

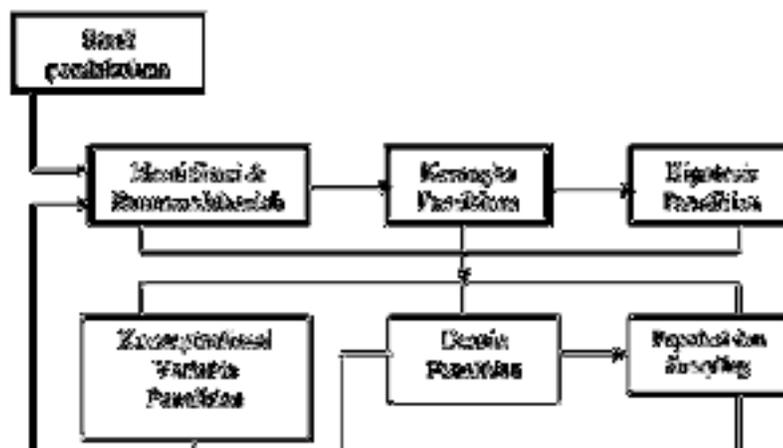
BAB III

METODE PENELITIAN

Penelitian adalah suatu proses dimana kita melakukan susunan langkah-langkah logis. Proses itulah yang digunakan untuk mendapatkan data yang valid dan reliable yang nantinya menghasilkan kesimpulan yang benar dan tepat. Data yang dimaksud memiliki dua jenis yaitu data kuantitas yang dipresentasikan dalam bentuk numerik dan data kualitas. Untuk mendapatkan masing-masing jenis data tersebut digunakan pendekatan yang berbeda pula yaitu pendekatan penelitian kuantitatif (*quantitative research*) untuk mencari data kualitas, dan pendekatan penelitian kuantitatif (*quantitative research*) untuk mencari data kualitas. Dalam kajian ini difokuskan untuk menggali lebih dalam tentang penelitian kuantitatif dan langkah-langkahnya.

3.1 Desain Penelitian

Penelitian ini menggunakan desain penelitian deskriptif dan verifikatif. Penelitian deskriptif adalah penelitian yang bertujuan untuk menggambarkan atau melakukan keadaan objek atau subjek penelitian pada saat sekarang berdasarkan fakta-fakta yang tampak atau sebagaimana adanya. Sedangkan verifikatif menunjukkan penelitian mencari pengaruh antara variabel bebas terhadap variabel terikat. Berdasarkan definisi di atas, maka metode deskriptif verifikatif adalah metode yang menggambarkan pengaruh dua variabel atau lebih yang berbeda sesuai dengan fakta fakta yang ada. Penggunaan metode deskriptif verifikatif dalam penelitian ini adalah untuk mendeskripsikan pengaruh kepercayaan dan kemudahan terhadap keputusan pembelian secara online pada shopee. Dengan permasalahan yang ada, desain penelitian menjelaskan sesuai tujuan Berikut ini adalah desain dalam penelitian yang dilakukan, yang akan menggambarkan alur atau tahapan-tahapan yang dialukakan dalam penelitian.





Gambar 3.1

Desain Penelitian

Sumber: Uus MD Fadli, 2019

Gambar tersebut menjelaskan tahapan-tahapan dalam desain penelitian. Tahapan pertama yang dilakukan adalah studi pendahuluan pada objek penelitian, yaitu. karyawan dan mahasiswa pengguna shopee di Kabupaten Subang untuk meminta data dan melakukan observasi awal tentang kondisi para pelanggan yang kemudian dapat dijadikan latar belakang penelitian. Setelah itu dilakukan identifikasi dan rumusan masalah, dimana identifikasi masalah tersebut sebagai dasar dalam membuat suatu kerangka pemikiran penelitian yang selanjutnya menentukan, landasan teori tujuannya yaitu menemukan sesuatu hal yang baru atau menambahkan sesuatu hal dan menyempurnakan penemuan sebelumnya, dan landasan teori berguna sebagai dasar yang kuat dalam sebuah penelitian sehingga tidak terjadi penyimpangan., selanjutnya menentuka hipotesis penelitian. tujuannya untuk menggali dan mengumpulkan sebanyak mungkin data atau informasi tidak menggunakan hipotesis. setelah tahapan tadi selesai dikerjakan, dibuatlah suatu desain penelitian sebagai kerangka untuk melakukan penelitian. kemudian, penulis perlu melakukan konseptualisasi atas variabel yang akan diteliti dalam penelitian ini dengan menggunakan beberapa literatur dan studi pustaka yang sesuai, untuk kemudian variabel-variabel tersebut dapat didefinisikan secara operasional.

Selanjutnya setelah desain penelitian dibuat, perlu ditentukan populasi dan kemudian menentukan sampel yang akan dijadikan responden dalam penelitian ini. Dari jumlah sampel yang telah diketahui dapat diperoleh data-data dari para responden untuk kemudian dikumpulkan dan dianalisis melalui Analisis Jalur atau Path Analysis. Namun, sebelum dilakukan analisis terhadap data yang telah terkumpul dari para responden dilakukan uji validitas terlebih dahulu, bila valid maka data tersebut dapat dianalisis, sedangkan jika tidak valid bisa dipertimbangkan apakah akan tetap diikutkan dalam analisis atau kembali merujuk pada definisi variabel penelitian secara operasional. Tahapan terakhir, setelah dilakukan analisis data maka penulis dapat menarik kesimpulan atas hasil analisis tersebut dan menginterpretasikannya

1.2 Lokasi dan Waktu Penelitian

1.2.1 Lokasi Penelitian

Lokasi penelitian merupakan tempat di mana penelitian telah dilakukan yaitu di Kabupaten Subang dalam hal ini yang menjadi objek penelitian yaitu karyawan dan mahasiswa yang telah berbelanja menggunakan aplikasi shopee

1.2.2 Waktu Penelitian

Penelitian ini direncanakan berlangsung selama 3 (tiga) bulan, yakni dari bulan Juni sampai dengan Agustus 2021, dengan rincian uraian pelaksanaan kegiatan sebagai berikut:

Tabel 3.1
Jadwal Penelitian

NO	Uraian Kegiatan																
		Juni				Juli				Agustus				September			
		1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4
1	Penjajagan awal	■															
2	Pembuatan usulan penelitian		■	■	■	■	■										
3	Bimbingan dan asensi						■	■									
4	Seminar usulan penelitian									■							
5	Perbaikan laporan hasil										■						
6	Pengelolaan data penelitian											■	■	■			
7	Analisis data												■	■	■		

pernyataan dalam kuesioner menggunakan skala Likert dengan empat pilihan jawaban, yaitu untuk pernyataan dalam pertanyaan pertama adalah Sangat Tinggi (ST), Tinggi (T), Cukup Tinggi (CT), Rendah (R) Sangat Rendah (SR).

b. Variabel Independen Kemudahan (X2)

Kemudahan Penggunaan merupakan suatu sikap di mana seseorang percaya bahwa menggunakan suatu teknologi akan bebas dari usaha. Pengguna shopee berpikir bahwa belanja online lebih mudah dan tidak rumit, mudah dipelajari dan mudah dalam penggunaannya sebagai karakteristik Kemudahan Penggunaan. Indikator-indikator untuk mengetahui Kemudahan mudah dipelajari, mudah digunakan, simple dan mudah pengoperasiannya Indikator-indikator tersebut dikembangkan menjadi item pernyataan dalam kuesioner menggunakan skala Likert dengan empat pilihan jawaban, yaitu untuk pernyataan dalam pertanyaan pertama adalah Sangat Tinggi (ST), Tinggi (T), Cukup Tinggi (CT), Rendah (R) dan, Sangat Rendah (SR).

c. Variabel Dependen Keputusan Pembelian Online (Y)

Keputusan pembelian online merupakan kegiatan individu yang secara langsung terlibat dalam pengambilan keputusan untuk melakukan pembelian terhadap produk yang ditawarkan oleh penjual. Definisi operasional dari keputusan pembelian adalah keputusan konsumen tentang jenis produk, keputusan konsumen tentang bentuk produk, keputusan konsumen tentang merek produk, keputusan konsumen tentang penjual, keputusan konsumen tentang jumlah produk, keputusan konsumen tentang waktu pembelian, keputusan konsumen tentang cara pembayaran

3.4 Operasionalisasi Variabel

Operasionalisasi variabel digunakan guna menentukan jenis dan indikator dari variabel-variabel yang terkait dalam penelitian ini. Disamping itu, operasionalisasi variabel bertujuan untuk menentukan skala pengukuran dari masing-masing variabel, sehingga pengujian hipotesis dengan menggunakan alat bantu dapat dilakukan dengan tepat. Secara lebih rinci operasionalisasi variabel dalam penelitiannya ini dapat dilihat pada tabel berikut :

Tabel 3.2
Oprasional Variabel Penelitian

Variable	Dimensi	Indikator	Skala	No Pertanyaan
Kepercayaan		Kualitas Produk	Ordinal	1,2,3
		Kesepakatan jaminan	Ordinal	4,5,6

(X1)	Integritas, kopetensi, konsistensi, loyalitas, keterbukaan	Kualitas Pelayanan	Ordinal	7,8
		Keamanan	Ordinal	9,10,11
		Kerahasiaan	Ordinal	12,13
Kemudahan1(X2)	Sistem jelas dan mudah dimengerti, sistem mudah digunakan, sistem sesuai dengan yang diharapkan	pencarian produk	Ordinal	1,2,3
		Sesuai kebutuhan Mempunyai Manfaat	Ordinal	4,5,6
		Mudah bertansaksi Online	Ordinal	7,8,9
		Mudah di Pelajari	Ordinal	10,11
		Pembayaran	Ordinal	12,13
Keputusan Pembelian Online (Y)	Indikator Keputusan Pembelian Online	Pilihan Produk	Ordinal	1,2,3
		Rekomendasi situs kepada orang lain	Ordinal	4,5,6
		Waktu Pembelian	Ordinal	7,8,9
		Jumlah Pembelian	Ordinal	10,11,12,13

Sumber : Di Olah Penulis 2021

3.4 Populasi, Sampel dan Teknik Sampling

3.4.1 Populasi Penelitian

Sugiyono (2018:130) mengartikan populasi sebagai wilayah generalisasi yang terdiri atas obyek/subyek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya. Populasi dalam penelitian ini adalah karyawan dan mahasiswa yang telah melakukan pembelian pada aplikasi shopee.

Tabel 3.3

Data Pendidikan Tingkat Mahasiswa di Kabupaten Subang Tahun 2020

Laki-Laki	3304
Perempuan	2549
Total. 5,853	

Sumber : pddikti.kemdikbud.go.id

Tabel 3.4

Data Penduduk Bekerja di Kabupaten Subang Tahun 2017-2019

Wilayah Jawa barat Subang	Penduduk Bekerja (Jiwa)		
	2017	2018	2019
	724,308	711,978	762,065

Sumber : bps.go.id

Tabel 3.5

Jumlah Populasi

No	Responden	Jumlah
1	Mahasiswa	68
2	Karyawan	85
Jumlah		152

Sumber : Pra-Survey Via Google Form 2021

Pada tabel di atas diketahui bahwa responden yang menjawab pertanyaan terdiri dari pekerjaan. Maka populasinya sebanyak 152 orang. Responden tersebut telah memenuhi kriteria yang telah ditentukan.

2.4.2 Sampel Penelitian

Sampel menurut Sugiyono (2019:127) adalah bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi. Dalam sebuah penelitian tidak semua responden dalam populasi bisa diteliti karena adanya keterbatasan dana, tenaga, dan waktu, maka peneliti dapat menggunakan sampel yang diambil dari populasi tersebut. Dalam menentukan jumlah sampel dari populasi tertentu peneliti menggunakan rumus Isaac dan Michael dengan tingkat kesalahan 5% (Sugiyono, 2019:138).

$$S = \frac{\lambda^2 \cdot N \cdot P \cdot Q}{d^2(N-1) + \lambda^2 \cdot P \cdot Q} 1 \text{ (Sugiyono, 2019)}$$

Keterangan :

N = Jumlah populasi (N=152)

λ^2 = Chi kuadrat 3,841 kesalahan 5%

P = Peluang benar (0,5)

Q = Peluang salah (0,5)

d = Perbedaan rata-rata sampel dengan rata-rata populasi 0,5

Pengambilan sampel ini dilakukan pada tingkat kepercayaan 95% atau nilai kritis 5% sehingga ukuran sampel dapat dihitung sebagai berikut:

$$S = \frac{\lambda^2 \cdot N \cdot P \cdot Q}{d^2(N - 1) + \lambda^2 \cdot P \cdot Q}$$
$$S = \frac{3,841 \cdot 152 \cdot 0,5 \cdot 0,5}{0,05^2(152 - 1) + 3,841 \cdot 0,5 \cdot 0,5}$$
$$S = 109,1071$$
$$S = 109$$

Berdasarkan perhitungan rumus tersebut, maka jumlah sampel penelitian yang diperlukan adalah 109 responden

3.4.3 Teknik Sampling

Teknik pengambilan sampel yang digunakan dalam penelitian ini untuk menentukan sampel adalah *Probability sampling* yaitu teknik *simple random sampling* atau teknik sampling yang memberikan peluang yang sama bagi setiap unsur (anggota) populasi untuk dipilih menjadi anggota sampel (Sugiyono, 2012).

Dari hasil pra survey di temukan jumlah populasi sebanyak 152 orang karyawan dan mahasiswa yang melakukan transaksi di *marketplace* shopee di Kabupaten Subang Dan terdapat 109 orang karyawan dan mahasiswa yang di jadikan sampel penelitian

1.5 Pengumpulan Data Penelitian

Jenis pengumpulan data yang diperlukan dalam penelitian ini adalah

1. Data Primer

Data primer yang dikumpulkan dan diolah sendiri langsung oleh peneliti dari sumber penelitian data tersebut dapat dikumpulkan dalam bentuk kuesioner, konsumen yang sudah pernah melakukan pembelian di shopee

2. Data Sekunder

Data sekunder adalah data penelitian yang diperoleh secara tidak langsung melalui media perantara sebagai contoh dari buku-buku, jurnal, majalah, home page internet, dan referensi-referensi lainnya, digunakan untuk melengkapi data primer. Jenis data ini merupakan data tambahan yang diperlukan dari objek penelitian. Teknik pengumpulan datanya menggunakan metode kuesioner. pengumpulan data yang dilakukan dengan cara memberi seperangkat

pertanyaan atau pernyataan tertulis kepada responden untuk dijawabnya. Kuesioner merupakan teknik pengumpulan data yang efisien bila peneliti. Dari data yang telah terkumpul kemudian dilakukan analisis data secara deskriptif yaitu dengan cara memaparkan secara objektif dan sistematis situasi yang ada di lapangan.

1.5.1 Sumber Data Penelitian

1. Data Internal

Data internal adalah data yang menggambarkan situasi dan kondisi pada suatu organisasi secara internal. Dimana data yang digunakan mencakup data pelanggan dan data lainnya yang mendukung sebagai data empirik dalam penelitian

2. Data Eksternal

Data eksternal adalah data yang menggambarkan situasi atau kondisi yang ada diluar organisasi. Data eksternal ini mencakup pada kuisoner yang disebarakan kepada responden yang dianggap mewakili pendapat dari populasi yang ada

1.5.2 Teknik Pengumpulan Data

1. Kuesioner

Kuesioner merupakan teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan cara memberi seperangkat pertanyaan atau pertanyaan tertulis kepada para responden untuk dijawab. Pada kuesioner digunakan skala Likert yang diberi pilihan jawaban berkisar antara sangat setuju (ST). sangat tinggi (S). cukup tinggi (CT). rendah (R). dan sangat rendah (SR). Dalam hal ini responden dapat memilih jawaban sesuai dengan kondisi objektif menurut persepsinya.

2. Studi Kepustakaan (Library Research)

Studi pustaka adalah serangkaian kegiatan yang berkenaan dengan metode pengumpulan data pustaka, membaca dan mencatat serta mengolah bahan penelitian. Oleh karena itu peneliti mengumpulkan data dan kemudian mengkaji buku-buku ataupun sumber bacaan yang lain yaitu sumber yang memiliki relevansi dengan penelitian.

3. Riset Internet

Teknik pengumpulan data ini berasal dari situs-situs atau website yang berhubungan dengan berbagai informasi yang dibutuhkan dalam penelitian.

3.5.3 Instrumen Penelitian

Menurut Sugiyono (2019:156) instrumen penelitian adalah suatu alat yang digunakan mengukur fenomena alam maupun sosial yang diamati. Secara spesifik semua fenomena tersebut

adalah variabel penelitian. Instrumen yang baik harus memiliki 2 (dua) pengukuran, yaitu harus valid dan reliabel. Pengolahan data dilakukan dengan menggunakan program SPSS (*Statistical Product and Service Solution*)

3.5.3.1 Uji Validitas

Menurut Carissa & Akhmad (2019) uji validitas berarti sebagaimana baik indikator empiris dan definisi konseptual dari suatu dimensi indikator tersebut cocok dengan satu sama lain. Suatu variabel dikatakan valid jika skor variabel tersebut berkorelasi secara signifikan dengan skor totalnya. Dalam menentukan validitas suatu data dapat dihitung dengan rumus korelasi *Pearson Product Moment*. Berikut adalah rumusnya:

$$r = \frac{n\Sigma XY - \Sigma X \cdot \Sigma Y}{\sqrt{n\Sigma X^2 - (\Sigma X)^2} \sqrt{n\Sigma Y^2 - (\Sigma Y)^2}} \quad 1 \text{ (Fadli \& Faddila, 2018:27)}$$

Keterangan :

r Hitung = koefisien korelasi

ΣX_i = jumlah skor item

ΣY_i = jumlah skor total item

n = jumlah responden

Dasar pengambilan keputusan uji validitas :

- Taraf kepercayaan (sig 5%)
- Nilai $r_{\text{hitung}} > r_{\text{tabel}}$ maka H_0 diterima, artinya butir kuesioner yang dimaksud dinyatakan valid. Nilai $r_{\text{hitung}} < r_{\text{tabel}}$ maka H_0 ditolak, artinya butir kuesioner yang dimaksud dinyatakan tidak valid



3.5.3.2 Uji Realibilitas

Uji reliabilitas berarti hasil perhitungan yang ditimbulkan indikator tidak bervariasi karena karakteristik dari proses pengukuran atau instrumen pengukuran itu sendiri atau dengan kata lain kepercayaan atau konsistensi dari ukuran sebuah variabel (Carissa & Akhmad, 2019).

Dasar pengambilan keputusan uji reliabilitas:

- Nilai $r_{\text{Alpha}} > r_{\text{tabel}}$, maka pernyataan tersebut reliabel.

- Nilai $r_{\text{Alpha}} < r_{\text{tabel}}$, maka pernyataan tersebut tidak reliabel.

3.6 Analisis Data

Teknik analisis data dalam penelitian ini adalah berupa analisis deskriptif, yaitu suatu teknik untuk mengungkapkan dan memaparkan pendapat dari responden berdasarkan jawaban dari instrumen penelitian yang telah diajukan oleh peneliti. Dari data yang telah terkumpul kemudian dilakukan analisis data secara deskriptif yaitu dengan cara memaparkan secara objektif dan sistematis situasi yang ada dilapangan

3.6.1 Rancangan Analisis

Sugiyono (2018:402) mendefinisikan bahwa Analisis Data adalah “proses mencari dan menyusun secara sistematis data yang diperoleh dari hasil observasi, wawancara, catatan lapangan, dan dokumentasi, dengan cara mengorganisasikan data ke dalam kategori, menjabarkan ke dalam unit-unit, melakukan sintesa, menyusun kedalam pola, memilih mana yang penting dan yang akan dipelajari, dan membuat kesimpulan sehingga mudah dipahami oleh diri sendiri maupun orang lain

1.6.1.1 Analisis Deskriptif

Analisis deskriptif menurut Sugiyono (2019:206) adalah suatu analisis data dengan cara mendiskripsikan atau menggambarkan data yang telah terkumpul sebagaimana adanya tanpa bermaksud membuat kesimpulan yang berlaku untuk umum. Skala yang digunakan pada penelitian ini yaitu skala likert yang digunakan untuk mengukur sikap, pendapat dan persepsi seseorang atau sekelompok orang tentang fenomena sosial (Sugiyono, 2019:156).

Selanjutnya dalam tahapan skala likert ini yaitu menentukan skor dari setiap pernyataan dalam kuesioner yang disebar. Jawaban dari responden dibagi menjadi lima kategori penilaian dimana masing-masing dari pernyataan diberi skor untuk skala terendah dan skor 5 untuk skala tertinggi dengan sampel sebanyak 109 responden. Untuk menentukan rentang skala menggunakan rumus dibawah ini.

$$RS = \frac{n(m-1)}{m} + 1 \text{ (Sugiyono, 2019:148)}$$

Keterangan:

RS : Rentang Skala

n : Jumlah Sampel

m : Skor Penilaian

Skala terendah : $n \times 1 = 109 \times 1 = 109$

Skala tertinggi : $n \times 5 = 109 \times 5 = 545$

$$RS = \frac{109(5 - 1)}{5}$$

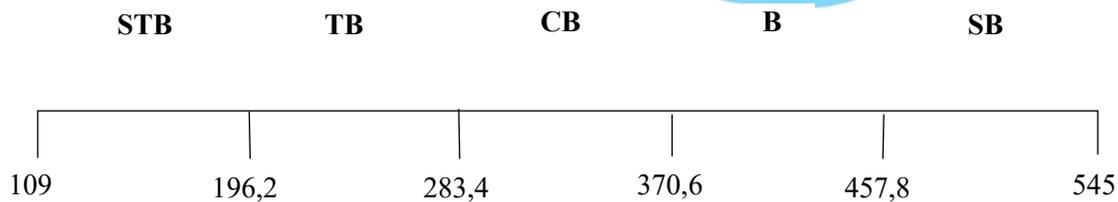
$$RS = 87$$

Tabel 3.6 Analisis Rentang Skala

Skala Skor	Rentan Skala	Respon		
		Kepercayaan	Kemudahan	Keputusan Pembelian Online
1	109 -196,2	Sangat Rendah	Sangat Rendah	Sangat Rendah
2	197,2,1-283,4	Rendah	Rendah	Rendah
3	284,4-370,6	Cukup Tinggi	Cukup Tinggi	Cukup Tinggi
4	371,6-457,8	Tinggi	Tinggi	Tinggi
5	458,8-545	Sangat Tinggi	Sangat Tinggi	Sangat Tinggi

Sumber : Sugiono (2012:135), diolah penulis 2021

Berdasarkan hasil perhitungan diatas, maka dapat dinilai rentang skala yang selanjutnya dapat dipakai untuk memprediksi Pengaruh Kepercayaan Dan Kemudahan Terhadap Keputusan Pembelian Secara Online Pada Shopee. Rentang skala diatas dapat digambarkan melalui Bar Skala atau Bar Scale:



Gambar 3.2 Bar Scale

Sumber: Data Diolah (2021)

Skala likert memiliki ciri khas bahwa semakin tinggi skor yang diperoleh dari seorang responden, maka indikasi dari responden tersebut sikapnya akan semakin positif terhadap objek

yang diteliti oleh penile. Alternatif jawaban berkisar antara sampai 5. Hal tersebut bertujuan untuk mengarahkan responden menjawab pertanyaan yang benar-benar menggambarkan kondisi responden

1.6.1.2 Analisis Verifikatif

1. Uji Asumsi Klasik

Mengingat data penelitian yang digunakan adalah data skunder, maka untuk memenuhi syarat yang ditentukan sebelum uji hipotesis melalui ji t dan uji maka perlu dilakukan pengujian atas beberapa asumsi klasik yang digunakan yaitu uji normalitas, autokorelasi, multikolinieritas dan heteroskedastisitas yang secara rinci dapat dijelaskan sebagai berikut

2. Uji Normalitas

Uji normalitas yaitu uji yang dilakukan pada semua variabel independen dengan menggunakan uji kolmogorov smirnov (Fadli & Faddila, 2018:35). Pengolahan data dilakukan dengan menggunakan program SPSS (*Statistical Product and Service Solutions*)

Dasar pengambilan keputusan uji normalitas:

- Nilai signifikasi $> 0,05$, maka data dinyatakan berdistribusi normal.
- Nilai signifikasi $< 0,05$, maka data dinyatakan tidak berdistribusi normal.

3. Uji Multikolinearitas

dilakukan untuk menguji apakah model regresi ditemukan adanya korelasi antar variabel independen (Ghozali, 2018:107). Model regresi yang baik sebenarnya tidak terjadi korelasi antara variabel independen. Untuk mendeteksi ada atau tidaknya multikolinearitas dapat dilihat dari nilai variance inflation factor (VIF) dan tolerance. Suatu model regresi yang bebas multikolinearitas adalah yang mempunyai nilai VIF < 10 . Jika nilai VIF > 10 dan nilai tolerance

4. Uji Heteroskedastisitas

Menurut Ghozali (2018:137) uji heteroskedastisitas bertujuan untuk menguji apakah dalam sebuah model regresi terjadi ketidaksamaan varians dari residual suatu pengamatan ke pengamatan lain. Apabila varians dari residual suatu pengamatan ke pengamatan lain tetap, maka disebut homoskedastisitas dan 20 apabila berbeda disebut heteroskedastisitas. Model yang baik adalah model yang tidak terjadi heteroskedastisitas. Untuk menguji ada atau tidaknya heteroskedastisitas digunakan uji Glejser, yaitu meregresi nilai absolut residual terhadap variabel independen. Tidak

terjadi heteroskedastisitas apabila nilai signifikansinya $> 0,05$. Sebaliknya, terjadi heteroskedastisitas apabila nilai signifikansinya

1.6.1.3 Analisis Regresi Linear Berganda

Analisis regresi linear berganda merupakan analisis untuk mengetahui 21 pengaruh variabel bebas (independen) yang jumlahnya lebih dari satu terhadap satu variabel terikat (dependen). Model analisis regresi linear berganda digunakan untuk menjelaskan hubungan dan seberapa besar pengaruh variabel-variabel bebas (independen) terhadap variabel terikat (dependen) (Ghozali, 2018:95). Persamaan regresi linear berganda adalah sebagai berikut:

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

Keterangan:

Y = ETR a = Konstanta

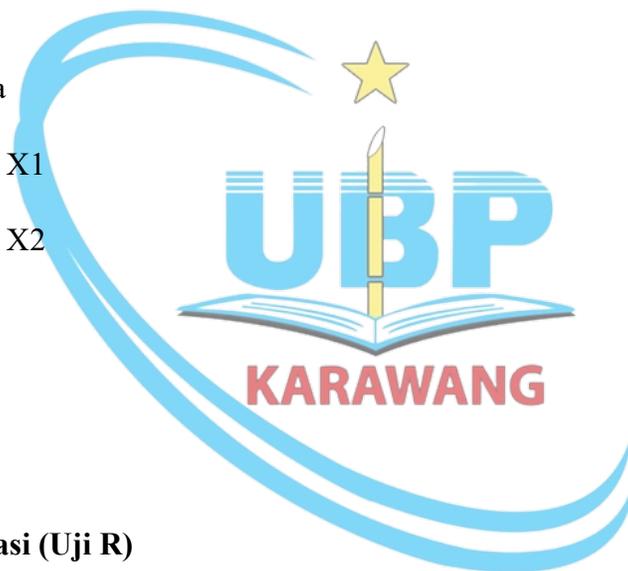
b₁ = Koefisien Regresi X₁

b₂ = Koefisien Regresi X₂

X₁ = Kepercayaan

X₂ = Kemudahan

e = Standard Error



3.6.2 Analisis Korelasi (Uji R)

Analisis korelasi bertujuan untuk mengetahui korelasi (besar dan arahnya) antara variabel X₁ dan X₂ (Fadli & Faddila, 2018:59). Untuk menentukan korelasi dapat menggunakan rumus korelasi *Pearson Product Moment*. Berikut adalah rumusnya:

$$r = \frac{n\Sigma XY - \Sigma X \cdot \Sigma Y}{\sqrt{n\Sigma X^2 - (\Sigma X)^2} \sqrt{n\Sigma Y^2 - (\Sigma Y)^2}} \quad 1 \text{ (Fadli \& Faddila, 2018:27)}$$

Keterangan :

r Hitung = koefisien korelasi

ΣX_i = jumlah skor item

ΣY_i = jumlah skor total item

n = jumlah responden

3.6.3 Uji Hipotesis

3.6.2.1 Uji t (Parsial)

Penelitian ini dilakukan untuk mengetahui signifikan atau tidaknya pengaruh masing-masing variabel bebas terhadap variabel terikat. Apabila hasil uji thitung \geq tabel, berarti variabel bebas cukup signifikan untuk menjelaskan variabel dependen. Untuk menguji koefisien korelasi product moment dapat digunakan statistik uji t yang rumusnya sebagai berikut : Sumber: Husein Umar (2011:132)

Dengan $dk = n - 2$

Untuk menentukan apakah H_0 ditolak atau diterima yaitu membandingkan thitung dengan ttabel, kriteria pengujiannya adalah sebagai berikut:

H_0 : ditolak jika $t_{hitung} > t_{tabel}$ maka, dengan kata lain H_a diterima.

H_0 : ditolak jika $t_{hitung} < t_{tabel}$ maka, dengan kata lain H_a ditolak

3.6.2.2 Uji f (Simultan)

Uji statistik F menunjukkan apakah semua variabel independen atau bebas yang dimasukkan dalam model mempunyai pengaruh secara bersama-sama terhadap variabel dependen/ terikat (Ghozali, 2013: 98). Adapun langkah-langkah dalam pengujian adalah :

$H_0 : \beta_1, \beta_2, \beta_3 = 0$, artinya variabel-variabel bebas (kepercayaan dan kemudahan) tidak mempunyai pengaruh yang signifikan secara bersama-sama terhadap variabel terikat (keputusan pembelian).

Kriteria pengambilan keputusan sebagai berikut: dengan menggunakan angka probabilitas signifikansi

- a. Apabila probabilitas signifikan $> 0,05$, maka H_0 diterima dan H_a ditolak faktor kepercayaan dan kemudahan secara serentak tidak berpengaruh terhadap variabel keputusan pembelian.
- b. Apabila probabilitas signifikan $< 0,05$, maka H_0 ditolak dan H_a diterima yang artinya faktor kepercayaan dan kemudahan secara simultan atau bersama-sama mempengaruhi variabel keputusan pembelian (untuk tingkat signifikan = 5%).
- c. Membandingkan nilai F hitung dengan F tabel. Apabila F tabel $>$ F hitung, maka H_0 diterima dan H_a ditolak. Apabila F tabel $<$ F hitung, maka H_0 ditolak dan H_a diterima.

Pengaruh Parsial dan Simultan Kepercayaan dan kemudahan terhadap keputusan pembelian online

Hipotesis yang digunakan dalam penelitian ini adalah :

$H_0 : \beta = 0$, artinya variabel-variabel bebas (artinya faktor kepercayaan dan kemudahan) secara individual tidak mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap variabel terikat (keputusan pembelian secara online).

$H_a : \beta \neq 0$, artinya variabel-variabel bebas (artinya faktor kepercayaan dan kemudahan) secara individual mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap variabel terikat (keputusan pembelian secara online).