KWIK KIAN GIE
SCHOOL OF BUSINESS
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.
© Hak cipta milik IBIKKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)
Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie

# BAB III

# METODE PENELITIAN

## A. Objek Penelitian

Dalam penelitian ini, objek penelitian yang akan diteliti adalah layanan Go Food. Sedangkan subjek dalam penelitian ini adalah pengguna layanan Go Food khususnya di wilayah Jakarta Utara. Jumlah responden dari penelitian ini adalah 105 responden. Penulis melakukan penelitian berdasarkan sampel dan melalui penyebaran kuesioner secara Google form.

## B. Desain penelitian

Menurut Cooper dan Schindler (2014: 126-129), setiap awal dari suatu riset penelitian, setiap peneliti akan dihadapkan kepada desain spesifik seperti apa yang akan digunakan. Ada banyak pendekatan desain yang berbeda-beda, namun tidak ada definisi tunggal yang menjelaskan keseluruhan variasi yang dipertimbangkan.

Pendekatan dalam penelitian ini apabila ditinjau dari perspektif yang berbeda yaitu:

### 1. Derajat Kristalisasi Pertanyaan Riset

Penelitian ini merupakan penelitian yang bersifat formal, karena penelitian ini bertujuan untuk menguji hipotesis dan menjawab pertanyaan-pertanyaan penelitian yang diajukan.

### 2. Metode Pengumpulan Data

Pengumpulan data untuk penelitian ini dilakukan dengan cara komunikasi yaitu menyebarkan kuesioner. Metode pengumpulan data dengan cara ini dipilih untuk mendapatkan data primer yang bersumber langsung dari responden pengguna layanan Go Food di Jakarta Utara.

KWIK KIAN GIE
SCHOOL OF BUSINESS
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.
© Hak cipta milik IBI KKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)
Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie

**3. Pengendalian Variabel-Variabel oleh Peneliti**

Penelitian ini menggunakan *ex post facto study* dimana peneliti tidak memiliki kontrol atas variable, dalam arti peneliti tidak mampu memanipulasi variable, peneliti hanya melaporkan peristiwa yang telah terjadi atau yang sedang terjadi.

**4. Tujuan Penelitian**

Penelitian ini tergolong kedalam penelitian deskriptif dan kausal. Penelitian deskriptif bertujuan untuk menggambarkan penilaian konsumen yang terkait untuk mencari tahu apa, siapa, dimana, kapan dan berapa banyak. Sedangkan penelitian kausal tujuannya untuk mengamati dan menjelaskan hubungan antar variabel yang terdapat pada penelitian ini. Sehingga dapat dikatakan tujuan dari penelitian ini adalah untuk menguji apakah terdapat pengaruh antara Promosi, Kualitas Layanan, dan Citra Merek terhadap Preferensi Merek Pengguna Go Food di Wilayah Jakarta Utara.

**5. Dimensi waktu**

Dilihat dari sisi dimensi waktunya, penelitian ini merupakan penelitian *cross-sectional* yang artinya pengumpulan data hanya dilakukan satu kali yaitu pada saat penyebaran kuesioner kepada pengguna layanan Go Food di wilayah Jakarta Utara.

**6. Cakupan Topik**

Penelitian ini adalah penelitian statistik yang mencoba untuk menjelaskan karakteristik populasi dengan membuat kesimpulan dari karakteristik sampel. Hipotesis dalam penelitian ini akan diuji secara kuantitatif.

**7. Lingkungan Penelitian**

Penelitian ini termasuk dalam kondisi lingkungan aktual (kondisi lapangan), karena data –data didapatkan secara langsung dari pengguna layanan Go Food di Jakarta Utrara dengan menyebarkan kuesioner secara online dengan *google form*.

**8. Persepsi subjek**

Hasil kesimpulan dari penelitian ini bergantung pada jawaban - jawaban yang diberikan oleh subyek penelitian. Dimana persepsi subjek penelitian dapat mempengaruhi hasil penelitian. Persepsi yang baik adalah persepsi yang nyata dan tidak terdapat penyimpangan dari situasi sehari-hari.

KWIK KIAN GIE SCHOOL OF BUSINESS
© 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 mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.

## C. Variabel Penelitian

1. Promosi

**Tabel 3. 1**

**Indikator Promosi**

| Variabel | Dimensi | Indikator | Pengertian | Instrumen | Skala |
|---|---|---|---|---|---|
| Promosi (Diadaptasi dari Kotler&Amstrong, 2014) | Iklan *(Advertising)* | Ketertarikan iklan | Ketertarikan konsumen akan suatu produk atau layanan karena iklan yang menarik. | Iklan yang ditayangkan oleh Go Food menarik | Likert |
| | Promosi Penjualan *(Sales Promotion)* | *Bundle Pack* (paket hemat) | Promosi penjualan yang dilakukan perusahaan untuk menarik konsumen dengan menggunakan penawaran *Bundle Pack* | Go Food memberikam penawaran yang menarik dengan *Bundle Pack* (paket hemat) | Likert |
| | | *Voucher* potongan harga | Promosi penjualan yang dilakukan perusahaan untuk menarik konsumen dengan menggunakan penawaran voucher | Go Food memberikam penawaran yang menarik dengan *Voucher* potongan harga | Likert |

KWIK KIAN GIE SCHOOL OF BUSINESS
Hak cipta milik IBIKKG (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.

2. Kualitas Layanan

**Tabel 3. 2**

**Indikator Kualitas Layanan**

| Variabel | Dimensi | Indikator | Pengertian | Instrumen | Skala |
|---|---|---|---|---|---|
| Kualitas Layanan (Diadaptasi dari Kotler &Keller, 2016 dan Tjiptono &Chandra, 2016) | *Tangibles* | Penampilan driver | Kualitas layanan dapat dilihat secara fisik contohnya penampilan dari pelayan jasa | Driver berpenampilan rapi dan sopan | Likert |
| | *Responsiveness* | Kecepatan dan keamanan pengantaran pesanan | Kemampuan pelayan jasa untuk melakukan pengantaran pesanan yang cepat dan aman | Driver mengantar pesanan dengan cepat dan aman | Likert |
| | | Kecepatan dan ketepatan dalam pelayanan | Kemampuan pelayanan jasa dalam menanggapi dan melayani konsumen secara cepat dan tepat | Driver cepat dan tepat meanggapi konsumen yang melakukan order melalui aplikasi | Likert |

KWIK KIAN GIE SCHOOL OF BUSINESS
© Hak cipta milik IBIKKG (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.

| Variabel | Dimensi | Indikator | Pengertian | Instrumen | Skala |
|---|---|---|---|---|---|
| Kualitas Layanan (Diadaptasi dari Kotler &Keller, 2016 dan Tjiptono &Chandra, 2016) | *Efficiency* | Kemudahan penggunaan aplikasi | Kemampuan perusahaan dalam membuat aplikasi yang mudah digunakan dan dipahami | Aplikasi Go Food mudah digunakan dan dipahami | Likert |
| | | Kelengkapan dan ketertarikan aplikasi | Kemampuan perusahaan dalam membuat aplikasi yang lengkap dan menarik | Aplikasi Go Food memiliki menu yang lengkap dan menarik | Likert |
| | *Fulllfillment* | Pembaharuan aplikasi dengan kesesuaian stok produk | Kemampuan perusahaan dalam mengupdate aplikasi dengan ketersediaan stok produk | Aplikasi Go Food selalu update mengenai kertersediaan stok produk makanan | Likert |
| | | Kesesuaian produk | Kemampuan pelayan jasa dalam memenuhi produk yang sesuai dengan aplikasi | Produk makanan yang dipesan sesuai dengan aplikasi pesanan | Likert |

KWIK KIAN GIE SCHOOL OF BUSINESS
© Hak cipta milik IBI KKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)
Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang
1. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak 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 d

3. Citra Merek

**Tabel 3. 3**

**Indikator Citra Merek**

| Variabel | Dimensi | Indikator | Pengertian | Instrumen | Skala |
|---|---|---|---|---|---|
| Citra Merek (diadaptasi dari Wijaya, 2013) | *Brand Identity* | Keunikan Logo | Ketertarikan konsumen akan logo dari sebuah produk atau layanan | Go Food memiliki logo yang unik | Likert |
| | *Brand Association* | Dikelola oleh perusahaan yang Berkredibilitas | Kemampuan perusahaan untuk membangun citra dengan meningkatkan kredibilitas | Go Food adalah layanan yang dikelola oleh perusahan yang kredibilitasnya tinggi | Likert |
| | *Brand Personality* | Layanan mudah diingat | Kemampuan perusahaan untuk membuat layanannya mudah diingat oleh konsumen | Go Food mudah diingat karena kegiatan-kegiatan tertentu atau penawaran-penawarannya yang menarik | Likert |

KWIK KIAN GIE SCHOOL OF BUSINESS
© Hak cipta milik IBIKKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)
Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang
1. Dilarang mengutipsebagian 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 d

4. Preferensi Merek

**Tabel 3. 4**

**Indikator Preferensi Merek**

| Variabel | Dimensi | Indikator | Pengertian | Instrumen | Skala |
|---|---|---|---|---|---|
| Preferensi Merek (Diadaptasi dari Bronneberg, 2017) | Pengalaman positif | Pengalaman yang positif | Pengalaman yang positif saat menggunakan sebuah produk atau layanan | Prefrensi lebih suka Go Food atau Grab Food | Likert |
| | Rangsangan positif | Keinginan untuk menggunakan layanan | Keinginan yang muncul untuk menggunakan kembali sebuah layanan | Preferensi menggunakan layanan Go Food atau Grab Food | Likert |
| | Preferensi positif | Mereferensikan merek | Keinginan untuk merekomendasikan merek sebuah layanan | Preferensi untuk merekomendasikan layanan Go Food atau Grab Food | Likert |

KWIK KIAN GIE SCHOOL OF BUSINESS
© Hak cipta milik IBIKKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)
Institut Bisnis d
Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang
1. Dilarang mengutipan 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.

KWIK KIAN GIE
SCHOOL OF BUSINESS

## D. Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data yang digunakan didalam penelitian ini adalah teknik komunikasi, yaitu dengan menyebarkan kuisioner secara online kepada 105 orang responden yang pernah menggunakan layanan Go Food. Sedangkan untuk sumber data peneliti meggunakan data primer. Data primer merupakan data yang diperoleh secara langsung dari sumber pertama. Sumber data diperoleh dengan menyebarkan kuesioner kepada responden yang pernah menggunakan Go Food di Wilayah Jakarta Utara.

## E. Teknik Pengambilan Sampel

Teknik sampling yang digunakan dalam penelitian ini adalah *non-probability sampling* atau yang juga disebut pengambilan sampel secara tidak acak. Pendekatan yang digunakan adalah *judgement sampling*, dimana pengambilan anggota sampelnya dilakukan berdasarkan kriteria penelitian yakni responden yang pernah menggunakan layanan Go Food di Wilayah Jakarta Utara

## F. Teknik Analisis Data

Menurut Priyatno (2016: 1), analisis data adalah kegiatan menghitung data agar dapat disajikan secara sistematis dan dapat dilakukan interpretasi. Analisis data pada penelitian kuantitatif bisa dilakukan secara manual dengan menghitung menggunakan rumus-rumus statistik atau menggunakan program bantu statistik seperti SPSS. Contoh analisis data yaitu analisis regresi, uji asumsi klasik, uji instrument (valid dan reliable),Paired Sample t Test, One way ANOVA, dan lain-lain.

Setelah melakukan pengumpulan data melalui kuesioner, data harus diolah agar dapat berguna bagi penelitian. Dalam pengolahan data, peneliti menggunakan alat bantu berupa *software* SPSS versi 25. Teknik analisis data yang digunakan peneliti di dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

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

1. **Uji Instrumen Penelitian**

**a. Uji Validitas**

Menurut Priyatno (2016: 143), validitas merupakan suatu uji yang digunakan untuk mengetahui seberapa cermat suatu instrumen 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 diperbaiki. Sedangkan suatu kuesioner dikatakan valid jika pertanyaan pada kuesioner mampu untuk mengungkapkan sesuatu yang akan diukur oleh kuesioner tersebut. Item pernyataan dikatakan valid apabila P-*value* < 0,05 dan *factor loading* > 0,5.

**b. Uji Reliabilitas**

Menurut 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 oleh karena masing-masing pertanyaan hendak mengukur hal yang sama. Jika jawaban terhadap indikator ini acak, maka dapat dikatakan bahwa tidak reliabel .Pengukuran realibilitas 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.

KWIK KIAN GIE SCHOOL OF BUSINESS
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.
© Hak cipta milik IBI KKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)
Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie

Alat untuk mengukur reliabilitas adalah *Cronbach Alpha*. Suatu variabel dikatakan reliabel, apabila: Hasil α > 0,70 = reliabel dan Hasil α < 0,70 = tidak reliable.

Rumus Reabilitas :

$$r_{ii} = \left[\frac{k}{k-1}\right]\left[1 - \frac{\sum\sigma^2}{\sigma 1^2}\right]$$

dimana rumus $\sigma^2 = \dfrac{\sum X^2 - \frac{(\sum X^2)}{N}}{N}$

keterangan:
$r_{ii}$ = reliabilitas instrumen
k = banyaknya butir pertanyaan
$\sum\sigma^2$ = jumlah ragam dari seluruh pernyataan
$\sigma_1^2$ = varians total

**2. Analisis Deskriptif**

Menurut Priyatno (2016:9) Analisis deskriptif digunakan untuk mengetahui deskripsi suatu data yang dilihat dari nilai rata-rata (mean), standar deviasi, varian, maksimum, minimum,dan sebagainya.

$$\rho = \frac{fi}{\sum fi}\ x\ 100\%$$

Keterangan :
$\rho$ = Persentase dari responden yang berdasarkan kategori tertentu
$fi$ = Banyaknya responden yang menjawab jawaban tertentu
$\sum fi$ = Jumlah total responden

**a. Rata-rata (*mean*)**

Rata-rata adalah sejumlah nilai yang dibagi dengan total dari jumlah pengamatan.

Rumus rata-rata adalah sebagai berikut :

KWIK KIAN GIE SCHOOL OF BUSINESS
© 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 mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.

$$\overline{X} = \sum \frac{fi \,.\, xi}{n}$$

Keterangan :
$\overline{X}$ = Skor rata-rata
$fi$ = Frekuensi pemilihan nilai
$xi$ = Data
$n$ = Jumlah responden

**b. Analisis Persentase (%)**

Analisis persentase digunakan untuk mengetahui jumlah jawaban terbanyak dalam bentuk persentase. Rumus yang digunakan adalah :

$$\text{Fr} = \frac{\Sigma F}{n} \; x \; 100\ \%$$

Keterangan :
Fr = Frekuensi relative
F = Frekuensi
n = Responden

**c. Rentang Skala**

Rumus yang digunakan :

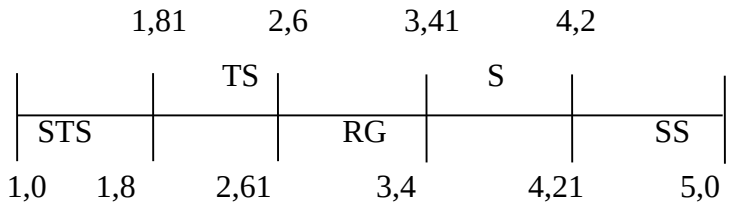
$$\text{Rs} = \frac{m-1}{m}$$

Keterangan :
Rs = Rentang skala penelitian
$m$ = banyaknya kategori

Dimana skor terbesar adalah 5 dan skor terkecil adalah 1, sehingga dapat ditentukan rentang skalanya sebagai berikut :

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

KWIK KIAN GIE SCHOOL OF BUSINESS
© 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 mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.




Keterangan:
1,00 – 1,80 = STS (Sangat Tidak Setuju)
1,81 – 2,60 = TS (Tidak Setuju)
2,61 – 3,40 = RG (Ragu-Ragu)
3,41 – 4,20 = S(Setuju) (S / Baik / menarik)
4,21 – 5,00 = SS(Sangat Setuju)

**3. Analisis Regresi Berganda**

Menurut 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 tiga variabel independen maka regresi liner yang digunakan adalah regresi ganda.

**a. Asumsi Klasik**

Menurut Sudrajat dalam Priyatno (2016:117) uji asumsi klasik diperlukan untuk mengetahui apakah model regresi ganda 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 multikolinearitas, uji heteroskedasitas, dan uji autokorelasi.

KWIK KIAN GIE SCHOOL OF BUSINESS
© 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

1) **Uji Normalitas**

Menurut Priyatno (2016:118), uji normalitas dilakukan untuk mengetahui apakah dalam sebuah model regresi, nilai residual memiliki distribusi normal atau tidak. Nilai residual adalah selisih antara variabel Y dengan variabel X yang diprediksikan. Model regresi yang baik adalah memiliki nilai residual yang terdistribusi 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.

2) **Uji Heterokedastisitas**

Menurut Priyatno (2016:131) heteroskedastisitas adalah suatu keadaan dimana terjadinya ketidaksamaan varian dari residual dalam model regresi. Model regresi yang baik mensyaratkan tidak adanya masalah heterokedastisitas. 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.

KWIK KIAN GIE SCHOOL OF BUSINESS
© 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

3) **Uji Multikolinieritas**

Menurut Priyatno (2016:129) multikolinearitas 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 multikolinearitas. Alat statistik yang sering dipergunakan untuk menguji gangguan multikolinearitas adalah dengan *VIF* (*Variance Inflation Factor*) dan nilai *tolerance* pada *tabel coefficient.* Metode pengambilan keputusan yaitu jika *tolerance* > 0,1 dan *VIF* < 10 maka tidak terjadi multikolinearitas.

**b. Analisis Regresi**

Menurut Priyatno (2016:47) analisis regresi linier digunakan untuk mengetahui hubungan antara variabel independen dengan variabel dependen dengan menggunakan persamaan linier. Jika menggunakan lebih dari satu variabel independen maka disebut analisis regresi linier berganda.

Model persamaan regresi ganda adalah sebagai berikut:

$$Y = \beta_0 + \beta_1 X_1 + \beta_2 X_2 + \beta_{3X_3} + \varepsilon$$

Dimana:

Y = Preferensi Merek
$X_1$ = Promosi
$X_2$ = Kualitas Layanan
$X_3$ = Citra Merek
$\beta_1$ = koefisien $X_1$
$\beta_2$ = koefisien $X_2$
$\beta_3$ = koefisien $X_3$
$\varepsilon$ = *Error*

KWIK KIAN GIE SCHOOL OF BUSINESS
© 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

**1. Uji F**

Menurut Priyatno (2016: 63-64), uji kecocokan model (Uji F) digunakan untuk mengetahui apakah seluruh variabel bebasnya secara bersama-sama mempunyai pengaruh yang bermakna terhadap variabel dependen Pengujian dilakukan dengan membandingkan nilai sig dengan alpha 5% ($\alpha = 0.05$). Apabila nilai signifikansi < dari nilai alpha, dan nilai F hitung > F tabel maka berarti variabel bebasnya secara bersama-sama memberikan pengaruh yang signifikan terhadap variabel dependen atau Ho ditolak.

**2. Uji t**

Menurut Priyatno (2016: 66) uji t adalah untuk mengetahui apakah pengaruh masing-masing variabel independen terhadap variabel dependen apakah signifikan atau tidak. Pengujian dilakukan dengan membandingkan antara nilai sig masing- masing variabel bebas dengan alpha 5% ($\alpha = 0.05$). Apabila nilai *sig* < alpha, maka variabel bebasnya memberikan pengaruh signifikan terhadap variabel dependen.

**3. Uji Koefisien Determinasi ($R^2$)**

Menurut Priyatno (2016:63), koefisien determinasi ($R^2$) digunakan untuk mengetahui seberapa besar presentase sumbangan pengaruh variabel independen secara bersama-sama terhadap variabel dependen.

KWIK KIAN GIE SCHOOL OF BUSINESS
© 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