

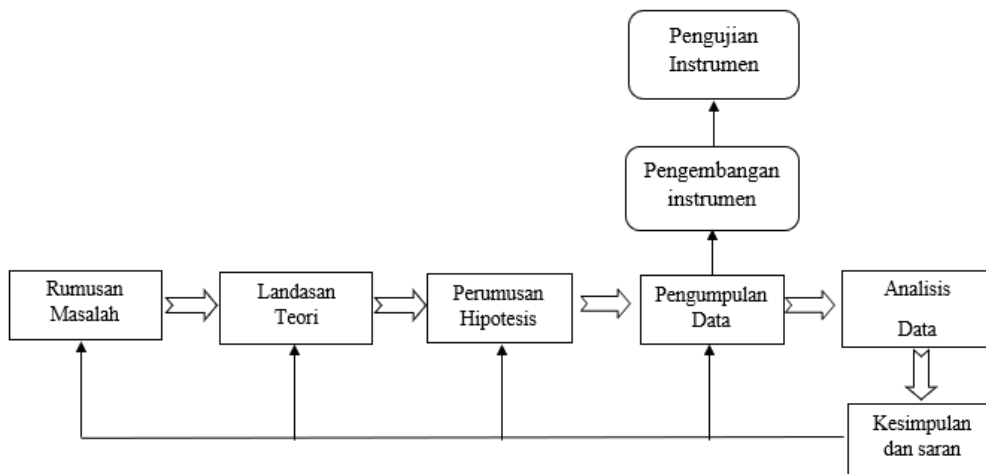
BAB III METODE PENELITIAN

3.1 Desain Penelitian

Penelitian ini menggunakan jenis penelitian kuantitatif deskriptif. Menurut Lehman (dalam Ade, 2020) penelitian deskriptif kuantitatif yaitu salah satu jenis penelitian yang bertujuan untuk mendeskripsikan secara sistematis, faktual dan akurat mengenai fakta dan sifat tertentu, atau mencoba menggambarkan fenomena secara detail.

3.1.1 Perancangan metode penelitian

Penelitian ini menggunakan pendekatan metode penelitian kuantitatif. Menurut Sugiyono (2018) data kuantitatif merupakan metode penelitian yang berlandaskan *positivistic* (data konkrit), data penelitian berupa angka-angka yang akan diukur menggunakan statistik sebagai alat uji penghitungan, berkaitan dengan masalah yang diteliti untuk menghasilkan suatu kesimpulan. Filsafat *positivistic* digunakan pada populasi atau sampel tertentu.



Gambar 3. 1 Komponen dan proses penelitian kuantitatif

Berdasarkan komponen diatas, dapat diketahui bahwa banyaknya proses pada penelitian kuantitatif. pada setiap penelitian berawal dari masalah, akan tetapi masalah yang dibawa oleh peneliti kuantitatif dibawa harus disampaikan dengan jelas. Setelah masalah diidentifikasi, maka selanjutnya masalah tersebut dirumuskan.

Berdasarkan rumusan masalah tersebut peneliti menjawab dengan teori. Jawaban awal terhadap rumusan masalah yang menggunakan teori tersebut dinamakan hipotesis. Hipotesis merupakan jawaban sementara terhadap rumusan masalah penelitian.

Pengujian hipotesis dilakukan dengan uji lapangan sehingga melakukan pengumpulan data secara empiris. Data yang telah terkumpul kemudian dianalisis dengan pengarahannya untuk menjawab rumusan masalah dan hipotesis yang diajukan. Dalam penelitian kuantitatif analisis data menggunakan statistik. Statistik yang digunakan dapat berupa statistik deskriptif dan inferensial/induktif.

Rumusan Masalah merupakan suatu pertanyaan yang akan dicari jawabannya melalui pengumpulan data. Bentuk rumusan masalah penelitian ini dikembangkan berdasarkan penelitian menurut tingkat eksplanasi.

1. Landasan Teori merupakan sebuah konsep dengan pernyataan yang tertata rapi serta sistematis memiliki variabel dalam penelitian karena landasan teori menjadi landasan yang kuat dalam penelitian yang akan dilakukan.
2. Perumusan Hipotesis setelah melakukan perumusan masalah, peneliti memberikan solusi yang diperoleh dari pencarian teori yang relevan. Jawaban yang diperoleh selanjutnya disebut dengan jawaban sementara atau hipotesis sehingga, hipotesis dirumuskan dengan cara membaca serta mencari teori yang cocok dengan solusi dari rumusan masalah dalam penelitian.
3. Pengumpulan Data sebelum melakukan pengumpulan data, peneliti terlebih dahulu membuat instrumen penelitian berupa kuesioner dan instrumen, setelah itu menguji instrumen dengan menguji validitas dan reliabilitas dari instrumen tersebut.
4. Analisis Data setelah data terkumpul dari hasil pengumpulan data, perlu segera digarap oleh peneliti, sering disebut dengan pengolahan data.
5. Kesimpulan dan Saran setelah dilakukan analisis data, tahap terakhir yaitu menyimpulkan, kesimpulan yakni hasil dari pengujian hipotesis apakah diterima atau hipotesis ditolak. Kesimpulan di tulis dengan singkat, padat dan jelas.

3.1.2 Partisipan dan Lokasi Penelitian

Partisipan pada penelitian ini yaitu konsumen yang berkunjung ke kopi kenangan di Purwakarta. Pelaksanaan penelitian ini dilakukan hingga laporan akhir pada skripsi yang telah tersusun.

Lokasi penelitian berada di Jalan Veteran No.23, Nagri Kaler, Kec. Purwakarta, Kabupaten Purwakarta, Jawa Barat 41115. Pelaksanaan penelitian dilakukan pada 25 November 2022

3.1.3 Populasi dan Sampel Penelitian

Populasi dan sampel pada penelitian kuantitatif merupakan dua hal yang tidak dapat dipisahkan serta saling berkaitan satu sama lain. Singkatnya, sampel penelitian mampu diartikan sebagai bagian dari populasi yang dijadikan sebagai subyek penelitian serta wakil dari anggota populasi tersebut.

3.1.3.1 Populasi

Populasi merupakan sekumpulan objek yang akan dijadikan sebagai bahan penelitian dengan ciri mempunyai karakteristik yang sama. Menurut Sugiyono (2018:117) populasi merupakan wilayah generalisasi yang terdiri dari objek atau subyek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk mampu dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulan.

Pada penelitian ini, konsumen kopi kenangan di Purwakarta memiliki karakteristik yang berbeda-beda. Sehingga, karakteristik populasi heterogen cocok dengan penelitian ini.

Konsumen produk kopi kenangan di Kabupaten Purwakarta yang menggunakan *Instagram* merupakan populasi pada penelitian ini, dengan populasi kajian dengan rentang usia 16-29 Tahun. Maka, dari sinilah sampel ditetapkan dan telah dijelaskan.

3.1.3.2 Sampel

Menurut Sugiyono (2013: 116) sampel merupakan segmen dari populasi beserta sifat yang di miliki oleh populasi tersebut. Namun pada penelitian ini jumlah populasi tidak diketahui dan tidak terhitung, dan karakteristik populasi yang heterogen.

Pemilihan sampel pada penelitian ini menggunakan teknik *sampling incidental*, dimana penentuan partisipan berdasarkan kebetulan, sehingga siapa saja yang secara

Raisyah Nurul Amanah, 2023

PENGARUH DIGITAL MARKETING DAN BRAND AMBASSADOR TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN DENGAN MINAT BELI SEBAGAI VARIABEL INTERVENING PADA PRODUK KOPI KENANGAN DI PURWAKARTA

Universitas Pendidikan Indonesia | repository.upi.edu | Perpustakaan.upi.edu

kebetulan/*insidental* bertemu dengan peneliti dapat digunakan sebagai sampel, bila dipandang orang yang kebetulan ditemui serta sesuai sebagai sumber data.

Dalam perhitungan sampel dapat menggunakan rumus Taro Yamane. Berikut rumus yang digunakan:

$$n = \frac{N}{1 + N * (e)^2}$$

Gambar 3. 2 Rumus Taro Yamane

Keterangan:

n = jumlah sampel yang diperlukan

N = Jumlah populasi

e = Tingkat kesalahan sampel (sampling error)

Perhitungan Rumus Taro Yamane

$$n = \frac{80}{1 + 80(0,05)^2}$$

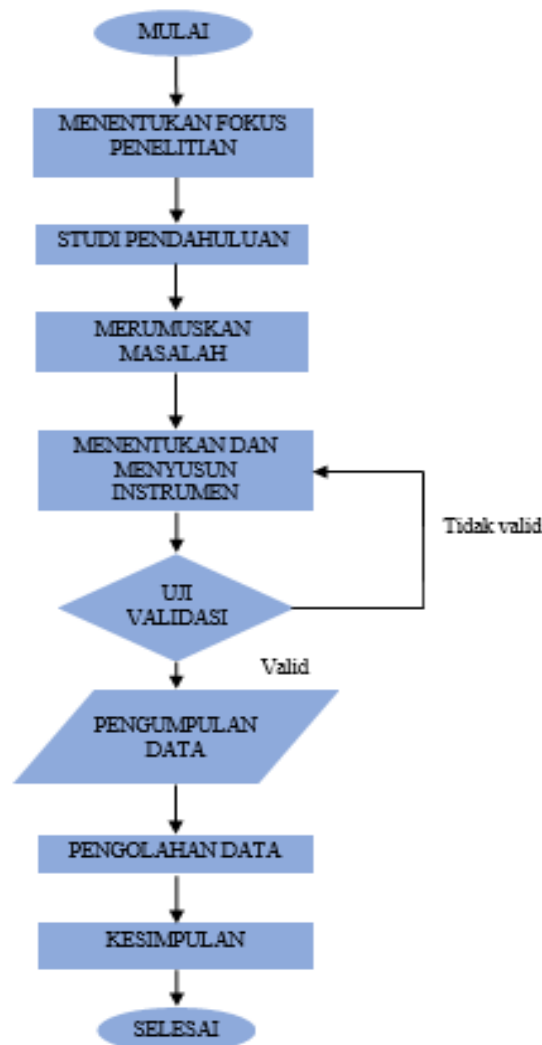
$$n = \frac{80}{1,2}$$

$$n = 66$$

Dapat diperoleh jumlah sampel yang dibutuhkan yaitu 66 orang responden, dari populasi 80 orang.

3.2 Prosedur Penelitian

Prosedur penelitian merupakan langkah-langkah yang digunakan untuk mengumpulkan jenis data penelitian sehingga berguna dalam menjawab *question* riset yang diajukan dalam penelitian oleh peneliti melalui informan penelitian yang ada.



Gambar 3. 3 Prosedur Penelitian

Menurut Sugiyono (2017) prosedur penelitian yakni cara ilmiah yang dipergunakan oleh seorang peneliti guna memperoleh data dengan tujuan dan kegunaan tertentu. Sejinnga langkah ilmiahnya sendiri menunjukkan adanya kegiatan penelitian yang bersifat empiris dan sistematis.

1. Menentukan Fokus Penelitian

Garis besar pengamatan penelitian membentuk fokus penelitian, sehingga pengamatan dan analisis temuan penelitian lebih terarah. Akibatnya, indikator digunakan untuk menghindari pembahasan yang terlalu umum dan akhirnya bertentangan dengan judul penelitian.

Raisyah Nurul Amanah, 2023

PENGARUH DIGITAL MARKETING DAN BRAND AMBASSADOR TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN DENGAN MINAT BELI SEBAGAI VARIABEL INTERVENING PADA PRODUK KOPI KENANGAN DI PURWAKARTA

Universitas Pendidikan Indonesia | repository.upi.edu | Perpustakaan.upi.edu

2. Studi Pendahuluan

Pada tahap ini untuk menemukan teori referensi. Langkah selanjutnya dalam melakukan penelitian kuantitatif adalah mengkaji literatur yang relevan untuk menunjukkan penguasaan teori.

3. Merumuskan Masalah

Rumusan dan definisi masalah merupakan langkah awal dalam proses penelitian kuantitatif. Dalam hal ini, perlu untuk secara jelas mendefinisikan masalah yang dihadapi. Bukti empiris diperlukan untuk mengidentifikasi masalah dengan benar.

4. Menentukan dan Menyusun Instrumen

Rancangan instrumen penelitian merupakan langkah selanjutnya dalam penelitian kuantitatif. Kuesioner, pedoman wawancara, dan observasi adalah contoh instrumen penelitian.

5. Uji Validasi

Setelah dilakukan penyusunan instrumen, dilakukan uji validasi untuk meneliti apakah kuesioner yang akan disebar layak atau tidak untuk proses pengambilan data selanjutnya.

6. Pengumpulan Data

Data penelitian harus dikumpulkan dengan cara yang sesuai dengan metode sampling yang digunakan. Gunakan instrumen yang valid dan dapat diandalkan untuk mengumpulkan data.

7. Pengolahan Data

Data diolah dan dilihat. Instrumen uji statistik yang penting untuk tujuan penelitian digunakan untuk mencapai hal ini.

8. Kesimpulan

Informasi dikumpulkan untuk menarik kesimpulan setelah pemrosesan dan analisis data berhasil. Rumusan masalah dan hipotesis yang diajukan akan diperjelas melalui kesimpulan, dan kebenaran dapat ditegakkan.

3.3 Jenis Penelitian

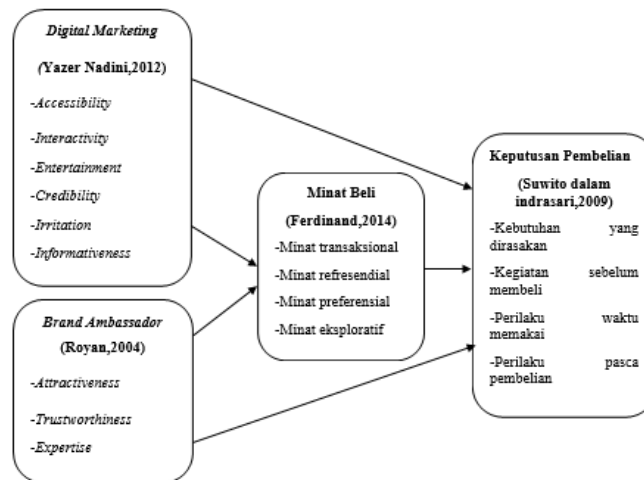
Penelitian ini menggunakan jenis penelitian kuantitatif dengan metode survei. Metode survei digunakan dalam evaluasi untuk membuat pencanderaan secara sistematis, faktual, dan akurat terhadap fakta-fakta serta sifat-sifat populasi atau daerah tertentu. Survei digunakan untuk memperoleh atau mengumpulkan data informasi terkait populasi yang besar.

3.4 Teknik Pengumpulan Data

Pada penelitian ini teknik pengumpulan data menggunakan Kuesioner. Data yang didapat dalam penelitian ini diperoleh dengan menyebarkan kuesioner, yakni peneliti terjun langsung untuk mendapatkan data dari pihak yang bersangkutan secara langsung atau disebut juga data primer. Menurut Sugiyono (2018) data primer adalah sumber data yang langsung memberikan data kepada pengumpul data. Selanjutnya peneliti akan melakukan pengambilan data langsung pada obyek penelitian dengan cara menyebarkan kuesioner. Kuesioner diberikan secara langsung kepada para responden yang sudah dijadikan sampel, kuesioner yang diberikan kepada para responden berisi beberapa pertanyaan yang harus dijawab oleh responden.

3.5 Kerangka Berpikir

Kerangka berpikir yang baik akan mendefinisikan secara teoretis hubungan antara variabel yang akan diteliti. Menurut Uma sekaran (2017) dalam Suci (2020). Kerangka pemikiran pada penelitian ini yaitu sebagai berikut:



Gambar 3. 4 Kerangka Berpikir Penelitian

3.6 Hipotesis

Berdasarkan rumusan dari hipotesis yang akan diajukan dengan analisis jalur yakni “Pengaruh *digital marketing* dan *brand ambassador* terhadap keputusan pembelian melalui minat beli” sehingga hipotesis yang di uji antara lain:

H1: Diduga ada pengaruh *Digital Marketing* dan *Brand Ambassador* terhadap Minat beli pada produk kopi kenangan di Purwakarta.

H2: Diduga ada pengaruh *Digital Marketing* dan *Brand Ambassador* dan Minat beli terhadap Keputusan Pembelian pada produk kopi kenangan di Purwakarta.

H3: Didiuga ada pengaruh *Digital Marketing* dan *Brand Ambassador* melalui Minat beli terhadap Keputusan Pembelian pada produk kopi kenangan di Purwakarta.

3.7 Instrumen Penelitian

Dalam Instrumen penelitian kuantitatif, kualitas pada instrumen penelitian berhubungan dengan validitas serta reliabilitas instrumen dan kualitas pengumpulan data berkenaan ketepatan cara-cara yang digunakan untuk mengumpulkan data.

Maka dari itu, instrumen yang telah teruji validitas dan reliabilitasnya, belum tentu mampu menghasilkan data yang valid dan reliabel, apabila instrumen tersebut tidak digunakan secara tepat dalam pengumpulan datanya. Instrumen dalam penelitian kuantitatif dapat berupa test, pedoman wawancara, pedoman observasi dan kuesioner.

Instrumen penelitian adalah langkah utama dalam melakukan sebuah penelitian, tujuan dari sebuah penelitian tersebut yakni, untuk mendapatkan hasil dari sebuah data.

Raisyah Nurul Amanah, 2023

PENGARUH DIGITAL MARKETING DAN BRAND AMBASSADOR TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN DENGAN MINAT BELI SEBAGAI VARIABEL INTERVENING PADA PRODUK KOPI KENANGAN DI PURWAKARTA

Universitas Pendidikan Indonesia | repository.upi.edu | Perpustakaan.upi.edu

Sugiyono menyatakan dalam bukunya (2013, hlm 102) instrumen penelitian dapat diartikan sebagai alat yang dipergunakan untuk memperkirakan fenomena yang diteliti. Instrumen penelitian diukur menggunakan Skala Likert untuk mengetahui besar fenomena sosial pada sikap, pendapat, atau persepsi seseorang bahkan sekelompok orang.

Tabel 3. 1 Indikator setiap variabel

| Daftar pernyataan variabel <i>digital marketing</i> (X ₁) (Yazer Nadini, 2012) | |
|---|---|
| NO | DAFTAR PERNYATAAN |
| <i>Accessibility</i> (aksesibilitas) | |
| 1 | Saya menggunakan sosial media karena sesuatu yang mudah dalam <i>digital marketing</i> |
| 2 | Media sosial menjadi sumber informasi tercepat dalam <i>digital marketing</i> |
| 3 | Informasi yang diberikan dalam akun media sosial kopi kenangan dapat dipercaya |
| <i>Interactivity</i> (interaktivitas) | |
| 4 | Sosial media membantu saya dalam memberikan kritik atau saran kepada pihak kopi kenangan |
| 5 | Pertukaran informasi dapat dilakukan melalui media sosial kopi kenangan |
| <i>Entertainment</i> (hiburan) | |
| 6 | Kopi kenangan selalu memberikan promo kepada para pelanggan |
| 7 | Saya menemukan bahwa mengumpulkan informasi tentang kopi kenangan melalui media sosial (<i>Instagram: @kopikenangan</i>) adalah hal yang menyenangkan |
| <i>Credibility</i> (kepercayaan) | |
| 8 | Sosial media membantu saya meyakini untuk membeli produk kopi kenangan |
| 9 | Kopi kenangan memberikan perlindungan terkait kerahasiaan data konsumen dalam berbelanja produk tersebut |
| <i>Irritation</i> (kejengkelan) | |
| 10 | Saya tidak terganggu apabila iklan yang disampaikan pada media sosial kopi kenangan terlalu bertele-tele |
| 11 | Saya terganggu apabila adanya manipulasi periklanan online sehingga mengarah kepada penipuan |
| <i>Informativeness</i> (informatif) | |
| 12 | Sosial media memudahkan saya untuk menerima informasi dari kopi kenangan |

| | |
|--|---|
| 13 | Konten pemasaran digital (dalam bentuk video dan poster) kopi kenangan sangat menarik |
| Daftar pernyataan variabel <i>brand ambassador</i> (X_2) (Royan,2004) | |
| <i>Attractiveness</i> (daya tarik) | |
| 1 | Isyana Sarasvati dan Nicholas Saputra merupakan penyanyi dan aktor terkenal di Indonesia |
| 2 | Kepopuleran isyana dan nicholas sebagai brand ambassador menarik perhatian saya |
| <i>Trustworthiness</i> (Kepercayaan) | |
| 3 | Isyana dan nicholas dalam iklannya memiliki kekuatan untuk menarik perhatian saya dalam membeli produk kopi kenangan. |
| 4 | Menurut saya isyana dan nicholas dapat dipercaya ketika menyampaikan mengenai produk kopi kenangan |
| 5 | Saya memilih produk kopi kenangan karena memiliki kesamaan karakter dengan isyana yang ceria, dan nicholas yang romantis |
| <i>Expertise</i> (keahlian) | |
| 6 | Keahlian Isyana sebagai penyanyi dan nicholas sebagai aktor dapat menjadi faktor pendukung sebagai <i>brand ambassador</i> produk kopi kenangan |
| 7 | Isyana dan nicholas memiliki kemampuan yang dapat mempengaruhi persepsi konsumen mengenai produk kopi kenangan |
| Daftar pernyataan variabel minat beli (Y) (Ferdinand,2014) | |
| Minat Transaksional | |
| 1 | Pada media sosial <i>instagram</i> kopi kenangan membantu saya membuat keputusan yang lebih baik sebelum membeli produk mereka |
| 2 | Saya akan mempertimbangkan untuk membeli produk di kopi kenangan jika saya membutuhkan produk sesuai dengan keinginan saya |
| Minat Refresensial | |
| 3 | Berbagai informasi yang saya peroleh tentang kopi kenangan secara positif mempengaruhi niat saya untuk membeli produk mereka |
| 4 | Saya akan mempromosikan ke beberapa kerabat terdekat untuk membeli produk kopi kenangan |
| Minat Preferensial | |
| 5 | Produk kopi kenangan menjadi pilihan utama saya dalam produk kopi |
| 6 | Saya selalu mencari informasi produk kopi kenangan walaupun telah mengenal produk lain |
| Minat eksploratif | |
| 7 | Saya akan mengumpulkan informasi sebanyak mungkin sebelum membeli produk kopi kenangan |
| 8 | Saya mendapatkan informasi mengenai produk kopi kenangan secara mudah |
| Daftar pernyataan variabel keputusan pembelian (Z) | |

Raisyah Nurul Amanah, 2023

PENGARUH DIGITAL MARKETING DAN BRAND AMBASSADOR TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN DENGAN MINAT BELI SEBAGAI VARIABEL INTERVENING PADA PRODUK KOPI KENANGAN DI PURWAKARTA

Universitas Pendidikan Indonesia | repository.upi.edu | Perpustakaan.upi.edu

| (Suwito dalam Indrasari, 2019) | |
|---------------------------------|--|
| Kebutuhan yang dirasakan | |
| 1 | Saya membeli produk kopi kenangan karena adanya kebutuhan |
| 2 | Saya melakukan pembelian di kopi kenangan karena sesuai dengan selera saya sebagai penggemar kopi |
| Kegiatan sebelum membeli | |
| 3 | Saya memutuskan untuk membeli produk kopi kenangan setelah membandingkan dengan toko kopi yang lain |
| 4 | Saya membeli produk kopi kenangan karena memiliki cita rasa kopi yang khas |
| 5 | Saya memutuskan untuk membeli produk kopi kenangan setelah mengevaluasi dari beberapa alternatif |
| Perilaku waktu memakai | |
| 6 | Setelah melihat menu yang dijual kopi kenangan saya memutuskan untuk membeli karena sesuai dengan kebutuhan saya |
| 7 | Setelah melihat-lihat menu yang dijual saya tertarik dan memutuskan untuk membeli |
| 8 | Saya yakin keputusan saya membeli produk kopi kenangan karna kualitas yang terbaik |
| Perilaku pasca pembelian | |
| 9 | Saya akan merekomendasikan produk kopi kenangan kepada orang lain |
| 10 | Saya akan membeli produk kopi kenangan jika ingin dan membutuhkannya lagi |
| 11 | Saya tidak pernah kecewa setelah membeli produk kopi kenangan |

Tabel 3. 2 Skala Likert

| Skala | Keterangan | Pilihan |
|-------|---------------------|---------|
| 5 | Sangat Setuju | SS |
| 4 | Setuju | S |
| 3 | Netral | N |
| 2 | Tidak Setuju | TS |
| 1 | Sangat Tidak Setuju | STS |

Skala Likert menurut Sugiyono (2016) digunakan untuk mengukur sikap, pendapat, dan persepsi seseorang atau kelompok terhadap fenomena sosial.

Variabel yang perlu diukur diukur sebagai variabel indikator dengan menggunakan skala Likert. Indikator-indikator tersebut kemudian dijadikan landasan untuk pembuatan item instrumen, yang dapat berupa pernyataan atau pertanyaan. Item skala Likert pada instrumen memiliki gradasi dari sangat positif hingga sangat negatif.

3.7.1 Uji Instrumen

Sebuah instrumen merupakan komponen yang berperan penting, pada sebuah penelitian. Dengan demikian, terdapat uji instrumen yakni uji validitas dan uji reliabilitas sehingga dapat digunakan dalam penelitian. Untuk mendapatkan instrumen yang valid, perlu dilakukan uji instrumen terlebih dahulu untuk menguji apakah kuesipner yang akan di sebarakan layan untuk disebarakan atau tidak. Uji instrumen dilakukan dengan aplikasi SPSS dengan sampel yang diuji berjumlah 27 responden.

3.7.2 Uji Validitas

Validitas data diukur dengan membandingkan rhitung dengan rtabel (r pearson product moment). Dengan kriteria pengujian apabila rhitung $>$ rtabel dengan $\alpha = 0,05$ maka alat ukur tersebut dinyatakan valid, dan sebaliknya apabila rhitung $<$ rtabel, maka alat ukur tersebut dinyatakan tidak valid.

3.8 Analisis Data

Menurut Sugiyono (2013), proses analisis adalah mengumpulkan semua data dari narasumber, mengelompokkan datjia berlandaskan variabel, mengolah dan menyajikan data untuk masing-masing variabel dan melaksanakan proses komputasi untuk menguji hipotesis dalam menjawab pertanyaan-pertanyaan dalam penelitian untuk mendapatkan hasil atas hipotesis dalam penelitian ini. Analisis data diajukan untuk menguji hipotesis dan mengetahui pengaruh variabel independen (X_1), (X_2), variabel intervening (Y) dan variabel dependen (Z).

3.8.1 Perangkat Lunak (SPSS)

Metode analisis yang digunakan untuk menguji hasil dalam penelitian ini yaitu analisis regresi linear berganda dan path analysis melalui bantuan software SPSS 22. Program SPSS merupakan salah satu program pengolah statistik yang umum digunakan dalam penelitian yang menggunakan data kuantitatif atau data kualitatif yang dikuantitatifkan (Nirmala,2012).

SPSS sebagai sebuah tools memiliki banyak kelebihan yakni mampu melakukan secara lebih cepat semua perhitungan statistik dari yang sederhana sampai yang rumit sekalipun, di mana jika dilakukan secara manual akan memakan waktu

lebih lama. Tugas pengguna hanya merancang variabel yang akan dianalisis, memasukkan data, serta melakukan perhitungan dengan menggunakan tahapan yang ada pada menu yang tersedia. Setelah perhitungan selesai, tugas pengguna yakni menafsirkan angka yang dihasilkan oleh SPSS. Proses penafsiran tersebut yang jauh lebih penting dari sekadar memasukan angka dan menghitungnya. Dalam melakukan penafsiran harus diiringi dengan pengertian mengenai statistik dan metodologi penelitian yang sesuai (Aries,2015).

3.8.2 Uji Asumsi Dasar

Sebelum melakukan uji hipotesis perlu dilakukan uji asumsi dasar terlebih. Uji asumsi dasar dilakukan untuk memastikan apakah data tersebut dapat dilakukan uji statistik parametrik atau non parametrik. Menurut Sugiyono (2019), apabila salah satu syarat tidak terpenuhi, maka uji hipotesis menggunakan uji statistik non parametrik. Maka dari itu, uji asumsi ini dilakukan dengan melakukan tiga uji yaitu, uji normalitas, uji linieritas, dan uji homogenitas

3.8.2.1 Uji Normalitas

Uji normalitas bertujuan untuk menguji apakah distribusi data normal atau tidak normal (Siregar,2017). Uji normalitas menggunakan teknik *Kolmogorov-Smirnov*, dengan dasar pengambilan keputusan variabel dikatakan memiliki persebaran data normal apabila nilai *sig* lebih besar dari 0,05 atau sebaliknya.

3.8.2.2 Uji Linieritas

Uji linieritas digunakan untuk mengetahui linieritas data, yakni apakah hubungan dua variabel memiliki hubungan linier atau tidak linier (Aldy, 2016). Uji ini digunakan sebagai prasyarat dalam analisis korelasi Pearson atau regresi linear. Dua variabel dikatakan memiliki hubungan yang linear apabila signifikansi (Linearity) kurang dari 0,05. Teori lain mengatakan bahwa dua variabel memiliki hubungan yang linier bila signifikansi (Deviation for Linearity) lebih dari 0,05.

4. Uji Homogenitas

Uji homogenitas digunakan untuk mengetahui varian populasi data apakah antara dua kelompok atau lebih data memiliki varian yang sama atau berbeda. Uji ini sebagai prasyarat dalam uji hipotesis yakni *Independent Samples T Test* dan *One Way*

ANOVA. Kriteria pengambilan keputusan adalah jika nilai signifikansi lebih dari 0,05 maka dapat dikatakan bahwa varian dari dua atau lebih kelompok data adalah sama (homogen).

3.8.3 Analisis Regresi Linear Berganda

Analisis regresi linier berganda dilakukan untuk mengetahui serta seberapa besar pengaruh variabel independen terhadap variabel dependel (Ghozali,2018)

Analisis uji regresi yaitu suatu kajian dari hubungan antara satu variabel, dengan satu atau lebih variabel. Apabila variabel bebasnya hanya satu, maka uji/analisis regresinya dikenal dengan regresi linear sederhana. Apabila variabel bebasnya lebih dari pada satu, maka uji atau analisis regeresinya dikenal dengan regresi linear berganda. (I.M Yuliara, 2018)

A. Koefisien berganda (R)

Suatu korelasi bermaksud untuk melihat hubungan antara tiga atau lebih variabel (dua atau lebih variabel independen dan satu variabel dependen). Korelasi ganda berkaitan dengan interkorelasi variabel-variabel independen sebagaimana korelasi mereka dengan variabel dependen. Menurut Riduwan (2012) korelasi ganda merupakan suatu nilai yang memberikan kuatnya pengaruh atau hubungan dua variabel atau lebih secara bersama-sama dengan variabel lain.

B. Koefisien determinasi (R^2)

Neolaka (2014) mengemukakan Koefisien determinasi (R^2) yaitu mengukur seberapa jauh kemampuan model dalam menerangkan variasi variabel dependen. Nilai koefisien determinasi yakni antara nol sampai satu ($0 < R^2 < 1$). Nilai R^2 yang kecil berarti kemampuan variabel-variabel independen dalam menjelaskan variasi variabel dependen sangat terbatas. Nilai mendekati satu berarti variabel independen memberikan hampir semua informasi yang dibutuhkan untuk mempresiksi variasi variabel dependen.

3.8.4 Analisis Jalur (*Path Analysis*)

Suatu variabel disebut mediator jika variabel tersebut ikut mempengaruhi hubungan antara variabel predictor (independen) dan variabel criterion (dependen).

Analisis biasa digunakan untuk menguji apakah ada pengaruh langsung yang diberikan oleh variabel bebas terhadap variabel terikat. Sementara, analisis jalur tidak hanya menguji pengaruh langsung saja. Akan tetapi menjelaskan mengenai pengaruh tidak langsung yang diberikan variabel bebas melalui variabel intervening terhadap variabel terikat.