karena peneliti ingin mengukur kuat hubungan dan pengaruh antara variabel bebas, yaitu *brand image* dan *brand trust* dengan variabel terikat yaitu loyalitas pelanggan.

C. Variabel Penelitian

Dalam penelitian ini, terdapat tiga variabel yang akan diteliti yaitu *brand image*, *brand trust*, dan loyalitas pelanggan.

1. Variabel *Brand Image*

Brand image dapat disimpulkan sebagai persepsi dan pandangan konsumen terhadap suatu merek sehingga merek tersebut melekat dalam ingatan konsumen.

Tabel 3.1

Dimensi dan indikator *Brand Image*

| Variabel | Dimensi | Indikator | Skala |
|---|--|--|----------|
| <i>Brand Image</i> Firmansyah (2019) | <i>Favorability of Brand Association</i> | Produk sepatu Nike memiliki kualitas yang baik | Interval |
| | | Produk sepatu Nike memiliki model dan karakteristik yang sesuai dengan selera saya | Interval |

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.



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

| | | | |
|--------------------------------------|--|---|----------|
| Brand Image Firmansyah (2019) | <i>Favorability of Brand Association</i> | Produk sepatu Nike telah memberikan citra merek yang baik kepada konsumen | Interval |
| | <i>Strength of Brand Association</i> | Nike merupakan salah satu perusahaan yang telah memiliki reputasi terbaik dalam hal kualitas sepatu | Interval |
| | | Logo Nike mudah diingat | Interval |
| | | Merek Nike memiliki kepribadian yang unggul dibanding dengan pesaing | Interval |
| | | Saya merasa bangga ketika menggunakan produk sepatu Nike | Interval |
| | | Slogan "Just Do It" sangat identik dengan merek Nike | Interval |
| | <i>Uniqueness of Brand Association</i> | Merek Nike merupakan merek sepatu yang khas dengan logo <i>swoosh</i> (centang) yang ikonik | Interval |
| | | Produk sepatu Nike memiliki model yang unik dan khas | Interval |

2. Variabel Brand Trust

Pada penelitian ini, penulis juga meneliti variabel *brand trust*. Variabel ini sendiri dapat didefinisikan sebagai persepsi dan perasaan aman dari konsumen terhadap pengalaman positif yang dialaminya saat menggunakan suatu *brand* tertentu sehingga konsumen percaya dengan *brand* tersebut dan dapat mengandalkannya dalam jangka panjang.



Tabel 3.2

Dimensi dan indikator *Brand Trust*

| Variabel | Dimensi | Indikator | Skala |
|---|---------------------------------|---|----------|
| <i>Brand Trust Kustini dan Ika dalam Adiwidjaja dan Tarigan (2017)</i> | <i>Brand Reliability</i> | Saya merasa puas saat menggunakan produk sepatu Nike | Interval |
| | | Saya merasa harga sepatu Nike sesuai dengan kualitasnya | Interval |
| | <i>Brand Intention</i> | Saya merasa yakin saat membeli produk sepatu Nike karena sudah terjamin kualitasnya | Interval |
| | | Produk sepatu Nike sudah terbukti aman saat digunakan | Interval |
| | | Merek Nike adalah yang pertama muncul di pikiran saat saya akan membeli sepatu | 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.

3. Loyalitas Pelanggan

Loyalitas pelanggan yang merupakan variabel terikat dapat didefinisikan sebagai komitmen yang kuat dari pelanggan untuk berlangganan kembali atau melakukan pembelian ulang produk/jasa yang disukai secara konsisten di masa yang akan datang.



Tabel 3.3

Dimensi dan indikator loyalitas pelanggan

| Variabel | Dimensi | Indikator | Skala |
|---|--|---|----------|
| Loyalitas Pelanggan Sangadji dan Sopiah (2013) | Melakukan pembelian secara teratur | Saya akan membeli kembali sepatu Nike di masa yang akan datang | Interval |
| | Membeli di luar lini produk dan jasa | Saya tertarik membeli produk lain selain sepatu dari merek Nike, seperti kaos kaki, baju, dsb. | Interval |
| | Mereferensikan kepada orang lain | Saya akan mereferensikan produk sepatu Nike kepada kerabat dan teman-teman saya | Interval |
| | Menunjukkan kekebalan terhadap tarikan produk sejenis dari pesaing | Saya yakin produk sepatu Nike adalah yang terbaik dan tidak akan membeli sepatu dari merek lain | 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 mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.

Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie

D. Teknik Pengambilan Sampel

Teknik pengambilan sampel dalam penelitian ini menggunakan teknik *Non Probability Sampling*. Metode *non-probability sampling* menurut Sekaran (2017:67) adalah teknik pengambilan sampel yang tidak memberikan peluang yang sama bagi setiap unsur populasi untuk dipilih menjadi sampel. Jenis teknik *non-probability sampling* yang digunakan adalah teknik *purposive sampling* dengan jenis *judgement sampling*, yaitu pengambilan sampel sesuai dengan batasan-batasan sampel seperti apa yang akan diambil. Kriteria responden penelitian ini adalah:



1. Responden adalah mahasiswa/i aktif Kwik Kian Gie *School of Business* angkatan 2016, 2017, dan 2018.



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

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

2. Responden merupakan mahasiswa/i dari Kwik Kian Gie *School of Business* yang sudah memiliki dan menggunakan produk sepatu Nike.

Hasil penelusuran responden yakni mahasiswa Kwik Kian Gie *School of Business* angkatan 2016, 2017 dan 2018 sebesar 1240 mahasiswa (terlampir data dari bagian BAAK Kwik Kian Gie *School of Business*). Maka, penentuan samplingnya menggunakan Rumus Slovin.

Rumus Slovin adalah:

$$n = \frac{N}{1 + Ne^2}$$

Keterangan:

N = ukuran sampel

N = ukuran populasi

E = kelonggaran ketidak telitian karena kesalahan pengambilan sampel yang dapat di tolerir

Berikut adalah perumusannya :

$$n = \frac{1240}{1 + 1240 \times 0,1^2} = 93$$

Oleh karena sampel yang dibutuhkan minimal 93 buah, maka penulis menyebarkan kuisisioner kepada 126 responden.

E. Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data yang peneliti gunakan dalam penelitian ini adalah teknik komunikasi dengan cara penyebaran kuisisioner dengan skala pengukuran yaitu skala Likert.

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. Kuisisioner

Menurut Bougie dan Sekaran (2017:170), kuisisioner adalah daftar pertanyaan tertulis yang telah dirumuskan sebelumnya di mana responden akan mencatat jawaban mereka, biasanya dalam alternatif yang didefinisikan dengan jelas. Tujuan penyebaran kuisisioner ini adalah mencari informasi dari responden dalam pengisian daftar pertanyaan. Penyebaran kuisisioner dilakukan dengan membagikan lembar kuisisioner terhadap responden yang ditargetkan dan kuisisioner ini merupakan data primer. Kuisisioner disusun dengan menggunakan skala likert, yaitu dengan meminta persetujuan pada suatu pertanyaan dengan kriteria STS = Sangat Tidak Setuju, TS = Tidak Setuju, N = Netral, S = Setuju, dan SS = Sangat Setuju. Kemudian setiap tingkat jawaban diberi skor dari 1 sampai 5.

2. Studi Kepustakaan

Dalam studi kepustakaan ini, peneliti membaca dan mengumpulkan bahan bacaan dari buku, karya tulis, penelitian terdahulu, dan informasi dari internet. Data yang didapatkan dari studi kepustakaan ini merupakan data sekunder, yaitu data yang diumpulkan dari sumber-sumber data yang telah ada serta dilandasi dengan landasan teoritis yang digunakan dalam penelitian.

F. Teknik Analisis Data

Teknik analisis data yang digunakan penulis adalah sebagai berikut:

1. Uji Validitas

Menurut Husein Umar (2019:72), uji validitas berguna untuk mengetahui apakah ada pertanyaan/ Pernyataan pada kuesioner yang harus dihapus/diganti karena pertanyaan/ Pernyataan itu tidak mengukur apa yang hendak diukur.

Langkah uji validitas kuesioner adalah sebagai berikut:

© 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.



- a. Kuesioner yang sudah dirancang diisi oleh minimal 30 responden agar distribusi skor (nilai) mendekati kurva normal.
- b. Menghitung nilai koefisien korelasi antardata pada masing-masing pertanyaan/ Pernyataan dengan skor total yang telah dikurangi dengan data dari pertanyaan/ pernyataan tersebut menggunakan rumus korelasi *product moment* berikut:

$$r = \frac{n\sum xy - (\sum x)(\sum y)}{\sqrt{\{n\sum x^2 - (\sum x)^2\} \{n\sum y^2 - (\sum y)^2\}}}$$

Untuk mengetahui validitas tiap indikator, bandingkan nilai korelasi hasil hitung dengan korelasi dari Tabel Korelasi **Product Moment** untuk sampel 30 dan taraf signifikansi α sebesar 5% yaitu 0,361. Jika hasil korelasi hitung \geq 0,361 maka *item* pertanyaan/ pernyataan adalah valid. Tetapi jika hasil korelasi hitung di bawah 0,361 maka *item* pertanyaan/ pernyataan tidak valid.

2. Uji Reliabilitas

Jika alat ukur telah dinyatakan valid, selanjutnya reabilitas alat ukur tersebut diuji. Uji reabilitas menurut Umar (2019: 68), uji reabilitas berguna untuk menetapkan apakah instrument kuesioner dinyatakan realibel, yaitu dapat digunakan secara konsisten. SPSS digunakan untuk mengukur reabilitas dengan uji statistik (*Cronbach's Alpha*). Batas minimal reliabilitas *Cronbach's Alpha* adalah diatas 0,7. Uji reabilitas menggunakan *Cronbach's Alpha* adalah sebagai berikut:

© 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 menggunakan 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.

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

Di mana:

$r_{1,1}$ = Reliabilitas instrumen

k = Banyaknya butir pertanyaan

σ_t^2 = Varian total

σ_b^2 = Jumlah varians butir

3. Uji Asumsi Klasik

a. Uji Normalitas

Menurut Umar (2019:75), uji normalitas berguna untuk melihat apakah nilai residual (gap antara data asli dan data hasil ramalan) terdistribusi normal atau tidak. Model regresi yang baik adalah yang memiliki nilai residual yang terdistribusi normal. Model regresi memerlukan normalitas pada nilai residualnya, bukan pada masing-masing variabel penelitian.

Pada penelitian ini uji normalitas dilakukan menggunakan uji Kolmogorov Smirnov dengan hipotesis:

Ho: data residual berdistribusi normal

Ha: data residual berdistribusi tidak normal

Dasar pengambilan keputusan uji normalitas yaitu:

- Data berdistribusi normal, jika nilai sig (signifikansi) > 0,05.
- Data berdistribusi tidak normal, jika nilai sig (signifikansi) < 0,05



b. Uji Multikolinearitas

Uji multikolinearitas menurut Umar (2019:88) berguna untuk melihat tingkat korelasi antarvariabel bebas dalam suatu model regresi linear berganda. Jika ada korelasi yang tinggi di antara variabel-variabel bebasnya, maka hubungan antara variabel bebas dan variabel terikatnya menjadi terganggu.

Pada penelitian ini uji gangguan multikolinearitas menggunakan *variance inflation factor* (VIF). Nilai *cutoff* yang umum adalah nilai toleransi sebesar 0,10 sama dengan nilai VIF sebesar 10. Kriteria pengambilan keputusan uji multikolinearitas adalah sebagai berikut:

- Jika hasil uji memiliki nilai $VIF \geq 10$ dan $TOL \leq 0,1$ maka terdapat multikolinearitas
- Jika hasil uji memiliki nilai $VIF \leq 10$ dan $TOL \geq 0,1$ maka tidak ada multikolinearitas

c. Uji Heteroskedastisitas

Menurut Umar (2019:88), uji heteroskedastisitas berguna untuk melihat apakah terdapat ketidaksamaan varians dari residual satu pengamatan dengan pengamatan yang lain. Model regresi yang memenuhi persyaratan adalah yang memiliki kesamaan varians dari residual satu pengamatan dengan pengamatan yang lain atau disebut homoskedastisitas.

Alat statistik yang digunakan pada penelitian ini untuk menguji gangguan heteroskedastisitas adalah metode scatter plot dengan memplotkan nilai ZPRED (nilai prediksi dengan SRESID (nilai residualnya)). Model yang baik didapatkan jika tidak terdapat pola tertentu

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.

pada grafik, seperti mengumpul ditengah, menyempit kemudian melebar, atau sebaliknya melebar kemudian menyempit.

Statistik Deskriptif

Analisis statistik deskriptif menurut Umar (2019:90) bertujuan untuk memberikan gambaran data dan variabel-variabel penelitian sehingga lebih mudah untuk dideskripsikan. Statistik yang digunakan diantaranya adalah:

a. Proporsi

Proporsi atau persentasi berguna, misalnya, untuk menentukan berapa persen nilai dari responden yang menyatakan bahwa *item* pertanyaan dari kuesioner dinyatakan baik, sehingga tidak jadi masalah.

b. Rata-rata tertimbang (Rs)

Jika nilai dimensi-dimensi dari variabel penelitian berupa rata-rata yang mengandung nilai decimal, padahal data awal penelitian dalam bentuk skor 1, 2, 3, 4 atau 5 untuk mengukur setuju-tidak setuju, maka nilai skor diubah dalam bentuk rentang skala. Rumus yang digunakan adalah sebagai berikut

$$Rs = (b-k) / b$$

di mana Rs adalah rentang skala, b adalah skala ukur terbesar, dan k adalah skala ukur terkecil yang digunakan pada kuesioner.

$$Rs = 4 / 5 = 0,80$$

Dengan demikian, rentang skala pengukuran rata-rata menjadi:

1 – 1,80 = sangat tidak setuju

>1,80 – 2,60 = tidak setuju

>2,60 – 3,40 = ragu-ragu

>3,40 – 4,20 = setuju



>4,20 – 5,00 = sangat setuju

Jika nilai rata-rata tiap dimensi terletak 3,40 ke atas, maka dimensi tersebut dinilai positif. Demikian juga sebaliknya, jika nilainya di bawah 3,40, maka dimensi tersebut dinilai tidak positif, sehingga perlu dibahas lebih lanjut.

Analisis Regresi Linear Berganda

Analisis regresi berganda menurut Ghazali (2016:94) digunakan untuk mengukur kekuatan hubungan antara dua variabel atau lebih dan menunjukkan arah hubungan antara variabel dependen dengan variabel independen. Bentuk persamaan dari regresi linear berganda adalah sebagai berikut:

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

di mana:

Y = variabel dependen (Loyalitas Pelanggan)

X1 = variabel independen (*Brand Image*)

X2 = variabel independen (*Brand Trust*)

β_0 = konstanta

β_1 = koefisien regresi variabel X1

β_2 = koefisien regresi variabel X2

e = *error*/ residual

a. Uji Statistik F

Uji F menurut Ghazali (2016:96) berguna untuk menguji hipotesa bahwa b_1 , b_2 , dan b_3 secara simultan sama dengan nol. Hasil uji statistik F dapat dilihat dari tabel anova dengan hipotesis:

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

$H_0: b_1=b_2=0$

$H_a: b_1 \neq b_2 \neq 0$

Kriteria pengambilan keputusan uji statistic F adalah sebagai berikut:

1. Jika hasil uji nilai signifikan $> 0,05$ maka model regresi tidak dapat dipakai untuk memprediksi variabel dependen.
2. Jika hasil uji memiliki nilai signifikan $< 0,05$ maka model regresi dapat dipakai untuk memprediksi variabel dependen.

b. Uji Statistik T

Uji statistik t menurut Ghozali (2016:97) berguna untuk menunjukkan besar pengaruh dari suatu variabel independen secara parsial (individual) dalam menerangkan variasi variabel dependen. Hasil uji statistic t dapat dilihat dari tabel *Coefficients* dengan hipotesis:

$H_{01}: b_1=0$

$H_{02}: b_2=0$

$H_{a1}: b_1>0$

$H_{a2}: b_2>0$

Kriteria pengambilan keputusan uji statistik t adalah sebagai berikut:

1. Jika hasil uji memiliki nilai Sig. $< 0,05$ berarti variabel independen secara individual mempengaruhi variabel dependen
2. Jika hasil uji memiliki nilai Sig $> 0,05$ berarti variabel independen secara individual tidak mempengaruhi variabel dependen.



c. Koefisien Determinasi (R^2)

Menurut Ghozali (2016:95), koefisien determinasi berguna untuk mengukur seberapa jauh kemampuan model dalam menerangkan variasi variabel dependen. Nilai koefisien determinasi adalah antara nol dan satu.

Nilai R^2 yang mendekati satu berarti variabel independen memberikan informasi yang dibutuhkan untuk memprediksi variabel dependen. Dalam uji koefisien determinasi yang baik ialah harus bernilai positif.

© 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.