

STATISTIKA BISNIS

Norisca Lewaherilla, Tengku Putri Lindung Bulan,
Bernandete Deta, Titik Haryanti, Mar'atus Sholikhah,
Naifi Naufal, Wahyu Febri Ramadhan Sudirman,
Sanlly Joanne Latupeirissa, Lilik Hidayati,
Sugiri Widjajanto, Siti Aisyah



STATISTIKA BISNIS

Norisca Lewaherilla

Tengku Putri Lindung Bulan

Bernandete Deta

Titik Haryanti

Mar'atus Sholikhah

Naifi Naufal

Wahyu Febri Ramadhan Sudirman

Sanlly Joanne Latupeirissa

Lilik Hidayati

Sugiri Widjajanto

Siti Aisyah



CV PUSTAKA INSPIRASI MINANG

STATISTIKA BISNIS

Penulis :

Norisca Lewaherilla
Tengku Putri Lindung Bulan
Bernandete Deta
Titik Haryanti
Mar'atus Sholikhah
Naifi Naufal
Wahyu Febri Ramadhan Sudirman
Sanlly Joanne Latupeirissa
Lilik Hidayati
Sugiri Widjajanto
Siti Aisyah

ISBN : 978-623-89864-4-6

Editor : Ari Novendra , M.Pd dan Gusmalia, S.Pd. Gr.

Penyunting : Annisa, S.Pd. Gr.

Desain Sampul dan Tata Letak : Wanda Apri Yeni, S.pd, Gr

Penerbit : CV. PUSTAKA INSPIRASI MINANG

Nomor IKAPI 053/SBA/2024

Redaksi :

Jl. Pengambiran Permai 2 Blok C No 7,
Kel. Ampalu Nan XX, Kec. Lubuk Begalung, Kota Padang, Sumatera Barat
Website : <https://pustakainspirasi.com/>
Email : pustakainspirasiminang@gmail.com

Cetakan pertama, April 2025

Hak cipta dilindungi undang-undang Dilarang memperbanyak karya tulis ini dalam bentuk dan dengan cara apapun tanpa izin tertulis dari penerbit.

KATA PENGANTAR

Dengan mengucapkan puji syukur kehadiran Allah SWT, atas limpahan rahmat dan hidayahNya, maka Penulisan Buku dengan judul Statistika Bisnis dapat diselesaikan. Buku ini membahas seputar Pengantar statistika bisnis, Statistika dan ekonometrika dalam bisnis, Data screening dan transformasi data, Uji validitas dan reliabilitas, Uji beda t-test, Analisis variansi, Analisis regresi linear sederhana dan berganda, Regresi dengan dummy variabel, Analisis regresi dengan data panel, Statistika non parametrik, dan Teknik sampling.

Buku ini masih banyak kekurangan dalam penyusunannya. Oleh karena itu, kami sangat mengharapkan kritik dan saran demi perbaikan dan kesempurnaan buku ini selanjutnya. Kami mengucapkan terima kasih kepada berbagai pihak yang telah membantu dalam proses penyelesaian Buku ini. Semoga Buku ini dapat menjadi sumber referensi dan literatur yang mudah dipahami.

NEXUSBOOKS.ID

Padang, April 2025

Penulis

DAFTAR ISI

KATA PENGANTAR	i
DAFTAR ISI.....	ii
DAFTAR GAMBAR	xi
DAFTAR TABEL	xiii
BAB 1 PENGANTAR STATISTIKA BISNIS	1
1.1 Pendahuluan	1
1.2 Data dan Pengumpulan Data.....	2
1.3 Tipe Statistik.....	5
1.4 Inferensi Statistik dalam Bisnis	6
1.5 Penyajian Data.....	9
1.6 Aplikasi Statistika Bisnis	10
1.7 Kesalahan Umum dan Pertimbangan Etis dalam Penggunaan Statistika Bisnis.....	14
1.8 Rangkuman.....	16
1.9 Latihan	17
DAFTAR PUSTAKA.....	18
BAB 2 STATISTIKA DAN EKONOMETRIKA DALAM BISNIS	19
2.1 Pendahuluan	19
2.2 Pengertian Statistik.....	20
2.3 Peranan dan Fungsi Statistik	22
2.4 Pengertian Ekonometrika	23
2.5 Jenis-Jenis Ekonometrika.....	24

BAB 1

PENGANTAR STATISTIKA BISNIS

Oleh: Norisca Lewaherilla, S.T., M.Si.

1.1 Pendahuluan

Statistika bisnis adalah bagian dari ilmu statistika yang difokuskan pada kegiatan mengumpulkan, mengolah, menganalisis, dan menafsirkan data yang berkaitan dengan aktivitas bisnis. Dalam persaingan dunia usaha yang semakin ketat, kemampuan dalam memahami dan menerapkan statistika menjadi sangat penting untuk menghasilkan keputusan yang didasarkan pada informasi yang objektif. Melalui pendekatan ini, data yang awalnya belum terstruktur dapat diubah menjadi informasi yang bernilai, sehingga mempermudah proses pengambilan keputusan secara lebih tepat dan efisien.

Dalam era globalisasi dan perkembangan teknologi digital yang pesat, jumlah data dalam dunia bisnis meningkat secara signifikan. Perusahaan perlu mampu memilah dan memanfaatkan data yang benar-benar relevan agar dapat bersaing secara efektif. Oleh karena itu, penguasaan konsep dan teknik analisis statistik menjadi semakin penting bagi pelaku bisnis di berbagai sektor, baik manufaktur maupun jasa. Melalui pendekatan statistik, perusahaan dapat menganalisis kecenderungan perilaku konsumen, mengevaluasi efisiensi operasional, memantau dinamika

pasar, serta memahami berbagai faktor yang berdampak pada kinerja usaha secara keseluruhan.

Lebih jauh lagi, statistika memiliki peran strategis dalam merumuskan kebijakan jangka panjang. Dengan menggunakan hasil analisis data, perusahaan dapat mengenali potensi pasar baru, menyesuaikan diri dengan perubahan kebutuhan pelanggan, serta menyusun strategi pemasaran dan manajemen risiko yang lebih tepat sasaran. Selain itu, metode statistik juga memungkinkan evaluasi atas efektivitas strategi yang telah dijalankan, sehingga perusahaan dapat terus melakukan perbaikan dan peningkatan kinerja secara berkesinambungan.

1.2 Data dan Pengumpulan Data

Dalam konteks statistika bisnis, data merupakan catatan atau informasi mengenai suatu objek yang dapat berupa angka, huruf, simbol, gambar, atau kombinasi dari semuanya (Sugiyono, 2017). Data memiliki peran sentral dalam proses analisis, karena dari data inilah berbagai informasi dapat diolah untuk menghasilkan dasar pengambilan keputusan yang objektif dan berbasis pada fakta.

Berdasarkan karakteristiknya, data dapat diklasifikasikan ke dalam dua kategori utama, yaitu data kualitatif dan data kuantitatif.

1. Data kualitatif merupakan jenis data yang menggambarkan atribut atau karakteristik yang tidak dinyatakan dalam bentuk angka. Contohnya termasuk jenis kelamin responden (seperti laki-laki atau perempuan)

BAB 11

TEKNIK SAMPLING

Oleh : Siti Aisyah, S.Pi., M.Si

11.1 Pengertian Sampling Menurut Para Ahli

Pengertian sampling menurut para ahli adalah sebagai berikut:

1. Sugiyono (2015)

Sampling adalah teknik pengambilan sampel. Sampel adalah bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi. Bila peneliti tidak mungkin mempelajari semua elemen yang ada dalam populasi, maka perlu diambil sampel yang representatif.

"Sampling adalah teknik pengambilan sampel. Sampel adalah bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi tersebut." (Sugiyono, 2015, *Metode Penelitian Pendidikan*)

2. Nazir (2014)

Sampling merupakan suatu proses untuk memilih sejumlah unit (seperti orang, institusi, atau dokumen) dari suatu populasi, sehingga dengan mempelajari sampel tersebut, kita dapat membuat generalisasi mengenai populasi.

"Sampling adalah proses memilih sejumlah individu dari suatu populasi sedemikian rupa sehingga individu yang dipilih merepresentasikan populasi." (Nazir, 2014, *Metode Penelitian*)

3. Kothari (2004)

Pengambilan sampel adalah proses memperoleh informasi tentang keseluruhan populasi dengan hanya memeriksa sebagian saja. Pengambilan sampel digunakan ketika tidak praktis atau tidak mungkin untuk mempelajari keseluruhan populasi.

"Sampling is the technique of selecting a portion of the population so as to represent the whole population." (Kothari, C. R., 2004, *Research Methodology: Methods and Techniques*)

4. Sekaran & Bougie (2016)

Pengambilan sampel adalah proses pemilihan sejumlah elemen yang cukup dari populasi, sehingga suatu studi terhadap sampel dan pemahaman terhadap sifat atau karakteristiknya akan memungkinkan untuk menggeneralisasi sifat atau karakteristik tersebut ke elemen populasi.

"Sampling is the process of selecting a subset of individuals from a statistical population to estimate characteristics of the whole population." (Sekaran, U., & Bougie, R., 2016, *Research Methods for Business*)

Kesimpulan Pengertian Sampling

Dari beberapa pendapat tersebut, dapat disimpulkan bahwa sampling adalah suatu teknik atau proses pemilihan sebagian unit dari suatu populasi untuk diteliti, dengan tujuan agar hasilnya dapat digeneralisasi terhadap keseluruhan populasi. Sampling diperlukan ketika cakupan populasi terlalu besar atau tidak memungkinkan untuk