

## BAB 3

### METODOLOGI PENELITIAN

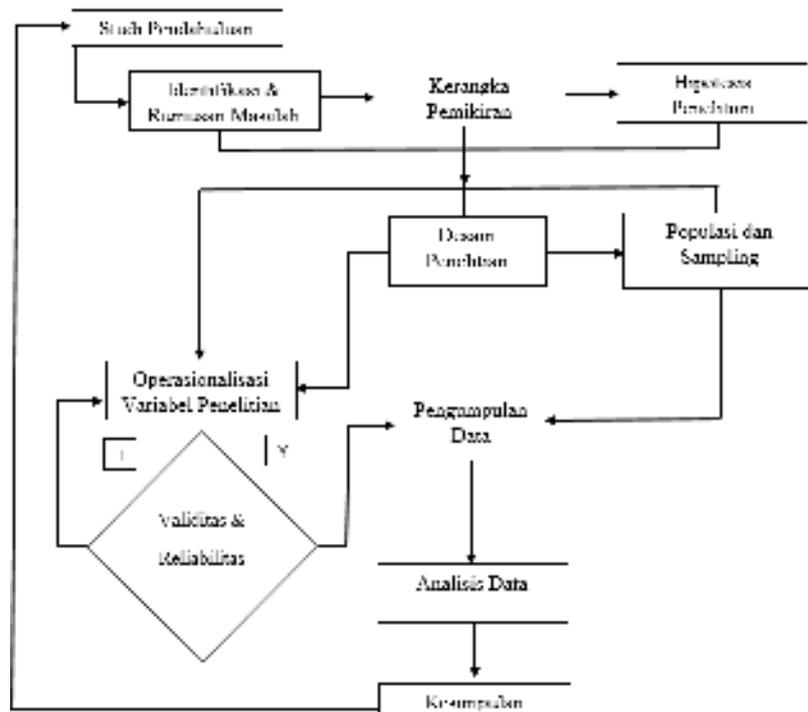
#### 3.1 Desain Penelitian

Desain penelitian ini menggunakan metode kuantitatif, menurut Sugiyono (2019:16) definisi metode penelitian kuantitatif merupakan penelitian berlandaskan pada filsafat *positivisme*, digunakan untuk meneliti populasi atau sampel serta memiliki tujuan menguji hipotesis yang sudah ditentukan. Dalam melakukan penelitian ini, data penelitian menggunakan deskriptif dan verifikatif. Penelitian deskriptif adalah penelitian yang dilakukan untuk mengetahui keberadaan nilai dan variabel bebas, baik satu variabel atau lebih tanpa perlu membandingkan atau menghubungkan dengan variabel lain untuk menarik kesimpulan. Sedangkan, penelitian verifikatif adalah penelitian untuk menguji teori sehingga dapat menghasilkan informasi dalam bentuk hipotesis yang berupa kesimpulan apakah hipotesis tersebut diterima atau ditolak (Sugiyono, 2017:11).

Metode deskriptif yang digunakan dalam penelitian ini bertujuan untuk mengetahui dan meneliti tanggapan pengguna terhadap kualitas *website* Tokopedia, tanggapan konsumen pengguna Tokopedia terhadap *electronic word of mouth* serta keputusan pembelian pada konsumen pengguna Tokopedia mahasiswa Program Studi Manajemen Universitas Buana Perjuangan Karawang. Penelitian verifikatif yang digunakan dalam penelitian ini untuk menguji pengaruh kualitas *website* dan *electronic word of mouth* terhadap keputusan pembelian konsumen pengguna Tokopedia mahasiswa Program Studi Manajemen Universitas Buana Perjuangan Karawang.

Penelitian ini menggunakan jenis penelitian *explanatory survei* untuk menjelaskan antara dua variabel. Penelitian *explanatory survei* yang digunakan dalam penelitian ini untuk mengetahui dan meneliti pengaruh kualitas *website* dan *electronic word of mouth* terhadap keputusan pembelian konsumen pengguna Tokopedia dikalangan mahasiswa Program Studi Manajemen Universitas Buana Perjuangan Karawang.

Survei dilakukan dengan mengambil populasi menggunakan kuesioner dalam pengumpulan data. Terdapat tahapan-tahapan yang dilakukan dalam penelitian ini, yaitu:



Gambar 3.1

## Desain Penelitian

Sumber: Hasil Pengolahan (2021)

Berdasarkan pada Gambar 3.1 tahapan pertama adalah melakukan studi pendahuluan terhadap objek penelitian yaitu konsumen pengguna Tokopedia pada mahasiswa Program Studi Manajemen Universitas Buana Perjuangan Karawang. Peneliti melakukan pra-survei untuk mengetahui fenomena serta permasalahan di lokasi penelitian pada konsumen pengguna Tokopedia, kemudian data tersebut digunakan sebagai latar belakang penelitian. Selanjutnya, melakukan identifikasi masalah yang menjadi dasar untuk merumuskan kerangka penelitian, setelah itu menentukan hipotesis penelitian.

Tahap selanjutnya yaitu membuat desain penelitian sebagai proses perencanaan dan pelaksanaan penelitian. Kemudian, peneliti menggunakan beberapa literatur dan studi pustaka yang sesuai untuk mengoperasionalkan variabel-variabel yang akan diteliti untuk mengetahui dimensi dan indikator pada setiap variabel.

Setelah desain penelitian, maka perlu dilakukan tahap selanjutnya yaitu menentukan populasi, setelah itu menentukan jumlah sampel yang akan dijadikan responden untuk penelitian ini. Untuk memperoleh data penelitian, peneliti

menggunakan instrumen penelitian kuesioner/angket yang berisi item-item pernyataan yang dapat dijawab oleh responden. Jadi, sebelum menyebarkan kuesioner/angket kepada responden, terlebih dahulu harus dilakukan uji instrumen yaitu uji validitas dan uji reliabilitas kuesioner untuk menguji tingkat relevansi dengan tujuan dari item kuesioner serta seberapa besar hasil pengukuran dapat dipercaya. Setelah itu, dilakukan penyebaran kuesioner/angket untuk mendapatkan data responden, kemudian data tersebut dianalisis dengan bantuan program IBM SPSS 26.0 *for windows*.

Pada tahapan akhir penelitian setelah menganalisis data, peneliti dapat menarik kesimpulan dari hasil analisis data tersebut dan dapat menjelaskannya.

### 3.2 Lokasi dan Waktu Penelitian

#### 3.2.1 Lokasi Penelitian

Lokasi penelitian ini dilakukan di Universitas Buana Perjuangan Karawang pada mahasiswa Program Studi Manajemen Universitas Buana Perjuangan Karawang.

#### 3.2.2 Waktu Penelitian

Penelitian ini dilakukan pada bulan Februari 2021 sampai dengan November 2021 dengan waktu penelitian sebagai berikut:

Tabel 3.1

Waktu penelitian

No	Kegiatan	Feb	Mar	Apr	Mei	Jun	Jul	Agu	Sept	Okt	Nov
1	Penulisan Proposal										
2	Perbaikan Proposal										
3	Seminar Proposal										
4	Pengurusan Izin										

Tabel Lajutan

No	Kegiatan	Feb	Mar	Apr	Mei	Jun	Jul	Agus	Sept	Okt	Nov
5	Pengumpulan Data dan Observasi										
6	Analisis data										
7	Penulisan Skripsi										
8	Perbaikan Skripsi										
9	Sidang										

Sumber: Kajian (2021)

### 3.3 Definisi Operasional Variabel

#### 3.3.1 Definisi Variabel

Variabel penelitian pada dasarnya merupakan segala sesuatu yang dipelajari dan ditetapkan oleh peneliti untuk memperoleh informasi sehingga dapat ditarik kesimpulannya (Sugiyono, 2019:67). Penelitian ini menggunakan tiga variabel, yaitu dua variabel bebas ( $X_1$  dan  $X_2$ ) dan variabel terikat ( $Y$ ). Definisi operasional variabel pada penelitian ini, yaitu:

1) Variabel Bebas (Variabel Independen)

Variabel bebas merupakan variabel yang mempengaruhi sehingga menyebabkan perubahan timbulnya variabel terikat (dependen) (Sugiyono, 2019:69).

2) Variabel Terikat (Variabel Dependen)

Variabel terikat merupakan variabel yang menjadi akibat atau dipengaruhi karena adanya variabel bebas (Sugiyono, 2019:69).

Pada penelitian ini  $X_1$  adalah kualitas *website* dan variabel  $X_2$  *electronic word of mouth* merupakan variabel yang mempengaruhi keputusan pembelian  $Y$ .

##### 3.3.1.1 Definisi Variabel Kualitas *Website*

Kualitas *website* adalah penilaian mahasiswa Program Studi Manajemen Universitas Buana Perjuangan Karawang konsumen pengguna Tokopedia terhadap *fitur website* yang berkaitan dengan kualitas informasi serta kualitas interaksi secara *online* sehingga dapat membuat pelanggan nyaman ketika mengunjungi *website*.

Skala yang digunakan dalam penelitian ini menggunakan skala *Likert* dengan nilai tertinggi 5 dan nilai terendah 1, (skor 1 = Buruk Sekali, skor 2 = Buruk, skor 3 = Cukup, skor 4 = Sangat Baik, skor 5 = Sangat Baik Sekali)

### **3.3.1.2 Definisi Variabel *Electronic Word Of Mouth***

*Electronic word of mouth* adalah pengalaman mahasiswa Program Studi Manajemen Universitas Buana Perjuangan Karawang konsumen pengguna Tokopedia yang dibuat secara *online* terhadap produk Tokopedia dengan tujuan dapat memberikan informasi bagi calon pelanggan.

Skala yang digunakan dalam penelitian ini menggunakan skala *Likert* dengan nilai tertinggi 5 dan nilai terendah 1, (skor 1 = Buruk Sekali, skor 2 = Buruk, skor 3 = Cukup, skor 4 = Sangat Baik, skor 5 = Sangat Baik Sekali)

### **3.3.1.3 Definisi Variabel Keputusan Pembelian**

Keputusan pembelian adalah keputusan mahasiswa Program Studi Manajemen Universitas Buana Perjuangan Karawang konsumen pengguna Tokopedia untuk memilih atau membeli suatu produk berdasarkan hasil evaluasi dari dua alternatif yang dimiliki oleh calon pelanggan.

Skala yang digunakan dalam penelitian ini menggunakan skala *Likert* dengan nilai tertinggi 5 dan nilai terendah 1, (skor 1 = Sangat Rendah, skor 2 = Rendah, skor 3 = Cukup, skor 4 = Tinggi, skor 5 = Sangat Tinggi)

Operasional variabel digunakan untuk menentukan jenis dan indikator dari variabel-variabel yang terkait, serta bertujuan untuk menentukan skala pengukuran dari masing-masing variabel, sehingga pengujian hipotesis dengan menggunakan alat bantu dapat dilakukan dengan tepat. Secara lebih detail operasionalisasi variabel, dapat dilihat pada tabel berikut ini:

Tabel 3.2  
Operasional Variabel

Variabel	Konsep Variabel	Dimensi	Indikator	Skala Ukur	Item		
<b>Kualitas Website</b> (Kurniawan et al., 2018)	Penilaian mahasiswa Program Studi Manajemen Universitas Buana Perjuangan Karawang konsumen pengguna Tokopedia terhadap <i>fitur website</i> yang berkaitan dengan kualitas informasi serta kualitas interaksi secara <i>online</i> sehingga dapat membuat pelanggan nyaman ketika mengunjungi <i>website</i> .	<i>Usability</i>	Mudah digunakan	Ordinal	1,2		
			Mudah dimengerti	Ordinal	3,4		
			Mudah diakses	Ordinal	5		
			Desain <i>website</i>	Ordinal	6		
		<i>Information Quality</i>	Informasi mudah dimengerti	Ordinal	7		
			Informasi akurat	Ordinal	8		
		<i>Service Interaction</i>	Informasi relevan	Ordinal	9		
			Informasi dapat dipercaya	Ordinal	10		
		Keamanan dalam bertransaksi	Ordinal	11			
		Keamanan informasi pribadi	Ordinal	12			
		Kepercayaan	Ordinal	13			
		Kemudahan berkomunikasi	Ordinal	14			
		<b>Electronic Word Of Mouth</b>	Pengalaman mahasiswa Program Studi Manajemen Universitas Buana Perjuangan Karawang konsumen pengguna	<i>Intensity</i>	Frekuensi mengakses informasi dari situs jejaring sosial	Ordinal	1,2
		<b>Goyette &amp; Richard dalam (Priansa, 2016)</b>			Frekuensi interaksi dengan pengguna situs jejaring sosial		

Tabel Lanjutan

Variabel	Konsep Variabel	Dimensi	Indikator	Skala Ukur	Item
<i>Electronic Word Of Mouth</i>	Tokopedia yang dibuat secara <i>online</i> terhadap produk	<i>Valance Of Opinion</i>	Ulasan	Ordinal	5,6,7
			Komentar Positif	Ordinal	8,9
			Rekomendasi	Ordinal	10,11
Goyette & Richard dalam (Priansa, 2016)	Tokopedia dengan tujuan dapat memberikan informasi bagi calon pelanggan	<i>Content</i>	Variasi produk/jasa	Ordinal	12,13
			Kualitas Produk/jasa	Ordinal	14,15
			Harga Produk/Jasa	Ordinal	16,17
Keputusan Pembelian (Kotler & Keller, 2016:178)	Keputusan mahasiswa Program Studi Manajemen Universitas Buana Perjuangan Karawang konsumen pengguna Tokopedia untuk memilih atau membeli suatu produk berdasarkan hasil evaluasi dari dua alternatif yang dimiliki oleh calon pelanggan	Pilihan Produk	Kualitas Produk	Ordinal	1,2
			Keragaman Produk	Ordinal	3
		Pilihan Merk	Kebutuhan produk	Ordinal	4
			Kepercayaan	Ordinal	5
		Pilihan Penyalur	Popularitas Merk	Ordinal	6
			Kemudahan memperoleh produk	Ordinal	7
		Jumlah Pembelian	Ketersediaan Produk	Ordinal	8
			Frekuensi Pembelian	Ordinal	9,10
		Waktu Pembelian	Kuantitas Pembelian	Ordinal	11,12
			Promosi Sesuai Kebutuhan	Ordinal	13,14,15
Metode Pembayaran	<i>Cash</i>	Ordinal	17		
	Digital	Ordinal	18		

Sumber: Barnes dan Vigen dalam (Kurniawan et al., 2018)  
 Goyette dan Richard dalam (Priansa, 2016)  
 Kottler & Keller (2016: 178)

### 3.4 Populasi, Sampel dan Teknik Sampling

#### 3.4.1 Populasi Penelitian

Populasi adalah objek penelitian yang mempunyai ciri-ciri tertentu di suatu tempat yang diteliti sehingga dapat ditarik suatu kesimpulan (Sugiyono, 2019:126) Populasi dalam penelitian ini adalah seluruh mahasiswa Program Studi Manajemen Universitas Buana Perjuangan Karawang pengguna Tokopedia.

#### 3.4.2 Sampel Penelitian

Sampel merupakan bagian dari suatu populasi yang dapat di teliti (Sugiyono, 2019:127). Sampel pada penelitian ini yaitu mahasiswa Program Studi Manajemen angkatan 2017-2018 Universitas Buana Perjuangan Karawang pengguna Tokopedia. Dari pra survei yang dilakukan pada tanggal 22 Mei – 25 Mei 2021 jumlah mahasiswa yang memenuhi kriteria sebanyak 102 orang.

#### 3.4.3 Teknik Sampling

Teknik pengambilan sampel yang digunakan dalam penelitian ini yaitu *probability sampling*. Menurut Sugiyono (2019:134) suatu teknik pengambilan sampel yang memberikan kesempatan yang sama bagi setiap anggota dalam populasi untuk dipilih sebagai anggota sampel.

Teknik sampling dalam penelitian ini yaitu menggunakan teknik area sampling (*cluster sampling*) yaitu populasi dibagi menjadi beberapa kelompok yang disebut *cluster*, dasar pengelompokkan dalam penelitian ini adalah angkatan.

Pada penelitian ini sampel yang diambil merupakan bagian dari populasi yang mewakili yaitu mahasiswa Program Studi Manajemen angkatan 2017-2018 Universitas Buana Perjuangan Karawang pengguna Tokopedia.

### 3.5 Pengumpulan Data Penelitian

#### 3.5.1 Sumber Data Penelitian

Menurut Sugiyono (2019:296) jika dilihat dari sumbernya maka pengumpulan data terbagi menjadi dua sumber, antara lain:

1. Sumber Primer

Sumber primer adalah data yang langsung diperoleh melalui sumbernya

2. Sumber Sekunder

Sumber sekunder adalah data yang diperoleh secara tidak langsung.

Pada penelitian ini menggunakan data primer yang diperoleh langsung melalui penyebaran kuesioner secara *online* dengan *google form* serta mengirimkan link melalui *Whatsapp* kepada pengguna Tokopedia mahasiswa Program Studi Manajemen Universitas Buana Perjuangan Karawang. Sedangkan data sekunder dalam penelitian ini bersumber dari jurnal, buku, internet serta informasi lainnya yang berkaitan dengan variabel yang diteliti.

### 3.5.2 Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Observasi merupakan teknik pengumpulan data berdasarkan ciri spesifik dibandingkan dengan wawancara dan kuesioner (Sugiyono, 2019:203). Pada teknik ini untuk mengumpulkan data, dilakukan melalui pengamatan secara langsung maupun tidak langsung terhadap objek penelitian yaitu pelanggan Tokopedia.
2. Kuesioner (Angket) merupakan teknik pengumpulan data yang terdapat butir-butir pertanyaan berhubungan dengan objek penelitian yang diberikan kepada responden (Sugiyono, 2019:199). Kuesioner akan diberikan kepada konsumen pengguna Tokopedia, yang bertujuan untuk memperoleh informasi mengenai objek penelitian.
3. Studi Kepustakaan (*Library Research*) dilakukan melalui perolehan data melalui buku, jurnal, internet yang berhubungan dengan penelitian ini.

### 3.5.3 Instrumen Penelitian

Instrumen penelitian digunakan untuk mengukur nilai variabel yang diteliti (Sugiyono, 2018:92). Instrumen penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah kuesioner. Menurut Sugiyono (2018:142) kuesioner adalah teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan memberikan serangkaian pertanyaan atau pernyataan tertulis kepada responden. Kuesioner dalam penelitian ini bersifat tertutup, artinya kuesioner yang disajikan telah ditentukan serta kuesioner disusun dalam bentuk skala *likert*.

Uji instrumen pada penelitian ini menggunakan uji validitas dan uji reliabilitas. Uji validitas digunakan untuk mengetahui ketepatan suatu instrumen dalam penelitian. Sedangkan, uji reliabilitas digunakan untuk mengetahui

konsistensi alat ukur apakah hasil pengukurannya konsisten, jika dilakukan dua kali pengukuran atau lebih. Pada uji instrumen ini, peneliti menggunakan bantuan IBM SPSS 26.0 *for windows*.

### 3.5.3.1 Uji Validitas

Uji validitas merupakan kesesuaian antara data yang diukur dalam objek penelitian dengan hasil penelitian (Sugiyono, 2019:175). Uji validitas digunakan untuk mengetahui butir-butir didalam instrumen tersebut valid atau tidak dengan mengkorelasikan skor butir dengan jumlah seluruhnya atau skor total. Instrumen penelitian dapat dikatakan valid, jika  $r$  hitung  $>$   $r$  tabel pada taraf signifikansi 5%.

Pada penelitian ini untuk mencari nilai korelasi dibantu dengan menggunakan IBM SPSS *versi 26.0 for windows*.

### 3.5.3.2 Uji Reliabilitas

Reliabilitas digunakan untuk mengetahui ukuran konsistensi hasil pengukuran, apabila menggunakan data dan gejala yang sama untuk dua kali pengukuran atau lebih (Sugiyono, 2019:175). Pada penelitian ini metode yang digunakan adalah metode *Alpha Cronbach* ( $\alpha$ ) untuk menguji reliabilitas pada instrumen penelitian, suatu instrumen dikatakan reliabel jika nilai *Alpha Cronbach* ( $\alpha$ )  $>$  0,60.

## 3.6 Analisis Data

Kegiatan dalam analisis data yaitu mengelompokkan data berdasarkan variabel dan jenis responden, membuat tabulasi data berdasarkan variabel dari semua responden, menyediakan data untuk setiap variabel penelitian hingga melakukan perhitungan untuk menguji hipotesis (Sugiyono, 2019:206). Pada penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif, analisis data dapat dilakukan apabila data dari responden maupun dari sumber lain sudah diperoleh.

### 3.6.1 Rancangan Analisis

#### 3.6.1.1 Analisis Deskriptif

Analisis deskriptif merupakan metode untuk mendeskripsikan data yang telah diperoleh (Sugiyono, 2019:206). Analisis deskriptif dapat digunakan dalam menganalisis hasil kuesioner yang telah diisi oleh kuesioner dengan tujuan untuk mengetahui bagaimana tanggapan responden terhadap variabel-variabel pada penelitian ini. Untuk menentukan rentang skala setiap variabel dapat dihitung menggunakan rumus:

$$RS = \frac{n(m - 1)}{m}$$

Keterangan:

RS = Rentang Skala

n = Jumlah sampel

m = Skor penilaian

Skala terendah : skor terendah x jumlah sampel = 1 x 102 = 102

Skala tertinggi: skor tertinggi x jumlah sampel = 5 x 102 = 510

Sampel dalam penelitian sebesar 102 responden.

$$RS = \frac{102 (5 - 1)}{5} = 82$$

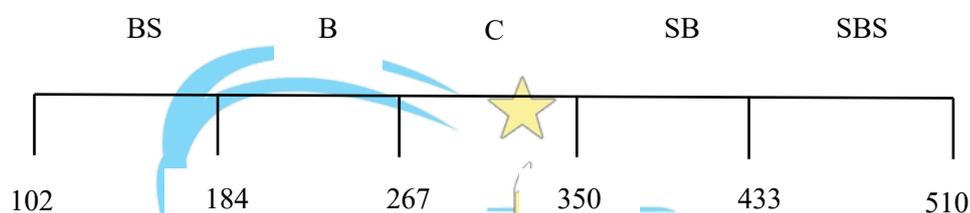
Berdasarkan hasil perhitungan rentang skala, diketahui bahwa untuk nilai rentang skala tertinggi yaitu sebesar 510 sedangkan untuk nilai skala terendah yaitu sebesar 102. Untuk mengetahui jawaban responden, maka dibuatlah rentang skala sebagai berikut:

Tabel 3.3  
Rentang Skala

Nilai Skor	Rentang Skala	Kualitas <i>Website</i>	<i>Electronic Word Of Mouth</i>	Keputusan Pembelian
1	102 – 184	Buruk Sekali (BS)	Buruk Sekali (BS)	Sangat Rendah (SR)
2	185 – 267	Buruk (B)	Buruk (B)	Rendah (R)
3	268 – 350	Cukup (C)	Cukup (C)	Cukup (C)
4	351 – 433	Sangat Baik (SB)	Sangat Baik (SB)	Tinggi (T)
5	434 – 510	Sangat Baik Sekali (SBS)	Sangat Baik Sekali (SBS)	Sangat Tinggi (ST)

Sumber: Sugiyono (2019:148), Hasil Pengolahan (2021)

Rentang skala diatas dapat digambarkan dalam bentuk Bar skala atau *Bar Scale*:



Gambar 3.2  
*Bar Scale*

Sumber: Hasil Pengolahan (2021)

### 3.6.1.2 Analisis Verifikatif

Analisis verifikatif berfungsi untuk mengetahui hasil penelitian yang berkaitan dengan pengaruh kualitas *website* dan *electronic word of mouth* terhadap keputusan pembelian konsumen pengguna Tokopedia. Tujuan menggunakan metode ini dapat diketahui seberapa besar pengaruh variabel independen terhadap variabel dependen. Analisis verifikatif yang digunakan pada penelitian ini yaitu *path analysis*.

Analisis verifikatif digunakan untuk menguji kebenaran hipotesis melalui pengumpulan data lapangan dengan menggunakan perhitungan statistik (Sugiyono, 2019). Pada penelitian ini metode statistik yang digunakan yaitu transformasi data, uji normalitas data, analisis jalur (*path analysis*) dan analisis korelasi (uji R).

#### 3.6.1.2.1 Transformasi Data

Sebelum dilakukannya analisis jalur perlu dilakukan transformasi data terlebih dahulu. Skala pengukuran pada penelitian ini berkaitan dengan teknik analisis data

yang digunakan. Data yang dikumpulkan melalui penyebaran kuesioner masih dalam bentuk skala ordinal. Oleh karena itu, perlu dilakukan transformasi data ordinal menjadi data skala interval, metode yang digunakan untuk melakukan konversi data tersebut yaitu dengan *Method Of Successive Interval* (MSI)

### 3.6.1.2.2 Uji Normalitas Data

Uji normalitas digunakan untuk mengetahui apakah variabel dependen, independen atau keduanya berdistribusi normal atau tidak. Taraf signifikansi yang digunakan yaitu 0,05 menggunakan uji *Kolmogrov-Smirnov*, terdapat kriteria dalam pengujian ini yaitu:

- 1) Jika signifikansi  $> 0,05$ , maka data berdistribusi normal
- 2) Jika signifikansi  $< 0,05$ , maka data berdistribusi tidak normal.

### 3.6.1.2.3 Analisis Korelasi (Uji R)

Pada penelitian ini menggunakan analisis korelasi produk moment (*correlation product moment*). Analisis ini digunakan untuk mengukur seberapa besar hubungan antara variabel bebas terhadap variabel terikat.

Tabel 3.4

Pedoman Untuk Memberikan Interpretasi Koefisien Korelasi

Interval Koefisien	Tingkat Hubungan
0,00-0,199	Sangat rendah
0,20-0,399	Rendah
0,40-0,599	Sedang
0,60-0,799	Kuat
0,80-1,00	Sangat Kuat

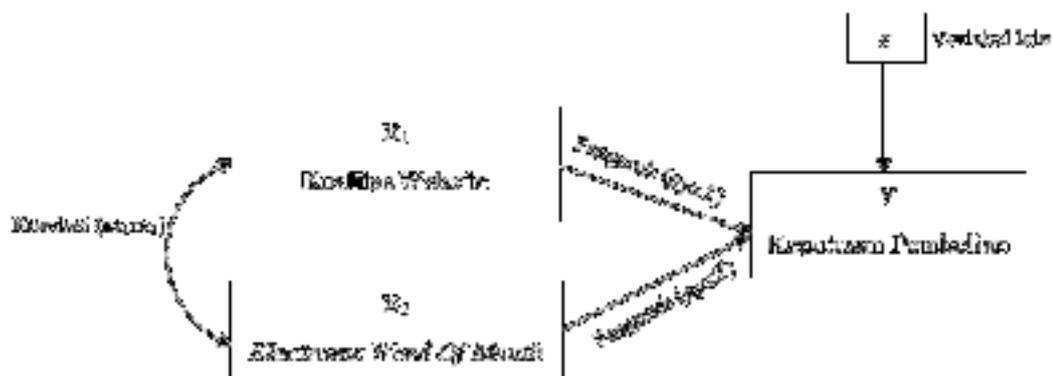
Sumber: (Sugiyono, 2019:248)

### 3.6.1.2.4 Analisis Jalur (*Path Analysis*)

Metode yang digunakan pada penelitian ini menggunakan analisis jalur *path*. Penulis menggunakan analisis jalur (*path analysis*) untuk mengetahui hubungan sebab akibat yang bertujuan untuk menjelaskan pengaruh langsung atau tidak langsung antara variabel eksogen dan endogen. Dalam melakukan penelitian ini, penulis ingin menganalisis dan mengetahui apakah kualitas *website* dan *electronic word of mouth* berpengaruh terhadap keputusan pembelian pelanggan. Analisis jalur (*path analysis*) merupakan analisis lanjutan dan pengembangan analisis regresi linear berganda (Gunawan et al., 2018:210).

Model analisis jalur digunakan untuk menganalisis pola hubungan antar variabel, tujuannya untuk mengetahui pengaruh langsung atau tidak langsung sekumpulan variabel bebas (*eksogen*) terhadap variabel terikat (*endogen*) (Achmad & Riduwan, 2014:2). Adapun manfaat analisis jalur, sebagai berikut:

- Untuk menjelaskan fenomena atau masalah yang diteliti.
- Prediksi nilai variabel endogen (Y) berdasarkan nilai variabel eksogen (X).
- Faktor determinannya adalah menentukan variabel bebas mana yang berdampak paling dominan dalam variabel dependen, juga dapat digunakan untuk menelusuri mekanisme (jalur-jalur) pengaruh variabel bebas terhadap variabel terikat.



Gambar 3.3

Analisis Jalur

Sumber: Hasil Pengolahan, 2021

Persamaan analisis jalur adalah sebagai berikut:

$$Y = \rho_{YX_1}X_1 + \rho_{YX_2}X_2 + \varepsilon$$

Keterangan :

$X_1$  = Kualitas *Website*

$X_2$  = *Electronic Word Of Mouth*

$\varepsilon$  = Variabel lain yang tidak diukur tetapi mempengaruhi Y

$r_{X_1X_2}$  = Korelasi Kualitas *Website* ( $X_1$ ) dan *Electronic Word Of Mouth* ( $X_2$ )

$\rho_{YX_1}$  = Koefisien jalur yang menggambarkan besarnya pengaruh langsung Kualitas *Website* ( $X_1$ ) terhadap Keputusan Pembelian

$\rho_{YX_2}$  = Koefisien jalur yang menggambarkan besarnya pengaruh langsung *Electronic Word Of Mouth* ( $X_2$ ) terhadap Keputusan Pembelian.

### 3.6.2 Uji Hipotesis

Pengujian hipotesis merupakan kesimpulan sementara dari suatu masalah, dan masih merupakan dugaan sementara, karena masih perlu dibuktikan. Pengujian hipotesis dilakukan untuk mengetahui ada tidaknya pengaruh kualitas *website* ( $X_1$ ), *electronic word of mouth* ( $X_2$ ) terhadap keputusan pembelian (Y).

#### 3.6.2.1 Uji t (Parsial)

Uji t untuk mengetahui jawaban sementara dari rumusan masalah mengenai hubungan antara dua variabel atau lebih. Selain itu, uji t digunakan untuk mengetahui signifikansi pengaruh variabel independen secara parsial maupun individual terhadap variabel dependen. Pengujian yang dilakukan pada uji t ini menggunakan taraf 5% ( $\alpha = 0,05$ ) dengan tingkat kepercayaan sebesar 95% (Sugiyono, 2017:184).

Terdapat kriteria dari hasil nilai  $t_{hitung}$  dibandingkan dengan  $t_{tabel}$ , yaitu sebagai berikut:

- 1) Jika  $t_{hitung} > t_{tabel}$  maka  $H_0$  ditolak dan  $H_a$  diterima, sehingga variabel independen berpengaruh terhadap variabel dependen secara parsial.
- 2) Jika  $t_{hitung} < t_{tabel}$  maka  $H_a$  ditolak dan  $H_0$  diterima, sehingga variabel independen tidak berpengaruh terhadap variabel dependen secara parsial.

#### 3.6.2.2 Uji F (Simultan)

Uji F digunakan untuk mengetahui pengaruh semua variabel independen terhadap variabel dependen. Uji F pada dasarnya menunjukkan apakah semua variabel bebas yang dimasukkan memiliki pengaruh langsung pada variabel

dependen secara simultan. Uji F dilakukan dengan membandingkan  $F_{hitung}$  dengan  $F_{tabel}$  menggunakan taraf signifikan 5% (0,05) (Ghazali, 2016:171).

Adapun kriteria yang akan diperoleh pada distribusi F dengan ketentuan sebagai berikut:

1. Jika  $F_{hitung} > F_{tabel}$  atau nilai  $sig < \alpha$ , maka  $H_0$  ditolak dan  $H_a$  diterima. Sehingga semua variabel independen berpengaruh secara simultan terhadap variabel dependen.
2. Jika  $F_{hitung} < F_{tabel}$  atau nilai  $sig > \alpha$ , maka  $H_0$  diterima dan  $H_a$  ditolak. Sehingga semua variabel independen tidak berpengaruh secara simultan terhadap variabel dependen.

### 3.6.2.3 Koefisien Determinasi ( $R^2$ )

Koefisien determinasi bertujuan untuk mengukur sejauh mana model dapat menjelaskan perubahan variabel dependen. Nilai koefisien determinasi ( $R^2$ ) berkisar antara 0 (nol) dan 1 (satu), jika nilai koefisien determinasi variabel mendekati 1 (satu), maka kemampuan variabel bebas menyebabkan semakin kuatnya keberadaaan.

