BAB IV

HASIL PENELITIAN

A. Gambaran Umum Perusahaan

PT Indosat merupakan perusahaan yang bergerak dalam bidang penyelenggaraan jaringan telekomunikasi, jasa telekomunikasi serta informatika dan/atau jasa teknologi konvergensi, menyelenggarakan jasa transaksi pembayaran dan pengiriman uang melalui jaringan telekomunikasi serta informatika dan/atau teknologi konvergensi. Indosat didirikan pada tanggal 10 November 1967 berdasarkan Akta Pendirian No. 55 yang dibuat dihadapan Notaris Mohamd Said Tadjoedin,SH di Jakarta dan diumumkan dalam Tambahan Berita Negara No. 26 tanggal 29 Maret 1968, tambahan No. 24.

PT Indosat Tbk. sebelumnya bernama PT Indonesian Satellite Corporation Tbk. (Persero) adalah sebuah perusahaan penyedia layanan telekomunikaso yang lengkap dan terbesar kedua di Indonesia untuk jasa seluler (Matrix, Mentari, IM3). Dan didirikan sebagai perusahaan Penanaman Modal Asing (PMA) di bidang penyelenggaraan jasa telekomunikasi internasional di Indonesia pada tahun 1967 dan mulai beroperasi sejak tahun 1969. Pada tahun 1980 Pemerintah Indonesia mengambil alih seluruh saham Indosat, sehingga sejak itu Indosat beroperasi sebagai Badan Usaha Milik Negara (BUMN) yang bersifat monopoli untuk penyelenggaraan jasa telekomunikasi Internasional.

Pada tahun 1983, PT. INDOSAT, Tbk memperkenalkan jasa Sambungan Langsung Internasional (SLI) yang merupakan jasa utamanya. Dari tahun 1984 sampai dengan 1992, PT. INDOSAT, Tbk memberikan jasa *Tracking, Telemetry, Command, and Monitoring* (TTC&M) untuk seluruh Satelit INTELSAT di IOR dan POR yang berperan sebagai Stasiun Referensi dan *Monitor Time Division Multiple Access* (TDMA) untuk Satelit INTELSAT di IOR.

Pada tahun 1994, Indosat melakukan penjualan saham perdana (IPO) dengan mencatatkan sahamnya di Bursa Efek Jakarta, Bursa Efek Surabaya, dan Bursa Efek New York (*New York Stock Exchange* – NYSE), menjadikan Indosat sebagai BUMN pertama yang sahamnya tercatat di pasar modal Indonesia dan Amerika Serikat atau dikenal dengan istilah ”*Dual Listing*”.

Memasuki abad ke-21 dan sesuai dengan trend di dunia, Pemerintah Indonesia melakukan deregulasi industri telekomunikasi nasional dengan membuka peluang terhadap persaingan pasar yang lebih bebas. Berdasarkan UU No.3 Tahun 1989 mengenai Telekomunikasi, secara bertahap hak eksklusivitas (monopoli) penyelenggaraan telekomunikasi internasional tersebut dihilangkan. Indosat segera menangkap peluang ini dengan mengembangkan bisnis selular, diawali pada melalui pendirian perusahaan operator selular yaitu PT Indosat Multi Media Mobile (IM3) pada tahun 2001, dan diikuti dengan akuisisi penuh PT Satelit Palapa Indonesia

(Satelindo) di tahun 2002, menjadikan Indosat Group sebagai penyelenggara selular terbesar kedua di Indonesia.

Pada akhir tahun 2002, Pemerintah Indonesia melakukan divestasi saham Indosat yang dimilikinya sebesar 41,94% kepada *Singapore Technologies Telemedia* Pte. Ltd. melalui perusahaan *holding Indonesia Communications Limited* (ICL). Dengan demikian, status Indosat kembali menjadi perusahaan. Pada tanggal 20 November 2003, sebagai langkah penting untuk menjadi penyedia jaringan dan jasa telekomunikasi terpadu berfokus seluler, Indosat melakukan konsolidasi semua bisnis selulernya, yaitu dengan penggabungan PT. Satelindo, PT. IM3, dan Bimagraha ke dalam PT Indosat Tbk. Perusahaan menjadi *Full Network Service Provider* (FNSP)[1].

B. Visi, Misi dan Nilai-nilai

1. Visi

   Menjadi perusahaan Telekomunikasi Digital terdepan di Indonesia

2. Misi

   a. Layanan dan Produk yang Membebaskan

   b. Jaringan Data yang Unggul

   c. Memperlakukan pelanggan sebagai sahabat

   d. Transformasi digital produk-produk

3. Nilai-Nilai

[1] Sumber www.indosat.com diakses pada tanggal 09 Juli 2021, 20.12 WIB

a. Terpercaya

Berfikir positif, konsisten dalam perkataan dan perbuatan yang terpuji serta dapat diandalkan.

b. Tetap menjadi yang terbaik

Semangat mencapai keunggulan dengan melakukan perbaikan dan penyempurnaan berkesinambungan

c. Cepat

Sigap dalam memecahkan masalah, mengambil keputusan, bertindak dan beradaptasi

d. Berjiwa muda

Enerjik, dinamis, dan berani menjadi penggerak perubahan

e. Peduli

Menunjukkan perhatian, menghargai, serta melayani dengan sepenuh hati[2].

C. Struktur Organisasi Indosat Ooredoo

Dibawah ini merupakan tugas-tugas dari struktur organisasi PT. Indosat Ooredoo:

1. Direktur Utama

Direktur utama yang ditunjuk bertugas memberi laporan kepada dewan direksi Board Of Director (BOD) dan memimpin seluruh dewan atau komite eksekutif menawarkan visi dan imajinasi di tingkat

[2] Sumber https://indosatooredoo.com/portal/id/corpvisionstrategy diakses pada tanggal 10 Juli 2021, 19.12 WIB

tertinggi, dan selain itu mempunyai tugas memimpin juga mengkoordinasi semua kegiatan di PT. Indosat Ooredoo.

2. Wakil Direktur Utama

   Wakil Direktur Utama bertugas membantu direktur utama dalam menangani perusahaan, dan melaksanakan tugas-tugas yang diberikan Direktur Utama.

3. Direktur Jabotabek dan Corporate Sales

   Bertugas mengkoordinasi perusahaan-perusahaan penjualan dibawah naungan PT. Indosat Ooredoo di wilayah Jabotabek

4. Direktur Regional Sales

   Bertugas memimpin dan mengawasi daerah-daerah penjualan produk-produk PT. Inodosat Ooredoo

5. Direktur Marketing

   Bertugas merencanakan, mengontrol, dan mengkordinir proses penjualan dan pemasaran bersama S, dan M supervisior (S)untuk mencapai target penjualan dan mengembangkan pasar secara efektif dan efisien.

6. Direktur Information Technology

   Bertugas menyelenggarakan perumusan kebijakan teknologi informasi dan melaksanakan pengelolahan infrastruktur Hadwere, meliputi server, komputer dan perangkat pendukungnya.

7. Direktur Network

Bertugas melakukan jaringan-jaringan pada sinyal, dan memetakan kebutuhan sekarang juga akan datang, terutama hubungan dengan Material Management proses sehingga hubungan ini mempengaruhi jaringan terutama pada permasalah stock barang pada saat terjadi kerusakan.

8. Direktur Finance

Bertugas merencanakan dan mengendalikan sumber-sumber pendapatan serta perbelanjaan dan kekayaan perusahaan serta mengendalikan program dan pendapatan pengeluaran keuangan perusahaan.

9. Direktur Corporate Service

Bertugas sebagai penanggung jawab dalam memberikan informasi kepada masyarakat yang berhubungan dengan kegiatan perusahaan

10. Group Head

Bertugas melakukan evaluasi, penelaahan dan analisa atas semua kegiatan di lingkungan perseroan dan mengkoordinasikan aktivitasnya dengan komite internal.

D. Produk-produk Layanan Indosat

1. IM3 Ooredoo

IM3 Ooredoo adalah sebuah layanan seluler prabayar yang dengan kemampuan isi ulang yang dimiliki oleh indosat ooredoo dan didirikan pada tahun 2001. Dengan adanya IM3 Ooredoo, maka indosat menjadi

operator pertama yang mengandung GPRS, MMS, video streaming hingga java games di seluruh Indonesia. IM3 Ooredoo bersedia dengan layanan pita lebar, layanan paket data dengan kecepatan tinggi hingga 2 mbps dan paket- paket lainnya.

2. Mentari Ooredoo

   Mentari Ooredoo (sebelumnya bernama indosat mentari) merupakan kartu prabayar GSM/seluler di Indonesia yang dikeluarkan oleh indosat ooredoo dan dapat digunakan di seluruh wilayah Indonesia. Mentari Ooredoo juga dapat dipergunakan saat perjelajahan internasional di banyak Negara. Kartu Mentari Ooredoo merupakan kartu prabayar pertama dengan fasilitas bebas perjelajahan nasional. Kartu Mentari Ooredoo dirancang khusus untuk telepon pintar (smartphone).

3. Super 3G

   Layanan super cepat sampai dengan 42 Mbps untuk seluruh pelanggan prabayar dan pascabayar dengan pilihan Paket Kouta Unlimited

4. Super 4G LTE

   Layanan super cepat dengan kecepatan unduh hingga 185 Mbps dan kecepatan unggah hingga 41 Mbps.

5. Indosat International Roaming

Memberikan layanan kemudahan kepada pelanggan yang sederhana dan terjangkau ketika berada di luar negeri

6. Travelling Connect

Memungkinkan pelanggan untuk mendapatkan poin hotel atau mileage pesawat ketika menelepon di luar negeri menggunakan jasa operator mobile yang berpartisipasi dengan program ini.

7. Indosat Business

Layanan solusi ICT yang lengkap (one stop business solutions) yang selalu memberikan penawaran terbaik (best offer) dan didukung oleh sumber daya dan fasilitas terbaik yang dirancang khusus untuk pelanggan bisnis (business grade support) layanan indosat business dirancang sesuai dengankebutuhan pelanggan korporasi maupun Usaha Kecil Menengah (UKM). Layanan indosat business mencakup mobile & convergence, marchine to marchine, fixed connectivity, IT services, satellite dan bunding.

8. Dompetku

Layanan finansial mobile yang memenangkan penghargaan ini mencakup layanan perbankan, pembayaran, asuransi, pembiayaan, dan pengiriman uang yang ditunjukan bagi mereka yang tidak memilik rekening di bank maupun para nasabah.

9. I-klan

Platform iklan digital yang termuka di Indonesia, memberikan solusi periklan bagi bisnis kecil maupun besar. Layanan ini mencakup iklan

mobile berbasis lokasi dan iklan di internet, kampanye interatif, serta reward digital.

10. Pay Up

    Layanan pembayaran mobile yang sederhana, aman, dan terjangaku, memungkinkan pedagang kecil dan besar, serta pengiriman dan logistic menerima pembayaran melalui kartu debit di manapun dan kapanpun.

11. Ideabox

    Akselerator yang memenangkan penghargaan ini menyediakan pendanaan, mentor kelas dunia fasilitas, kemitraan komersial, eksporsur global, serta akses ke investor lokal dan internasional bagi *startup* terkemuka di Indonesia

E. Deskripsi Karakteristik Responden

Responden yang digunakan dalam penelitian ini merupakan mahasiswa Fakultas Ekonomi Bisnis Islam jurusan Ekonomi Syariah tahun angkatan 2016-2019 yang sedang melakukan perkuliahan secara daring dengan penyebaran kuesioner sebanyak 100 sampel. Hasil dari 100 sampel didapatkan karakteristik berdasarkan jenis kelamin dan tahun angkatan. Berikut hasil dari masing-masing karakteristik responden

1. Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin

Pada hasil penelitian diperoleh karakteristik responden berdasarkan jenis kelamin dapat disajikan dalam tabel berikut ini:

Tabel 4.1

Jenis Kelamin Responden

No	Jenis Kelamin	Jumlah	Persentase
1	Laki – Laki	23	23%
2	Perempuan	77	77%
Total		100	100%

Berdasarkan tabel 4.1 diatas menunjukan bahwa responden dengan jenis kelamin laki-laki sebesar 23% dan sisanya berjenis kelamin perempuan sebesar 77% yang dapat disumpulkan bahwa responden dengan karakteristik jenis kelamin didominasi oleh perempuan dari 100 sampel.

2. Karakteristik Responden Tahun Angkatan

Pada hasil penelitian diperoleh karakteristik responden berdasarkan jenis tahun angkatan dapat disajikan dalam tabel beriku ini:

Tabel 4.2

Tahun Angkatan

No	Tahun Angkatan	Jumlah	Perentase
1	2016	59	59%
2	2017	26	26%
3	2018	8	8%
4	2019	7	7%
Jumlah		100	100%

Berdasrkan tabel 4.2 diatas menunjukan bahwa responden dengan angkatan tahun 2016 sebesar 59%, angkatan tahun 2017 sebesar 26%, angkatan tahun 2018 sebesar 8%, dan angakatn tahun 2019 7%, yang dapat disimpulkan responden yang paling mendominasi adalah angkatan tahun 2016 dari 100 sampel.

F. Analisis Deskripsif Variabel

Analisis deskriptif dilakukan berdasarkan dua variabel yaitu *word of mouth* dan minat beli yang berguna untuk mengetahui gambaran rata-rata dari data yang didapat setelah penyebaran koesioner. Di bawah ini merupakan paparan dari hasil koesioner yang diperoleh melalui 100 sampel sebagai berikut:

.

1. Variabel *Word Of Mouth* (X2)

Tabel 4.4

Word Of Mouth

No	Variabel *Word Of Mouth* (X2)	Rata-Rata
1	Saya sering mendengarkan orang-orang membicarakan perdana internet Indosat Ooredoo	3,97
2	Banyak orang yang membicarakan perdana internet Indosat Ooredoo dari berbagai kalangan *online* maupun *offline*	3,92
3	Banyaknya orang yang membicarakan perdana internet Indosat Ooredoo menjadi bahan pertimbangan untuk saya	3,75
4	Saya sering mendengar promosi perdana internet Indosat Ooredoo baik *online* maupun *offline*	3,94
5	Banyaknya promosi membuat saya yakin untuk membeli perdana internet Indosat Ooredoo	3,69
6	Saya sering mendapat rekomendasi perdana internet Indosat Ooredoo dari teman atau keluarga	3,66
7	Saya membeli perdana internet Indosat Ooredoo dari rekomendasi orang lain	3,57

8	Menurut saya perdana internet Indosat Ooredoo sangan bagus untuk direkomendasikan kepada orang lain	3,73

Berdasarkan tabel 4.8 dapat dilihat bahwa variabel *word of mouth* (X2) dengan melihat semua jawaban responen rata-rata 3 yang artinya kecenderungan pada responden adalah netral.

2. Variabel Minat Beli (Y)

Tabel 4.5

Minat Beli

No	Variabel Minat Beli (Y)	Iya (1)	Tidak (0)	Rata-Rata
1	Berdasarkan informasi dari mulut kemulut dan penawaran produk yang diberikan perdana internet Indosat Ooredoo saya berminat untuk membeli	84	16	0,84

Berdasarkan tabel diatas dapat dilihat bahwa responden pada variabel minat beli memilih jawaban"IYA" sebanyak 84 responden, sedangkan jawaban "TIDAK" sebanyak 16 responden, dengan nilai rata-rata sebesar 0,84. Dapat diartikan responden dengan 100 sampel pada variabel minat beli berdominan memilih jawaban "IYA".

G. Teknik pengumpulan data

1. Uji Validitas

Uji ini merupakan suatu alat ukur untuk memperoleh data yang valid. Ketentuan validitas instrument dikatakan valid apabila r hitung lebih besar dari r tabel dengan menggunakan uji signifikansi koefisien korelasi pada taraf signifikan 0,1 (10%), adapun hasil dari pengujian validasi sebagai berikut:

Tabel 4.6

Variabel	Nilai R Hitung	Nilai R Tabel	Keterangan
X.1	701	0,360	Valid
X.2	774	0,360	Valid
X.3	762	0,360	Valid
X.4	711	0,360	Valid
X.5	618	0,360	Valid
X.6	850	0,360	Valid
X.7	799	0,360	Valid
X.8	816	0,360	Valid
Y	1	0,360	Valid

Berdasarakan tabel 4.6 diatas menunjukan terdapat dua variabel yang menjadi bahan penelitian dari dua variabel yang diteliti memiliki jumlah item yang berbeda, yaitu variabel *word of mouth* (X) memiliki 8 item pertanyaan dan variabel minat beli (Y) memiliki 1 item pertanyaan. Dari masing-masing item pada setiap variabel diketahui bahwa nilai R hitung lebih besar daripada R tabel maka dapat dinyatakan valid.

2. Uji Reliabilitas

Uji Reliabilitas adalah uji yang dilakukan untuk mengukur apa yang seharusnya diukur. Uji reliabilitas menunjukkan sejauh mana hasil pengukuran dengan alat yang dipercaya, dan variabel dikatakan reliabel atau baik jika memiliki *Cronbach's Alpha* lebih dari 0,60. Hasil perhitungan uji reliabilitas disajikan pada tabel sebagai berikut:

Tabel 4.7

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	Cronbach's Alpha Based on Standardized Items	N of Items
.884	.880	9

Berdasarkan tabel 4.7, uji reliabilitas menunjukkan nilai *cronbach's alpha* 0.884 yang lebih besar daripada 0,6, maka dapat diartikan sangat reliable. Data yang diperoleh merupakan data yang reliable dan dapat digunakan untuk penelitian ini.

H. Teknis Analisis Data

1. Uji Multikolinearitas

Multikolinearitas adalah keadaan dimana terjadi hubungan linier yang sempurna atau mendekati sempurna antar variabel independen

dalam model regresi. Uji multikolinearitas digunakan untuk mengetahui ada atau tidaknya hubungan linier antar variabel independen dalam regresi. Adapun hasil uji multikolinearitas sebagai berikut:

Tabel 4.8

Coefficients[a]

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics	
		B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
1	(Constant)	.149	.160		.929	.355		
	WOM	.023	.005	.408	4.420	.000	1.000	1.000

a. Dependent Variable: minat_beli

Berdasarkan tabel 4.8, dapat dilihat bahwa nilai VIF lebih kecil daripada 10, maka dapat dikatakan tidak terjadi multikolinearitas. Nilai variabel *word of mouth* sebesar 1.000 lebih kecil daripada 10 maka dapat dikatakan tidak terjadi multikolinearitas.

2. Uji Linearitas

Uji linearitas dipergunakan untuk melihat apakah ada model yang dibangun mempunyai hubungan linear atau tidak[3]. Dalam penelitian ini uji linearitas bertujuan untuk melihat apakah variabel independen yaitu *word of mouth* memiliki hubungan dengan variabel dependen yaitu minat beli dengan ketentuan antara variabel independen dan variabel dependen yakni bila nilai p < 0,1 maka antara variabel *word of mouth* dan variabel minat beli memiliki hubungan yang linear.

Tabel 4.9

ANOVA Table

			Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
minat_beli * WOM	Between Groups	(Combined)	4.455	22	.202	1.735	.041
		Linearity	2.234	1	2.234	19.141	.000
		Deviation from Linearity	2.221	21	.106	.906	.584
	Within Groups		8.985	77	.117		
	Total		13.440	99			

Berdasarkan tabel 4.9 diataa, dapat dilihat bahwa nilai signifikansi *linearity* mendapat hasil 0,000, sehingga nilai p = 0,000 < 0,1 maka dapat disimpulkan bahwa variabel *word of mouth* memiliki hubungan yang linear dengan variabel minat beli.

3. Uji Regresi Sederhana

[3] Herlambang Ramadhai, *Metodologi Penelitian Kuantitatif: Beberapa Konsep Dasar Untuk Penulisan Skripsi & Analisis Data Dengan SPSS*, (Yogyakarta: DEEPUBLISH,2012), hal 127

Regresi sederhana adalah analisis yang dilakukan terhadap satu variabel bebas (independen) dan variabel terikat (dependen). Dimana variabel bebasnya adalah *word of mouth* dan variabel terikatnya minat beli. Adapun persamaan dari regresi sederhana yaitu:

$$Y = a + bX$$

Keterangan:

Y = Minat beli

a = konstanta

b = koefisien variabel independen

X = *word of mouth*

Tabel 4.10

Coefficients[a]

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	.149	.160		.929	.355
	WOM	.023	.005	.408	4.420	.000

a. Dependent Variable: minat_beli

Pada tabel 4.10 diatas diketahui nilai constant (a) sebesar 0,149, sedangkan nilai *word of mouth* atau koefisien regresi (b) sebesar 0,023. Sehingga persamaan regresinya dapat ditulis:

$$Y = 0{,}149 + 0{,}023X$$

Persamaan tersebut dapat dijelaskan sebagai berikut:

a. Konstanta sebesar 0,149, mengandung arti bahwa nilai konstanta variabel partisipasinya adalah sebesar 0,149

b. Koefisien regresi X sebesar 0,023 menyatakan bahwa setiap penambahan 1% nilai *word of mouth,* maka nilai partisipasi bertambah 0,023. Koefisien regresi tersebut bernilai positif, sehingga dapat dikatakan bahwa arah pengaruh variabel *word of mouth* terhadap minat beli adalah positif.

4. Uji Koefisien Determinasi

Koefisien determinasi digunakan untuk mengukur seberapa jauh kemampuan model dalam menerangkan variabel dependen. Nilai koefisien determinasi adalah antara nol dan satu. Nilai R^2 yang kecil berarti kemampuan variabel-variabel independen dalam menjelaskan variasi dependen amat terbatas. Nilai yang mendekati satu berarti variabel-variabel independen memberikan hampir semua informasi yang

dibutuhkan untuk memprediksi variabel dependen.

Tabel 4.11

Model Summary

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.408[a]	.166	.158	.33816

a. Predictors: (Constant), WOM

Berdasarkan tabel 4.11 diatas, nilai adjusted r square sebesar 0,158 atau 15,8% yang artinya *word of mouth* berpengaruh pada minat beli seberas 15,8% dan sisanya lagi dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak di teliti dalam penelitian ini.

5. Hipotesis Uji - T

Uji T digunakan untuk mengetahui pengaruh variabel independen terhadap variabel dependen. Dalam penelitian ini yaitu untuk mengetahui secara individual pengaruh variabel independen (kepuasan konsumen dan *word of mouth*) mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap variabel dependen (minat beli). Cara mencari t_{tabel} dalam sengan taraf signifikan 10% yaitu $t_{tabel} = (\alpha/2 ; df)$, $t_{tabel} = (0,1/2 ; 100-2-1)$, t tabel = (0,05 ; 97), $t_{tabel} = 1,660$. Adapun hasil Uji T pada SPSS adalah sebagai berikut:

Tabel 4.12

Coefficients[a]

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	.149	.160		.929	.355
	WOM	.023	.005	.408	4.420	.000

a. Dependent Variable: minat_beli

Berdasarkan tabel diatas, diketahui bahwa nilai t_{hitung} dari *word of mouth* adalah 4,420 yang berarti lebih besar dari nilai t_{tabel} 1,660 dengan

nilai sig 0.000. Hal ini berarti t_{hitung} lebih besar dari t_{tabel} dan dinyatakan signifikan dan hipotesis diterima. Artinya terdapat pengaruh positif antara variabel *word of mouth* terhadap minat beli konsumen

6. Asumsi Klasik

a. Uji Normalitas Residual

Pengujian ini dilakukan terhadap serangkaian residual untuk mengetahui apakah populasi residua berdistribusi normal atau tidak. Pengelolahan uji ini menggunakan metode *Kolmogorov Smirnov,* dengan ketentuan jika nilai signifikansi atau nilai probabilitas lebih dari 0,1 (nilai sig > 0,1) maka residual berdistribusi normal. Adapun hasil uji normalitas residual adalah sebagai berikut:

Tabel 4.13

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

		Unstandardized Residual
N		100
Normal Parameters[a]	Mean	.0000000
	Std. Deviation	2.06981601
Most Extreme Differences	Absolute	.051
	Positive	.041
	Negative	-.051
Kolmogorov-Smirnov Z		.510
Asymp. Sig. (2-tailed)		.958

a. Test distribution is Normal.

Berdasarkan tabel 4.13 diatas, dapat diketahui nilai *Asymp. Sig* (2-*tailed*) sebesar 0.958, sehingga dapat diartikan bahwa nilai *Asymp. Sig* (2-*tailed*) lebih besar dari 0,1 maka kesimpulannya residual penelitian ini berdistribusi normal.

b. Uji Heteroskedastisitas

Pengujian ini digunakan untuk melihat apakah terdapat ketidaksamaan variabel dari residual satu ke pengamatan-pengamatan yang lain. Pengelolahan uji heteroskedastisitas ini menggunakan metode *Glejser*, dengan ketentuan jika nilai probabilitasnya memiliki nilai signifikansi lebih dari 0,1 maka dapat dikatakan tidak mengalami gejala heteroskedastisitas. Adapun hasil uji heteroskedastisitas adalah sebagai berikut:

Tabel 4.14

Coefficients[a]

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	.165	.186		.883	.380
	WOM	.027	.067	.068	.400	.690

a. Dependent Variable: Abs_RES

Berdasarkan tabel 4.14 diatas, dapat diketahui nilai signifikasi dari variabel adalah 0,690 yang berarti lebih besar dari

0,1, maka dapat disimpulkan data diatas menunjukan tidak terjadinya gejala heteroskedastisitas.

c. Uji Autokorelasi

Uji ini digunakan untuk melihat apakah terjadi korelasi antara suatu periode t dengan periode sebelumnya (t-1). Secara sederhana, bahwa analisis regresi adalah untuk melihat pengaruh antara variabel bebas terhadap variabel terikat, jadi tidak boleh ada korelasi antara observasi dengan data observasi sebelumnya. Dengan ketentuan jika Jika dU < DW < 4 – dU maka tidak terjadi *autokorelasi*, untuk mendapatkan nilai dU harus melihat tabel Durbin-Watson dengan menggunakan (k = n) ; (1 = 100) maka nilai dU adalah 1,694.

Tabel 4.15

Model Summary[b]

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Durbin-Watson
1	.408[a]	.166	.158	.33816	2.119

a. Predictors: (Constant), WOM

b. Dependent Variable: minat_beli

Berdasarkan tabel 4.15 diatas, dapat diketahui nilai DW adalah 2.199 sehingga (dU < DW < 4 – dU) ; (1,694.< 2.199 < 2,306), maka dapat disimpulkan bahwa data yang digunakan tidak terjadi autokorelasi.