

BAB III

METODE PENELITIAN

3.1. Jenis Penelitian

Penelitian ini menggunakan metode kuantitatif, metode kuantitatif adalah metode yang di gunakan terhadap data yang berwujud angka-angka dan cara pembahasannya dengan uji statistik, teknik perhitungan secara kuantitatif matematik dapat dilakukan sehingga dapat menghasilkan suatu kesimpulan yang berlaku umum didalam suatu parameter (Sugiyono, 2014).

3.2. Variabel Penelitian dan Definisi Operasional Variabel.

3.2.1. Variabel Penelitian

Variabel adalah sesuatu yang bervariasi atau berbeda, kata sesuatu ditekankan dan diperjelas dalam definisi kedua yakni simbol atau suatu konsep yang diasumsikan sebagai suatu nilai-nilai (Sarwono, 2006).

Variabel penelitian pada dasarnya yaitu sesuatu yang berbentuk apa saja yang sudah ditetapkan oleh peneliti yang digunakan untuk dipelajari sehingga memperoleh informasi yang kemudian ditarik kesimpulannya (Sugiyono P. D., 2011).

Di dalam penelitian ini terdapat 2 jenis variabel yaitu variabel dependen (terikat) dan variabel independen (bebas).

3.2.1.1. Variabel Bebas (Variabel *Independen*)

Variabel bebas atau Variabel *Independen* adalah variabel yang mempengaruhi atau yang menyebabkan perubahan atau

timbulnya variabel dependen. Berdasarkan landasan teori dan perumusan hipotesis yang ada maka yang menjadi variabel independen dalam penelitian ini adalah :

1. Citra Perusahaan (X_1)
2. Motivasi Konsumen (X_2)
3. Persepsi Konsumen (X_3)

3.2.1.2. Variabel Terikat (Variabel *Dependen*)

Variabel Terikat atau Variabel *dependen* adalah variabel yang dipengaruhi atau yang menjadi akibat karena adanya variabel bebas. Berdasarkan landasan teori dan perumusan hipotesis yang ada, maka variabel dependen dalam penelitian ini adalah Keputusan Penggunaan Jasa (Y).

3.2.2. Definisi Operasional Variabel

Definisi operasional variabel merupakan suatu variabel dengan memberi arti atau menspesifikasi kegiatan atau membenarkan suatu operasional yang diperlukan untuk mengukur variabel tersebut (Sugiyono, 2008).

Tabel 3.1

Variabel Penelitian dan Definisi Operasional Variabel

No	Variabel	Definisi Operasional	Indikator	Sumber	Skala Pengukuran
Variabel Independent (X)					
1	Citra Perusahaan	Citra perusahaan adalah kesan-kesan yang dimiliki	Sekumpulan kesanbaik Dapat dipercaya	Weiwei (2007) dalam	Skala

		<p>publik terhadap perusahaan. Jadi citra perusahaan dapat didefinisikan persepsi masyarakat terhadap perusahaan sebagai perusahaan yang baik, dapat dipercaya, dan professional.</p> <p>Weiwei (2007) dalam (Prabowo, EP. M.Si, & Prabawani, 2015).</p>	<p>Profesional</p>	<p>(Prabowo, EP. M.Si, & Prabawani, 2015).</p>	<p>Likert 1-5</p>
2.	Motivasi Konsumen	<p>Motivasi Konsumen, yaitu dorongan kebutuhan keinginan individu yang mengarah pada suatu tindakan untuk memperolehkeinginannya.</p> <p>(Kotler dan Keller; 2006) dalam (Fredereca & Chairy, 2010)</p>	<p>- Dorongan kebutuhan akan memiliki produk</p> <p>- Dorongan kebutuhan akan menggunakan produk setiap saat</p> <p>- Dorongan untuk menunjang penampilan</p> <p>- Dorongan akan tren yang sedang terjadi di lingkungan sosial</p> <p>- Dorongan kegemaran akan produk</p> <p>(Fredereca & Chairy, 2010: 78) dalam (Tompunu, 2014)</p>	<p>(Kotler dan Keller; 2006) dalam (Fredereca & Chairy, 2010)</p> <p>(Fredereca & Chairy, 2010: 78) dalam (Tompunu, 2014)</p>	<p>Skala Likert 1-5</p>
3.	Persepsi Konsumen	<p>Persepsi konsumen adalah Sebuah proses yang diawali dengan pemahaman</p>	<p>- Pemahaman terhadap manfaat jasa</p> <p>- Pemahaman tentang</p>	<p>(Hawkins,, et al, 2007) dalam (Fredereca</p>	<p>Skala Likert</p>

		<p>konsumen dan perhatian terhadap rangsangan pemasaran dan berakhir dengan penafsiran konsumen terhadap sesuatu.</p> <p>(Hawkins,, et al, 2007) dalam (Fredereca & Chairy, 2010)</p>	<p>variasi tipe jasa</p> <p>Pemahaman tentang popularitas merek jasa</p> <p>Pemahaman tentang keistimewaan jasa</p> <p>Pemahaman tentang kegunaan jasa</p> <p>(Fredereca & Chairy, 2010: 78) dalam (Tompunu, 2014)</p>	<p>& Chairy, 2010)</p> <p>(Fredereca & Chairy, 2010: 78) dalam (Tompunu, 2014)</p>	1-5
Variabel Dependent (Y)					
1	Keputusan Penggunaan Jasa	<p>pengambilan keputusan konsumen adalah proses pengintegrasian yang mengkombinasikan pengetahuan untuk mengevaluasi dua atau lebih perilaku alternatif dan memilih salah satu diantaranya.</p> <p>Setiadi (2010:332)</p>	<p>Kecepatan memutuskan menggunakan jasa</p> <p>Keyakinan untuk menggunakan jasa</p> <p>Sesuai dengan kebutuhan</p> <p>Prioritas pada pilihan</p> <p>Menurut (Setiadi, 2010).</p>	Menurut (Setiadi, 2010).	Skala Likert 1-5

Sumber : Weiwei (2007) dalam (Prabowo, EP. M.Si, & Prabawani, 2015); (Kotler dan Keller; 2006) dalam (Fredereca & Chairy, 2010); (Fredereca & Chairy, 2010: 78) dalam (Tompunu, 2014); (Hawkins,, et al, 2007) dalam (Fredereca & Chairy, 2010); (Fredereca & Chairy, 2010: 78) dalam (Tompunu, 2014); (Setiadi J. N., 2010), diolah peneliti 2019.

3.3. Data dan Sumber data.

3.3.1. Data

Jenis data yang digunakan dalam penelitian ini, yaitu dengan menggunakan penelitian survey dengan wawancara dan menyebarkan kuesioner. Serta dalam penelitian ini menggunakan metodologi

penelitian kuantitatif yaitu metodologi yang berdasarkan data dari hasil pengukuran berdasarkan variabel penelitian yang sudah ada. Objek kajian dari metode penelitian kuantitatif adalah eksak dan ilmu pasti.

3.3.2. Sumber Data

Sumber data yang digunakan dalam penelitian tentang “Citra Perusahaan, Motivasi Konsumen, Dan Persepsi Konsumen Terhadap Keputusan Penggunaan Jasa Butik Munja Griya Busana di Jepara” sebagai berikut:

3.3.2.1. Data Primer

Data yang pertama kali dicatat dan dikumpulkan oleh peneliti. Data primer yakni membutuhkan data atau informasi dari sumber pertama atau yang disebut dengan responden. Data atau informasi dalam penelitian ini diperoleh melalui pertanyaan-pertanyaan tertulis dengan menggunakan kuesioner atau lisan dengan menggunakan metode wawancara (Sarwono, 2006). Sedangkan menurut Sugiyono (2012) data primer merupakan sumber data secara langsung yang memberikan data kepada pengumpul data.

Pengumpulan data primer pada penelitian ini merupakan tanggapan responden, melalui penyebaran kuesioner dan melakukan wawancara secara langsung dengan pihak-pihak

yang bersangkutan terhadap objek penelitian yaitu Butik Munja Griya Busana.

3.3.2.2. Data Sekunder

Data yang sudah ada atau tersedia dan sudah dikumpulkan oleh pihak lain. Data sekunder pada umumnya berupa bukti, catatan serta laporan historis yang sudah tersusun baik dalam arsip yang sudah dipublikasikan maupun yang tidak dipublikasikan. Menurut (Sugiyono, 2012) data sekunder merupakan sumber data yang diperoleh dengan membaca, mempelajari dan memahami media lain yang bersumber dari buku serta dokumen perusahaan. Untuk mendukung penelitian ini, penulis mendapatkan data sekunder dari sumber obyek yang diteliti yaitu data konsumen perbulan dan data jumlah karyawan dari semua butik di Jepara serta data penjualan dari Butik Munja Griya Busana di Jepara selama di tahun 2018.

3.4. Populasi, Teknik Pengambilan Sampel Dan Jumlah Sampel.

3.4.1. Populasi

Menurut Sugiyono (2008) Populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri atas unsur objek atau subyek yang memiliki kualitas dan karakteristik tertentu yang dipilih langsung oleh peneliti untuk dipelajari kemudian ditarik kesimpulannya. Objek pada penelitian ini adalah Butik Munja Griya Busana di Jepara dan populasinya adalah

seluruh pengunjung Butik Munja Griya Busana di Jepara yang memutuskan untuk menggunakan jasa, sehingga populasi dalam penelitian ini tidak diketahui jumlahnya.

3.4.2. Teknik Pengambilan Sampel

Populasi dari penelitian ini tidak diketahui sehingga teknik pengambilan sample yang digunakan adalah *NonProbability Sampling* yaitu *Accidental Sampling* yang merupakan 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 cocok sebagai sumber data (Sugiyono P. D., 2011).

3.4.3. Jumlah Sampel

Dari populasi yang tidak diketahui kemudian diambil sampelnya. Menurut Sugiyono (2011) sample penelitian adalah: “Sampel adalah bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi”. Untuk menentukan ukuran sampel penelitian dari populasi tidak diketahui, maka pengambilan sampel dilakukan dengan menggunakan rumus Rao Purba (Harjanto, 2010) sebagai berikut:

$$n = \frac{z^2}{4(moe)^2}$$

Dimana:

n = Jumlah sampel

Z^2 = Tingkat keyakinan yang dalam penentuan sampel 95% =
1,96

moe = Margin of error atau kesalahan maksimum yang bisa di toleransi, disini ditetapkan sebesar 10%.

Berdasarkan rumus di atas, maka jumlah sampel dalam penelitian ini adalah:

$$n = \frac{z^2}{4(moe)^2} = \frac{1,96^2}{4(0,1)^2} = 96,04 \text{ (dibulatkan 96)}$$

Berdasarkan hasil diatas, bahwa sampel ditentukan sebanyak 96,04 responden yang dibulatkan menjadi 96 responden. Pada dasarnya tidak ada aturan dalam menentukan prosentase yang dianggap tepat dalam menentukan sampel secara generalisasi atau tidak diketahui, maka dalam hal ini peneliti mengambil sampel 96 orang responden yang cukup mewakili untuk di teliti, yakni konsumen yang menggunakan jasa pada Butik Munja Griya Busana. Berdasarkan penghitungan pengambilan sampel diatas, maka dapat diketahui bahwa jumlah sampel yang digunakan dalam penelitian ini adalah sebanyak 96 responden pada Butik Munja Griya Busana di Jepara.

3.5. Metode Pengumpulan Data

Untuk mendapatkan data yang dibutuhkan dalam penelitian, metode yang digunakan adalah sebagai berikut:

3.5.1. Wawancara

Menurut Sugiyono (2014) wawancara merupakan teknik pengumpulan data jika peneliti ingin melakukan studi pendahuluan untuk menemukan suatu masalah yang harus diteliti dan jika peneliti

ingin mengetahui suatu hal dari responden yang mendalam dan responden berjumlah sedikit atau kecil.

3.5.2. Kuesioner

Menurut Anwar (2013) kuesioner merupakan pengumpulan data yang tidak perlu adanya kehadiran peneliti, tetapi cukup diwakilkan oleh daftar pertanyaan pertanyaan (kuesioner) yang telah disusun secara cermat dan baik terlebih dahulu.

Kuesioner dapat diberikan kepada responden melalui cara sebagai berikut:

- a. Disampaikan secara langsung kepada responden
- b. Dikirim bersama dengan barang lain
- c. Dikirim ditempat yang ramai
- d. Dikirim dengan melalui e-mail, pos

3.5.3. Observasi

Menurut Anwar (2011) observasi merupakan suatu cara untuk mengumpulkan data melalui proses pencatatan dari perilaku subjek (orang), objek atau kejadian sistematis tanpa terdapat adanya pertanyaan atau komunikasi dengan individu yang diteliti.

3.5.4. Studi Pustaka

Studi pustaka merupakan usaha yang dilakukan peneliti untuk menghimpun informasi yang akurat masalah yang akan atau sedang diteliti, serta dilakukan dengan membaca buku, literature, jurnal-jurnal

serta sumber referensi lainnya yang mempunyai kaitan dengan masalah yang akan diteliti.

Dari penjelasan metode pengumpulan data di atas, peneliti menarik kesimpulan, yaitu metode pengumpulan data pada penelitian ini menggunakan metode wawancara, kuesioner, observasi, dan studi pustaka. Penyebaran kuesioner disebarakan secara langsung yaitu mendatangi satu per satu calon responden, lalu menanyakan kesediaannya untuk mengisi kuesioner. Prosedur ini penting dilaksanakan karena peneliti ingin menjaga agar kuesioner hanya diisi oleh responden yang memenuhi syarat dan bersedia mengisi dengan kesungguhan. Penyebaran kuesioner yang terkait dengan pengaruh variabel citra perusahaan, motivasi konsumen, dan persepsi konsumen terhadap keputusan penggunaan jasa diberikan kepada konsumen Butik Munja Griya Busana di Jepara.

3.6. Metode Pengolahan Data.

Teknik yang digunakan dalam pengolahan data menggunakan hitungan komputasi melalui program SPSS (*Statistical Product and Service Solution*) dikarenakan program ini mempunyai kemampuan analisis statistik yang cukup tinggi serta sistem manajemen data pada lingkungan grafis menggunakan menu-menu deskriptif dan kotak-kotak dialog sederhana, sehingga dapat lebih mudah untuk dipahami cara pengoperasiannya:

Metode pengolahan data yang digunakan adalah sebagai berikut:

3.6.1. Pengeditan (Editing)

Proses yang dilakukan setelah data terkumpul untuk melihat apakah keseluruhan jawaban pada kuesioner responden telah terisi lengkap atau belum.

3.6.2. Pemberian Kode (Coding)

Proses pemberian kode tertentu terhadap beraneka ragamnya jawaban dari kuisisioner yang dikelompokkan ke dalam kategori yang sama.

3.6.3. Pemberian Skor (Scoring)

Proses penentuan skor atas jawaban responden yang dilakukan dengan membuat klasifikasi dan kategori yang cocok tergantung pada anggapan atau opini responden. Perhitungan tersebut dengan menggunakan skala Likert. Dari setiap jawaban responden terhadap daftar pertanyaan yang diajukan, kemudian diberi skor tertentu. Skor tersebut yaitu antara 1 sampai 5, dengan ketentuan sebagai berikut (Sugiyono, 2008):

- | | |
|------------------------------|---------------|
| a. Sangat Setuju (SS) | diberi skor 5 |
| b. Setuju (S) | diberi skor 4 |
| c. Kurang Setuju (KS) | diberi skor 3 |
| d. Tidak Setuju (TS) | diberi skor 2 |
| e. Sangat Tidak Setuju (STS) | diberi skor 1 |

3.6.4. Tabulasi (Tabulating)

Proses penyusunan data kembali dalam bentuk tabel-tabel. Dalam tabulasi ini jawaban yang serupa akan dikelompokkan dengan teliti dan teratur kemudian dihitung dan dijumlahkan berapa banyak peristiwa atau gejala yang termasuk dalam satu kategori. Kegiatan inilah yang nantinya akan dilakukan sampai terwujudnya tabel yang berguna dalam analisis data.

3.7. Metode Analisis Data

Metode analisis yang digunakan dalam penelitian ini adalah analisis data kuantitatif, untuk memperkirakan secara kuantitatif pengaruh dari beberapa variabel Independen secara bersama-sama (simultan) maupun secara parsial (individu) terhadap variabel dependen. Hubungan fungsional antara variabel independen dengan variabel dependen dapat dilakukan dengan regresi berganda. Metode Analisis Data dilakukan dengan menggunakan bantuan program komputer yaitu SPSS (*Statistical Package For Social Science*).

Pada penelitian ini metode analisis data yang digunakan yaitu sebagai berikut:

3.7.1. Statistik Deskriptif

Statistik deskriptif dilakukan dengan memberikan gambaran atau deskripsi suatu data yang dilihat dari nilai rata-rata (mean), standar deviasi, varian, maksimum, minimum, sum, range, kurtosis dan skewness (kemencengan distribusi) (Ghozali, 2016).

3.7.2. Uji Kualitas Data

3.7.2.1. Uji Validitas

Uji validitas digunakan untuk mengukur sah atau valid tidaknya suatu kuesioner. Suatu kuesioner dapat dikatakan valid jika pertanyaan yang ada pada kuesioner mampu untuk mengungkapkan sesuatu yang akan diukur oleh kuesioner tersebut (Ghozali, 2016). Uji signifikansi ini dilakukan dengan cara membandingkan nilai r hitung dengan r tabel untuk degree of freedom $(df)=n-2$, dalam hal ini n adalah jumlah sampel dari penelitian.

3.7.2.2. Uji Reliabilitas

Uji Reliabilitas adalah alat untuk mengukur kuesioner yang merupakan indikator dari variabel atau konstruk. Suatu kuesioner dapat dikatakan reliabel atau handal jika jawaban seseorang terhadap pernyataan adalah konsisten atau stabil dalam waktu ke waktu (Ghozali, 2016).

Penelitian yang dilakukan menggunakan reliabilitas dengan cara One Shot atau pengukuran sekali saja dan kemudian hasilnya dibandingkan dengan pertanyaan lain atau mengukur korelasi antar jawaban pertanyaan. Pengukuran reliabilitas dalam penelitian ini dibantu dengan SPSS untuk Uji statistik Cronbach's Alpha sebagai berikut :

- a. Nilai Cronbach's Alpha antara $(\alpha) > 0,60$ maka reliabilitasnya baik.
- b. Nilai Cronbach's Alpha antara $(\alpha) 0.6 - 0.79$ maka reliabilitasnya dapat diterima.
- c. Nilai Cronbach's Alpha $(\alpha) < 0.60$ reliabilitasnya buruk.

Hasil dari uji statistik Cronbach's Alpha (α) akan menentukan instrumen yang digunakan dalam penelitian ini reliable digunakan atau tidak.

3.7.3. Uji Asumsi Klasik

Pengujian terhadap asumsi klasik model regresi mencakup empat aspek, yaitu *normalitas*, *multikolinieratias*, *heteroskedastisitas*, dan *autokorelasi*.

3.7.3.1. Uji Normalitas

Uji normalitas dimaksudkan untuk mengetahui apakah residual yang diteliti berdistribusi normal atau tidak. Tujuan uji normalitas adalah untuk menguji apakah dalam sebuah model regresi, variabel dependen, variabel independen, atau keduanya mempunyai distribusi normal atau mendekati normal (Ghozali, 2016).

Jika asumsi ini dilanggar maka uji statistik menjadi tidak valid untuk jumlah sampel kecil. Ada cara untuk mendeteksi apakah residual berdistribusi normal atau tidak yaitu dengan

analisa grafik dan uji statistik. Untuk menguji apakah data berdistribusi normal atau tidak dilakukan uji statistik Kolmogorov-Smirnov test. Residual berdistribusi normal jika memiliki nilai signifikansi dari Kolmogorov-Smirnovtest $> 0,50$ (Ghozali, 2016).

3.7.3.2. Uji Multikolonieritas

Uji Multikolonieritas bertujuan untuk menguji apakah model regresi ditemukan adanya kolerasi antar variabel bebas (independen). untuk menguji multikolonieritas dengan cara melihat nilai VIF masing-masing variabel independen, jika nilai $VIF < 10$ maka dapat disimpulkan data bebas dari gejala multikoleniaritas (Ghozali, 2016).

3.7.3.3. Uji Heteroskedastisitas

Uji Heteroskedastisitas bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi terjadi ketidaksamaan *variance* dari residual satu pengamatan ke pengamatan yang lain. Ada beberapa cara yang dapat dilakukan untuk melakukan uji heteroskedastisitas yaitu: uji grafik plot, uji park, uji glejser dan uji *white*. Pengujian pada peneltian ini menggunakan uji grafik plot antara nilai prediksi variabel independen yaitu *ZPRED* dengan residualnya *SRESID* dan uji glejser. Deteksi ada tidaknya heteroskedastisitas dapat dilakukan dengan

melihat ada tidaknya pola tertentu pada grafik scatterplot dengan dasar analisis (Ghozali, 2016).

- a) Jika ada pola tersebut seperti titik-titik yang ada membentuk pola tersebut yang teratur (bergelombang menyebar kemudian menyempit) maka mengindikasikan terjadi heteroskedastisitas.
- b) Jika tidak ada pola yang jelas, serta titik-titik menyebar diatas dan dibawah angka 0 (nol) pada sumbu Y, maka tidak terjadi heteroskedastisitas.

3.7.3.4. Uji Autokorelasi

Uji autokorelasi bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi linier ada korelasi antara kesalahan pengganggu pada periode t dengan kesalahan pengganggu pada periode $t-1$ (sebelumnya). Jika terjadi korelasi maka dinamakan ada problem autokorelasi (Ghozali, 2016).

Pada penelitian ini untuk menguji ada tidaknya gejala autokorelasi menggunakan uji *Durbin-Watson* (*DW test*). Uji Durbin Watson (*DW test*) digunakan untuk autokorelasi tingkat satu dan mensyaratkan adanya konstanta dalam model regresi dan tidak ada variabel lagi di antara variable independen.

Hipotesis yang akan diuji adalah :

H_0 : tidak ada autokorelasi ($r = 0$)

H_A : ada autokorelasi ($r \neq 0$)

Tabel 3.2.

Pengambilan Keputusan Ada Tidaknya Autokorelasi

Hipotesis Nol	Keputusan	Jika
Tidak ada autokorelasi positif	Tolak	$0 < d < d_l$
Tidak ada autokorelasi positif	No <i>Decision</i>	$d_l \leq d \leq d_u$
Tidak ada korelasi negatif	Tolak	$4-d_l < d < 4$
Tidak ada korelasi negatif	No <i>Decision</i>	$4-d_u \leq d \leq 4-d_l$
Tidak ada autokorelasi, positif atau negatif	Tidak Ditolak	$d_u < d < 4-d_u$

3.7.4. Analisis Regresi Linier Berganda

Analisis Regresi pada dasarnya adalah pengetahuan mengenai ketergantungan antara variabel terikat (dependen) terhadap satu atau lebih variabel bebas (independen) yang bertujuan untuk memprediksi rata-rata variabel dependen berdasarkan nilai variabel independen yang sudah diketahui (Gujarati, 2003) dalam (Ghozali, 2005).

Analisis regresi linear berganda dalam penelitian ini berfungsi untuk dapat mengetahui besarnya pengaruh variabel bebas yaitu Citra Perusahaan (X1), Motivasi Konsumen (X2) dan Persepsi Konsumen (X3) terhadap variabel terikat Keputusan Penggunaan Jasa (Y). Adapun bentuk persamaan regresi berganda yang

digunakan untuk penelitian ini adalah sebagai berikut (Sugiyono, 2014):

$$Y = a + b_1X_1 + b_2X_2 + b_3X_3 + e$$

Dimana :

Y = Keputusan Penggunaan Jasa

a = Konstanta

b_1, b_2, b_3 = Koefisien Regresi

X_1 = Citra Perusahaan

X_2 = Motivasi Konsumen

X_3 = Persepsi Konsumen

e = *error*

3.7.5. Uji Hipotesis

3.7.5.1. Uji F

Uji F dilakukan untuk membandingkan dengan signifikan F_{hitung} dengan F_{tabel} dengan Kriteria pengambilan keputusannya :

1. Jika H_0 diterima H_a ditolak jika $F_{hitung} < F_{tabel}$ untuk $\alpha = 0,05$, artinya Secara simultan, pengujian hipotesis dilakukan dengan Uji *F-test*. Uji F pada dasarnya menunjukkan apakah semua variabel bebas yang dimasukkan dalam model mempunyai pengaruh secara bersama-sama terhadap variabel dependen/terikat (Ghozali, 2016). tidak signifikan.

2. Jika H_0 ditolak H_a diterima jika $F_{hitung} > F_{tabel}$ untuk $\alpha = 0,05$, artinya signifikan.

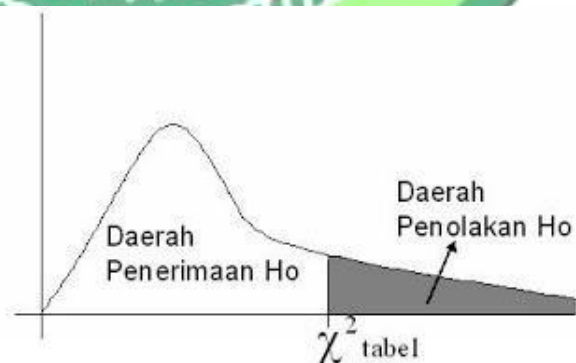
Uji statistik F yang akan diidentifikasi adalah :

- a. $H_0 : b_i = 0$, hal ini berarti tidak adanya pengaruh antara variabel independen yakni X_1 , X_2 , dan X_3 secara simultan terhadap variabel dependen yaitu Y.
- b. $H_a : b_i \neq 0$, hal ini berarti adanya pengaruh antara variabel independen yakni X_1 , X_2 , dan X_3 secara simultan terhadap variabel dependen yakni Y.

Dasar dari pengambilan keputusan H_0 diterima yaitu:

- a. Apabila angka sig. $< 0,05$ maka variabel bebas (X) berpengaruh terhadap variabel terikat (Y)
- b. Apabila angka sig. $> 0,05$ maka variabel bebas (X) tidak berpengaruh terhadap variabel terikat (Y).

Adapun kurva uji F sebagai berikut:



Gambar 3.1. Kurva Uji F

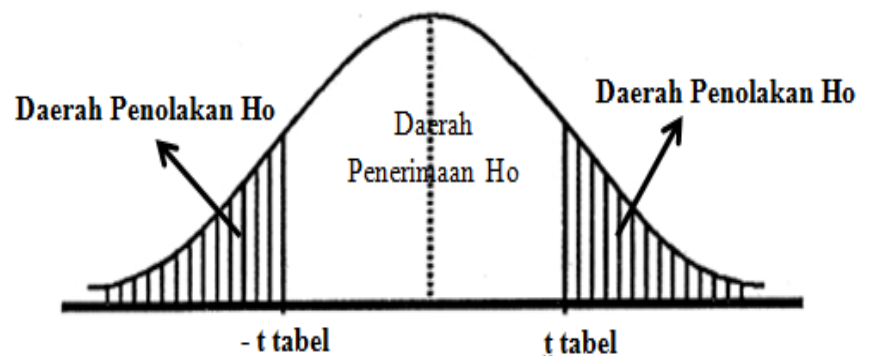
3.7.5.2. Uji t

Secara parsial, pengujian hipotesis dilakukan dengan uji t-test. Menurut (Ghozali, 2016) tujuan pengujian ini adalah untuk mengetahui seberapa jauh pengaruh satu variabel bebas (citra perusahaan, motivasi konsumen, dan persepsi konsumen) dalam menjelaskan variasi variabel terikat (keputusan penggunaan jasa) secara terpisah ataupun bersama-sama. Menurut (Ghozali, 2016) Nilai t_{hitung} akan dibandingkan dengan nilai t_{tabel} . kriteria pengambilan keputusan yaitu :

1. H_0 diterima dan H_a ditolak jika $t_{hitung} < t_{tabel}$ pada $\alpha = 0,05$
2. H_0 ditolak dan H_a diterima jika $t_{hitung} > t_{tabel}$ pada $\alpha = 0,05$

Adapun kurva uji t sebagai berikut:

Uji Hipotesis Dua Arah



Gambar 3.2. Kurva Uji t

3.7.6. Analisis Koefisien Determinasi (R^2)

Koefisien determinasi (R^2) pada intinya mengukur seberapa besar kemampuan model dalam menerangkan variabel bebas. Uji koefisien determinasi (R^2) adalah dengan presentasi pengkuadratan nilai koefisien yang ditemukan.

Koefisien Determinasi (R^2) berkisar antara 0 (nol) sampai dengan 1 (satu), ($0 \leq (R^2) \leq 1$). Hal ini berarti jika koefisien determinasi (R^2) semakin besar, maka semakin baik kemampuan variabel bebas (X) menerangkan variabel terikat (Y). Secara sistematis jika nilai (R^2) = 1, maka Adjusted $R^2 = R^2 = 1$ Sedangkan jika nilai $R^2 = 0$ maka adjusted $R^2 = (1-k)/(n-k)$. Jika $k > 1$, maka Adjusted R^2 akan bernilai negatif Ghozali (2016).

Koefisien determinasi (R^2) bertujuan untuk mengukur seberapa jauh kemampuan model dalam menerangkan variabel dependent. Nilai (R^2) yang kecil berarti kemampuan variabel independent dalam menjelaskan variasi variabel dependent amat terbatas. Koefisien determinasi (R^2) pada intinya disebut penentu, karena varian yang terjadi pada variabel dependent dapat dijelaskan melalui varian yang terjadi pada variabel independent (Ghozali, 2013).

3.8. Roadmap Penelitian

Tabel 3.3.

Jadwal Kegiatan Penelitian

No.	Waktu pelaksanaan	Langkah-langkah yang diperlukan
1.	1 Oktober 2018 s/d 12 Oktober 2018	- Mengumpulkan jurnal-jurnal ilmiah dengan hasil negatif
2.	13 Oktober 2018	- Bimbingan dengan Dosen pembimbing (diskusi artikel/jurnal) - Menentukan objek penelitian
3.	14 Oktober 2018 sampai 25 Oktober 2018	- Observasi ke lapangan (objek yang diteliti) - Mencari data dengan cara interview dengan pemilik perusahaan - Mengumpulkan data yang didapat dari sumber (dari empat pemain besar perusahaan di Jepara yang sesuai dengan objek yang dipilih) - Mencari fenomena masalah dari objek yang dipilih dengan bukti data yang didapat
4.	26 Oktober 2018	- Membuat judul dengan acuan jurnal
5.	27 Oktober 2018	- Pengajuan judul pertama ke Dosen pembimbing dan ACC judul oleh Dosen pembimbing
6.	28 Oktober 2018	- Pengisian form pengajuan judul - Pengajuan judul ke Kaprodi Manajemen
7.	29 Oktober 2018 sampai 6 November 2018	- Pemberitahuan pengambilan form judul di Kaprodi - Proses pembuatan proposal skripsi BAB I sampai BAB III
8.	7 November 2018	- Bimbingan proposal skripsi tahap pertama ke Dosen pembimbing
9.	8 November 2018 s/d 18 November 2018	- Revisi proposal skripsi
10.	19 November 2018	- Bimbingan proposal skripsi tahap kedua ke Dosen pembimbing
11.	20 November s/d	- Proses revisi proposal skripsi

	11 Desember 2018	
12.	12 Desember 2018	Bimbingan proposal skripsi tahap ketiga ke Dosen Pembimbing
13.	15 Desember 2018	Pengajuan ganti judul dengan objek sama ke Dosen pembimbing dan ACC oleh Dosen
14	26 Desember 2018	- Meminta ttd form pengajuan judul ke Dosen - Pengajuan form penggantian judul kedua ke Kaprodi Manajemen
15.	27 Desember 2018 s/d 4 Januari 2019	- Proses pembuatan proposal skripsi
16.	5 Januari 2019	- Bimbingan proposal skripsi tahap pertama BAB I sampai BAB III
17.	7 Januari 2019	- Pemberitahuan pengambilan form penggantian judul di Kaprodi
18.	7 Januari 2019 s/d 10 Januari 2019	- Proses revisi proposal skripsi
19.	11 Januari 2019	- Bimbingan proposal skripsi tahap kedua revisi minggu lalu dan kuesioner
20.	12 Januari 2019 s/d 13 Januari 2019	- Proses revisi bimbingan tahap kedua dan kuesioner
21.	14 Januari 2019	- Bimbingan tahap ketiga yaitu ACC dan tanda tangan proposal skripsi oleh Dosen Pembimbing.
22.	21 Januari 2019	- Pendaftaran SEMPRO
23.	4 Februari 2019	- Seminar Proposal
24.	7 Februari 2019	- Pengumpulan data ke DISPERINDAG
25.	8 Februari 2019	- Bimbingan revisi SEMPRO dan izin penyebaran kuesioner ke lapangan.
26.	9 Februari 2019	- Wawancara dan observasi ke butik-butik Jepara - Penyerahan surat izin riset ke objek penelitian
27.	11 Februari 2019	- Pengambilan surat balasan dari objek penelitian - Mulai Penyebaran kuesioner
28.	23 Februari 2019	- Ujian CBT

29.	24 –28 Februari 2019	- Input hasil kuesioner ke exel dan pengolahan data - Pembuatan BAB IV DAN V
30.	1 – 7 Maret 2019	- Proses penyelesaian skripsi
31.	8 Maret 2019	- Bimbingan Skripsi
32.	9 – 12 Maret 2019	- Proses revisi skripsi
33.	13 Maret 2019	- Ujian komprehensif wawancara
34.	14 – 15 Maret 2019	- Proses revisi skripsi
35.	16 Maret 2019	- Bimbingan skripsi
36.	20 Maret 2019	- ACC skripsi
37.	21 Maret 2019	- Daftar sidang skripsi

