



BAB III

METODE PENELITIAN

A. Objek Penelitian

Menurut Sugiyono (2011:38) objek penelitian adalah suatu atribut atau sifat atau nilai dari individu, objek atau kegiatan yang mempunyai variabel tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan ditarik kesimpulan.

Objek penelitian dari penelitian ini adalah minat beli kopi “Janji Jiwa” ITC Cempaka Mas. Secara keseluruhan pada penelitian ini yang akan diteliti adalah Pengaruh iklan media luar ruang “OVO” terhadap minat belikopi “Janji Jiwa” ITC Cempaka Mas. Penelitian dilakukan dengan penyebaran kuesioner kepada konsumen yang pernah melakukan pembelian kopi “Janji Jiwa” di outlet ITC Cempaka Mas.

B. Metode Penelitian

Metode penelitian yang digunakan adalah metode kuantitatif dengan pendekatan survei eskplanatif. Menurut Kriyantono (2014:60), survey eksplanatif adalah metode riset yang dilakukan apabila peneliti ingin mengetahui mengapa situasi atau kondisi tertentu terjadi atau apa yang memengaruhi terjadinya sesuatu. Survei eskplanatif dapat dibagi menjadi dua sifat yaitu: komparatif dan asosiatif. Peneliti memilih sifat asosiatif karena peneliti bermaksud untuk menjelaskan hubungan (korelasi) antarvariabel yaitu antara iklan media luar ruang dan minat beli, dengan menggunakan kuesioner sebagai instrument pengumpulan datanya.

Tujuan survei adalah untuk memperoleh informasi tentang sejumlah responden yang dianggap mewakili populasi 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 mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.



C. Variabel Penelitian

Menurut Kriyantono (2014:20), variable sebenarnya adalah konsep dalam bentuk konkret atau konsep operasional. Satu variable adalah konsep tingkat rendah, yang acuan – acuannya secara relative mudah diidentifikasi dan diobservasi serta mudah diklasifikasi, diurut dan diukur.

Secara sederhana variable dikatakan sebagai konsep yang mengalami variasi nilai. Jika konsep dipakai untuk menggambarkan realitas atau fenomena sosial secara netral, maka dengan menggunakan variable peneliti memberi nilai tinggi atau rendah terhadap konsep yang digambarkannya tersebut. Penelitian ini menggunakan analisis bivariat untuk melihat hubungan simetris antara dua variabel, maka terdapat dua variabel yang digunakan, yaitu :

1. Variabel Bebas (*independent variabel*)

Variabel Bebas (*independent variabel*) merupakan variabel yang mempengaruhi atau menjadi penyebab berubahnya variabel dependen. Contohnya adalah orientasi terhadap perubahan, budaya, etika pelayanan, insentif dan semangat kerjasama. Maka, variabel bebas dalam penelitian ini adalah iklan media luar ruang.

2. Variabel Terikat (*dependent variabel*)

Variabel Terikat (*dependent variabel*) adalah variabel yang dipengaruhi variabel bebas. Contohnya adalah kinerja pelayanan public. Maka, variabel terikat dalam penelitian ini adalah minat beli terhadap kopi “Janji Jiwa” ITC Cempaka Mas.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

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.



Tabel 3.1

Tabel Operasionalisasi

Varabel	Dimensi	Indikator
Iklan media luar ruang (X) Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang	1. Kalimat yang digunakan pada Iklan media luar ruang	(1) Dapat dipahami dari jarak jauh (2) Kalimat bersifat persuasif (3) Kalimat dapat dimengerti (4) Penggunaan ukuran huruf
	2. Kreativitas pada iklan media luar ruang	(1) Memiliki tampilan yang menarik (2) Menggunakan warna yang cocok (3) Desain yang digunakan dapat membuat <i>audience</i> tertarik (4) <i>Visualisasi</i> sederhana, menarik dan jelas
	3. Latar belakang pada iklan media luar ruang	(1) Penempatan (2) Ukuran (3) Iklan dapat diidentifikasi
	4. Identifikasi produk dan jasa yang ditawarkan pada media luar ruang	(1) Memahami produk dan jasa (2) Mengenali produk dan jasa (3) Tertarik dengan produk dan jasa

1. Dilarang menyalin atau menjiplak sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pelanggaran 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.



Tabel 3.1 (Lanjutan)

Tabel Operasionalisasi

Varabel	Dimensi	Indikator
Minat Beli (Y)	1. Minat eksploratif	(1) Tertarik mencari informasi tentang produk (2) Mempertimbangkan produk (3) Penambahan informasi (4) Merasa bahwa produk positif
	2. Minat referensial	(1) Merekomendasikan kepada orang lain
	3. Minat preferensial	(1) Target konsumen menjadikan produk prefensi utama. (2) Jika terjadi suatu terhadap produk maka prefensi produk akan berganti seperti harga atau distribusi langka.
	4. Minat transaksional	(1) Mulai memasukan produk dalam rencana pembeliannya.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

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

a. Pelanggaran 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.



D. Jenis Data

Peneliti menggunakan data primer dan data sekunder sebagai bahan yang diolah dalam penelitian.

1. Data Primer

Data Primer merupakan data yang dikumpulkan secara langsung dari lapangan penelitian, misalnya melalui wawancara, *focus group discussion*, kuesioner dan observasi. Menurut Kriyantono (2014:41-42), data primer merupakan data yang diperoleh dari sumber data pertama atau tangan pertama dilapangan. Sumber data ini bisa responden atau subyek riset, dari hasil pengisian kuesioner, wawancara, dan observasi, data primer dari penelitian ini adalah hasil pengisian kuesioner yang akan diisi oleh konsumen kopi “Janji Jiwa”.

2. Data Sekunder

Data sekunder merupakan data yang diperoleh melalui penelitian terdahulu yang dilakukan oleh pihak lain. Data yang sudah tersedia atau sudah dikumpulkan untuk suatu tujuan sebelumnya. Menurut Kriyantono (2014:42) merupakan data yang diperoleh dari sumber kedua atau sumber sekunder. Data ini juga diperoleh dari peneliti sebelumnya yang telah diolah lebih lanjut menjadi bentuk – bentuk seperti tabel, grafik, diagram, gambar, dan sebagainya sehingga menjadi informative bagi pihak lain, data sekunder yang akan dipakai dalam penelitian ini adalah penelitian terdahulu.

E. Teknik Pengumpulan Data

Peneliti menggunakan teknik pengumpulan data yaitu field research (riset lapangan). Riset lapangan ini adalah teknik komunikasi dengan menyebarkan daftar

pertanyaan berupa kuesioner kepada responden untuk mengetahui pengaruh adanya iklan media luar ruang “OVO” terhadap minat beli kopi “Janji Jiwa”. Kuesioner adalah daftar pertanyaan terstruktur yang digunakan untuk wawancara dan pengisian oleh pewawancara. Menurut Kriyantono (2014:97), kuesioner adalah daftar pertanyaan yang harus diisi oleh responden. Tujuan penyebaran kuesioner adalah mencari informasi yang lengkap mengenai suatu masalah dari responden tanpa merasa khawatir bila responden memberikan jawaban yang tidak sesuai dengan kenyataan dalam pengisian daftar pertanyaan.

Ada beberapa syarat sebuah kuesioner yang baik menurut Purwanto (2011:70) yaitu:

1. Menggunakan bahasa setempat yaitu bahasa yang digunakan dilokasi.
2. Menggunakan bahasa yang sederhana, mudah dipahami dan singkat.
3. Pertanyaan disusun secara sistematis dan terklasifikasi menurut topic serta dimulai dari yang mudah kesulit
4. Hindarkan pertanyaan yang berkesan menguji, menggiring responden untuk memberikan jawaban tertentu dan bermakna ganda.
5. Pilihlah jawaban yang disediakan hendaknya penomoranya menggunakan angka, bukan abjad.

Teknik pengumpulan data yang dilakukan oleh peneliti adalah skala *likert*. Skala *likert* menurut Simamora (2002:46) merupakan teknik pengukuran sikap yang paling luas digunakan dalam riset pemasaran. Skala ini mengukur opini atau persepsi responden berdasarkan tingkat persetujuan atau ketidaksetujuan. Skala yang dikembangkan oleh Rensis Likert biasanya memiliki 5 kategori peringkat dari sangat tidak setuju hingga sangat setuju.





F. Teknik Pengambilan Sampel

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

1. Populasi

Populasi menurut Sugiyono (2017:119) adalah wilayah generalisasi yang terdiri atas: obyek/subyek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya. Jadi populasi bukan hanya orang, tetapi juga obyek dan benda – benda alam yang lain. Populasi juga bukan sekedar jumlah yang ada pada obyek/subyek yang dipelajari, tetapi meliputi seluruh karakteristik/sifat yang dimiliki oleh subyek/obyek itu. Dalam penelitian ini peneliti memilih responden yang membeli kopi “Janji Jiwa” menggunakan dompet digital “OVO”.

2. Sampel

Sampel menurut Sugiyono (2017:120) adalah bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi tersebut. Bila populasi besar, dan peneliti tidak mungkin mempelajari semua yang ada populasi, misalnya karena keterbatasan dana, tenaga, waktu, maka peneliti dapat menggunakan sampel yang diambil dari populasi itu. Apa yang dipelajari dari sampel itu, kesimpulannya akan dapat diberlakukan untuk populasi. Untuk itu sampel yang diambil dari populasi harus betul – betul representative (mewakili)

Metode sampling yang digunakan dalam penelitian ini adalah *sampling insidental* yaitu teknik penentuan sampel berdasarkan kebetulan, yaitu siapa saja yang secara kebetulan/*insidental* bertemu dengan peneliti dapat digunakan sebagai sampel, bila dipandang orang yang kebetulan ditemui itu cocok sebagai sumber data. Sugiyono (2017:126) Peneliti menggunakan *insidental sampling* dikarenakan teknik penarikan sampel tersebut dirasa paling tepat digunakan untuk

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.



mendapatkan responden penelitian yang akan dilakukan. Dikatakan tepat karena konsumen kopi “Janji Jiwa” setiap harinya berbeda – beda sehingga tidak dapat diukur secara numerik.

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

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie

G. Teknik Analisis Data

Teknik analisis data yang peneliti pakai adalah metode kuantitatif dengan pendekatan survei eskplanatif. karena peneliti meneliti ingin menguji korelasi antara dua variabel, yaitu iklan media luar ruang “OVO” dan minat beli konsumen. Hubungan antar variabel bersifat asimetris, dimana variabel X mempengaruhi variabel Y tapi tidak sebaliknya. Data yang telah dianalisis akan disajikan dalam bentuk tabel, diagram, atau sebagainya untuk mempermudah pembaca dalam mengerti hasil penelitian.

Data dari hasil penelitian yang dikumpulkan melalui kuesioner akan diolah dengan bantuan program SPSS (*Statistical Package for Social Science*) yang dikhususkan untuk penelitian sosial dan juga dapat memudahkan peneliti untuk perhitungan dengan tingkat akurasi yang tinggi.

Setelah itu, analisis data merupakan proses lanjutan dari proses pengolahan data untuk melihat bagaimana menginterpretasikan data dan menganalisis data dari hasil yang sudah ada. Dalam penelitian ini teknik analisis yang digunakan adalah teknik Pengaruh karena data yang dikumpulkan berjumlah besar dan mudah diklasifikasikan kedalam kategori.

Di dalam penelitian ini pengukuran dilakukan secara kuantitatif. Untuk melakukan pengukuran dari hasil kuesioner yang telah dijawab oleh responden maka pada setiap jawaban diberikan angka atau bobot nilai berdasarkan skala *Likert*. Skala *likert* menurut Simamora (2002:46) merupakan teknik pengukuran

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.



sikap yang paling luas digunakan dalam riset pemasaran. Skala ini mengukur opini atau persepsi responden berdasarkan tingkat persetujuan atau ketidaksetujuan. Skala yang dikembangkan oleh Rensis Likert biasanya memiliki 5 kategori peringkat dari sangat tidak setuju hingga sangat setuju. Pada penelitian ini, responden diajukan sejumlah pertanyaan dan responden diharuskan memilih salah satu dari kelima alternatif jawaban yang telah tersedia

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

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Uji Validitas

Uji validitas digunakan untuk mengukur sah atau tidak validnya suatu kuesioner. Validitas dimaksudkan untuk menyatakan sejauh mana instrument seperti kuesioner akan mengukur apa yang ingin diukur (Kriyantono, 2014:143). Uji validitas dalam penelitian ini menggunakan rumus *Pearson's product moment*, ada beberapa kriteria yang dapat digunakan untuk mengetahui kuesioner yang digunakan sudah tepat untuk mengukur apa yang ingin diukur, yaitu :

- a. Jika koefisien korelasi *product moment* melebihi 0,3
- b. Jika koefisien korelasi *product moment* > r-tabel (a : n-2) n = jumlah sampel.
- c. Nilai Sig. ≤ α.

Rumus yang digunakan :

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

Keterangan:

r hitung = nilai validitas

n = jumlah responden

- 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.



x = skor variabel (jawaban responden)

y = skor total dari variabel (jawaban responden)

Dalam penelitian ini, peneliti menggunakan prakuesioner yang terdiri dari 37 pertanyaan kepada 30 responden untuk diuji validitasnya. Jika ada pernyataan yang tidak valid, maka pernyataan tersebut tidak digunakan peneliti dalam *instrument* penelitian selanjutnya,

2. Uji Reliabilitas

Menurut Kriyantono (2014:145), alat ukur dikatakan reliabel bila alat ukur tersebut secara konsisten memberikan hasil atau jawaban yang sama terhadap gejala yang sama, walau digunakan berulang kali. Reliabilitas mengandung arti bahwa alat ukur tersebut stabil (tidak berubah – ubah), dapat diandalkan (*dependable*), dan tetap (*consistent*). Untuk menguji reliabilitas, kita harus memahami bahwa ada dua faktor : hasil pengukuran yang sebenarnya (*true score*), dan kesalahan pengukuran (*measurement error*).

Menurut Siregar (2015:57), kesalahan pengukuran ini bisa berasal dari banyak sebab, misalnya kata – kata dalam kuesioner membingungkan atau responden salah melingkari pilihan jawaban. Semakin besar kesalahan pengukuran maka semakin tidak *reliable* alat ukur, begitu pula sebaliknya. Untuk mengukur reliabilitas dalam penelitian ini digunakan uji statistic *Alpha Cronbach* (α). Kriteria suatu instrument penelitian dikatakan *reliable* dengan menggunakan teknik ini, bila koefisien reliabilitas ($r_{11} > 0,6$).

Berikut rumusnya :

$$r_{11} = \frac{K}{k-1} \times \frac{1 - \sum \sigma^2 b}{\sigma^2 t}$$



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 :

r_{11} = koefisien reliabilitas instrument

K = jumlah butir pertanyaan

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

$\sigma^2 t$ = varians total

Dalam penelitian ini, peneliti menggunakan prakuesioner yang terdiri dari 37 pertanyaan kepada 30 responden untuk diuji reliabel atau tidaknya kuesioner. Jika jawaban seseorang terhadap pernyataan adalah konsisten atau stabil, kuesioner dapat dikatakan reliabel.

3. Analisis presentase

Analisis presentase digunakan untuk mempresentasekan jawaban yang didapat dari kuesioner. Analisis presentase dicari dengan rumus :

$$P = (F/N) \times 100\%$$

Keterangan ;

P : Presentase

F : Frekuensi dari setiap jawaban

N : Jumlah responden



4. Uji normalitas

Menurut Siregar (2015:153), tujuan dilakukan uji normalitas untuk mengetahui apakah distribusi populasi penelitian termasuk normal atau tidak, maka dalam penelitian ini pengujian data dilakukan dengan menggunakan uji *Kolmogorov Smirnov*, yaitu dengan membandingkan frekuensi kumulatif distribusi teoritik dengan frekuensi kumulatif empiric. Sebelum melakukan uji normalitas, penting untuk membuat suatu hipotesis terlebih dahulu:

Ho : Data berdistribusi normal

Ha : Data berdistribusi tidak normal

Setelah membuat hipotesis, selanjutnya dapat menentukan kaidah pengujian. Terdapat beberapa kriteria pengujian normalitas yang dapat dilakukan. Menurut Siregar (2015:167), jika $(sig) > 0,05$ maka Ho diterima. Jika $(sig) < 0,05$. Maka Ho ditolak. Agar proses pengujian lebih mudah, peneliti akan melakukan uji normalitas ini dengan program komputer *IBM SPSS Statistic 22.0*

5. Analisis hubungan

Menurut Kriyantono (2014:172-173), analisis hubungan adalah analisis yang menggunakan uji statistik inferensial dengan tujuan untuk melihat derajat hubungan diantara dua atau lebih dari dua variabel. Kekuatan hubungan yang menunjukkan derajat hubungan ini disebut *koefisien asosiasi* (korelasi). Peneliti menggunakan *koefisien korelasi* untuk mengetahui keeratan hubungan yang

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.

terjadi diantara dua variabel, yaitu iklan media luar ruang “OVO” dengan minat beli kopi “Janji Jiwa” ITC Cempaka Mas.

Tabel 3.3 Nilai Koefisien Korelasi

Sumber : Kriyantono (2014:173)

Indikator	Keterangan
Kurang dari 0,20	Hubungan rendah sekali
0,20 – 0,39	Hubungan rendah tetapi pasti
0,40 – 0,70	Hubungan yang cukup berarti
0,71 – 0,90	Hubungan yang tinggi; kuat
Lebih dari 0,90	Hubungan yang sangat tinggi; dapat diandalkan

Jadi, bila dari uji statistik ditemukan hubungan antara dua variabel menunjukkan angka 0,90 berarti hubungan antara kedua variabel tadi tinggi atau kuat.

6. Uji Signifikan Koefisien (Uji t)

Menurut Rangkuti (2015:63), uji t digunakan untuk mengetahui pengaruh masing – masing variabel independen terhadap variabel dependen secara parsial. Pengambilan keputusan untuk menerima atau menolak hipotesis dalam penelitian didasarkan pada pertimbangan signifikansi koefisien dari setiap variabel independen terhadap variabel dependen. Kriteria yang digunakan dalam menentukan suatu variabel independen signifikansi atau tidak signifikansi adalah sebagai berikut :





$H_0 : \beta_1 = 0$; berarti tidak ada pengaruh yang signifikansi antara variabel independen terhadap variabel dependen

$H_a : \beta_1 > 0$; berarti ada pengaruh yang signifikansi antara variabel independen terhadap variabel dependen.

Untuk menguji hipotesis tersebut digunakan statistik t yang dihitung dengan cara sebagai berikut :

$$t = \frac{b_1}{S_{b_1}}$$

Keterangan :

b_1 = nilai koefisien variabel independen

S_{b_1} = nilai standar error dari variabel independen

Adapun S_{b_1} dapat dihitung dengan menggunakan rumus sebagai berikut :

$$S_{b_1} = \frac{S_{YX}}{\sqrt{S_{SX}}}$$

Selanjutnya S_{SX} dapat dihitung menggunakan rumus sebagai berikut :

$$S_{SX} = \sum_{t=1}^n (X_1 - X)^2$$

Untuk mengetahui kebenaran hipotesis digunakan kriteria sebagai berikut :

Bila $t_{hitung} > t_{tabel}$ maka H_0 diterima dan H_a ditolak

Bila $t_{hitung} < t_{tabel}$ maka H_0 ditolak dan H_a diterima



7. Koefisien Determinasi (R^2)

Menurut Priyatno (2016: 53) Analisis R^2 (R^2 Square) atau koefisien determinasi digunakan untuk mengetahui seberapa besar presentase sumbangan pengaruh variabel independen secara bersama – sama terhadap variabel dependen. Dari output tabel model summary dapat diketahui nilai R^2 (R^2 Square) adalah 0,347. Jadi sumbangan pengaruh dari variabel independen yaitu 34,7% sedangkan sisanya sebesar dipengaruhi oleh faktor lain yang tidak teliti.

8. Analisis Uji F

Menurut Priyatno (2016: 63), Uji F digunakan untuk menguji pengaruh variabel independen secara bersama – sama terhadap variabel dependen. Pengujian berganda (serempak) dengan melakukan uji F hitung, dengan mencari besarnya F hitung yang akan dibandingkan dengan tabel F. Pengujian F hitung digunakan untuk mengetahui kualitas keberartian regresi antara tiap - tiap variabel bebas secara serempak atau bersamaan terdapat pengaruh atau tidak terhadap variabel terikat. Dengan program SPSS akan didapatkan nilai Sig-F. kriteria pengambilan keputusanya sebagai berikut:

- 1) Jika $\text{Sig-F} < \alpha$ maka tolak H_0

Artinya, model regresi signifikan (semua variabel independent secara simultan merupakan penjelas yang signifikan terhadap variabel dependen)

- 2) Jika $\text{Sig-F} > \alpha$ maka terima H_0

Artinya, model regresi tidak signifikan (semua variabel independent bukan merupakan penjelas yang signifikan 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

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.



9. Uji linearitas

Menurut Kriyantono (2014: 184), regresi linear sederhana jika terdapat dua data dari dua variabel riset yang sudah diketahui yang mana variabel bebas (X) dan variabel terikat (Y) dapat dihitung dan diprediksi berdasarkan suatu nilai X tertentu. Pengujian data pada SPSS dengan menggunakan test for linierity dengan taraf signifikasi 0.1. Kedua variabel dikatakan signifikan apabila hubungannya kurang dari 0.1 (≤ 0.1)

© 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.