

BAB III METODOLOGI PENELITIAN

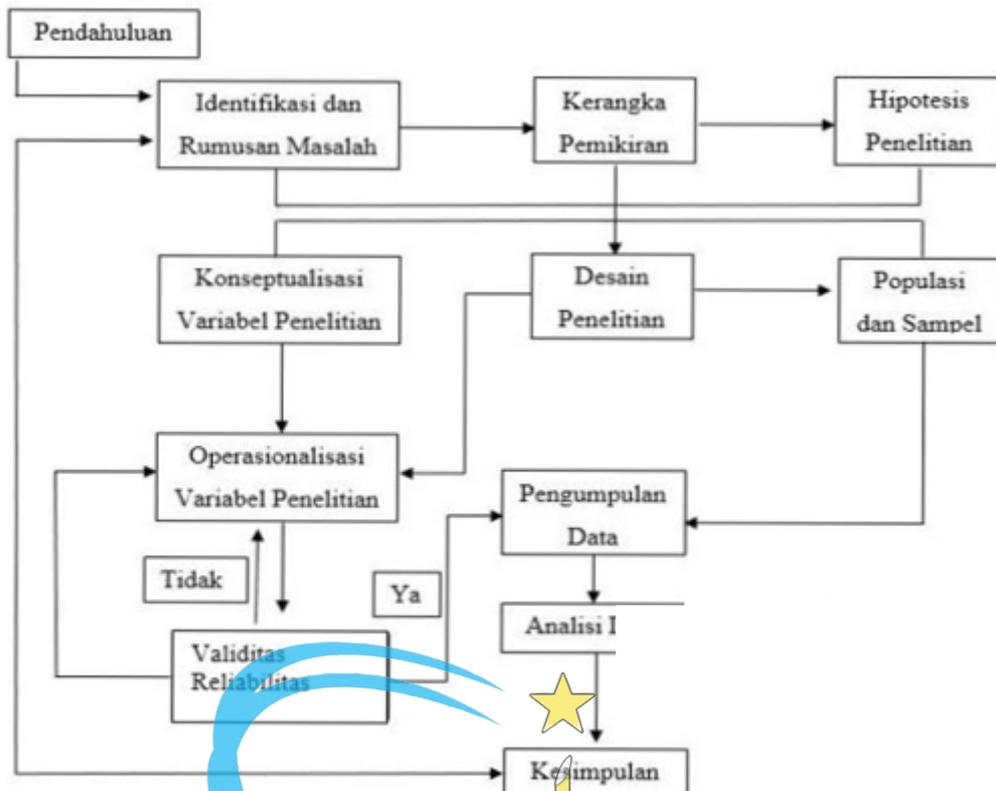
1.1 Desain Penelitian

Berdasarkan penelitian yang dilakukan, penelitian ini bersifat deskriptif dengan menggunakan pendekatan kuantitatif penelitian ini menginterpretasikan perolehan data berupa kuesioner yang telah diolah dan dianalisis dengan Analisis Rentang Skala dan Analisis Regresi Berganda menggunakan program IBM *Statistical Package for the Social Sciences* (SPSS) versi 25.

Menurut (Sugiyono, 2015) “penelitian deskriptif adalah penelitian dengan menggambarkan fenomena, hubungan, menguji hipotesis yang diajukan, membuat prediksi kejadian dan memberikan arti atau makna pada suatu masalah yang diteliti”. Penelitian ini akan menggambarkan bagaimana *online customer review*, layanan *cash on delivery* dan keputusan pembelian pada *marketplace* di kalangan siswa SMAN 1 Pangkalan. Selanjutnya, penelitian verifikatif sebagai metode penelitian yang berlandaskan pada filsafat positivisme, digunakan untuk meneliti pada populasi atau sampel tertentu, pengumpulan data menggunakan instrument penelitian, analisis data bersifat kuantitatif atau statistik dengan tujuan untuk menguji hipotesis yang telah ditetapkan. (Sugiyono,2015). Pada penelitian verifikatif akan diuji pengaruh parsial maupun simultan *online customer review*, layanan *cash on delivery* terhadap keputusan pembelian pada *marketplace* di kalangan siswa SMAN 1 Pangkalan.

Berdasarkan sifat penelitian deskriptif dan verifikatif maka metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah *deskriptif survey*, metode penelitian yang mengambil sampel dari populasi dan menggunakan kuesioner sebagai alat pengumpulan data. Setelah data diperoleh kemudian hasilnya akan dipaparkan secara deskriptif dan akan dianalisis gambaran tentang fakta-fakta, sifat dan hubungan antar gejala dengan penelitian penjelasan *explanatory research*.

Adapun tahapan yang dilakukan dalam penelitian ini digambarkan pada desain penelitian sebagai berikut :



Sumber : Data Olahan Peneliti, 2021

Gambar 3.1 Desain Penelitian

Dalam gambar 3.1. Desain penelitian tersebut ialah pada studi pendahuluan bahwa judul dilatar belakangi berbagai masalah sehingga dibuatkan rumusan masalah, tujuan dan manfaat penelitian didukung dengan kajian teori dan dibuatkan kerangka pemikiran serta menentukan hipotesis penelitian. Selanjutnya membuat rancangan/desain penelitian, menyusun konsep definisi operasional pervariabel dan menentukan populasi dan sampel. Peneliti melakukan pengumpulan data, menganalisis data menggunakan program program *Statistical Package for the Social Sciences* (SPSS) 25. Tahapan terakhir, setelah dilakukan analisis data maka penulis nantinya ditarik hasil penelitian sebagai kesimpulan.

1.2 Lokasi dan Waktu Penelitian

1.2.1 Lokasi Penelitian

Penelitian ini dilakukan pada Siswa SMAN 1 Pangkalan yang beralamat di Jl. Raya Pangkalan, Cintaasih, Pangkalan, Kabupaten Karawang – Jawa barat 41362.

1.2.2 Waktu Penelitian

Waktu pelaksanaan penelitian ini dilaksanakan pada bulan Desember 2021 sampai dengan Juni 2022, dengan rincian uraian pelaksanaan kegiatan dapat dilihat pada tabel sebagai berikut :

Tabel 3. 1 Uraian Kegiatan

No	Uraian Kegiatan	Tahun 2021 - 2022						
		Des	Jan	Feb	Mar	April	Mei	Juni
1	Penulisan Proposal							
2	Perbaikan Proposal							
3	Seminar Profosal							
4	Pengelohan & analisis data							
5	Bimbingan Skripsi							
6	Sidang Skripsi							

1.3 Definisi Operasional Variabel

Penjabaran operasionalisasi variabel-variabel penelitian dirinci dalam bentuk tabel setelah uraian sebagai berikut :

1.3.1 Definisi Operasional *Online Customer Review*

1. *Online customer review* merupakan Ulasan yang diberikan oleh siswa SMAN I Pangkalan setelah melakukan pembelian di *marketplace*
2. Alat ukur yang digunakan untuk mengukur variabel *online customer review* yang meliputi *kredibilitas sumber, kualitas argument, kualitas ulasan* yang dirasakan.
3. Cara mengukur *onnlie customer review* dalam operasional menggunakan skala likert dengan nilai terendah 1 dan 5. (1= sangat tidak setuju, 2= tidak setuju, 3= netral, 4= setuju, 5= sangat setuju)

1.3.2 Definisi Operasional *Cash On Delivery*

1. *Cash on delivery* (COD) Layanan pembayaran ditempat setelah barang sampai ke tangan Siswa SMAN 1 Pangkalan sebagai konsumen yang melakukan pembelian di *marketplace*.
2. Alat ukur yang digunakan untuk mengukur variabel *Cash on delivery* (COD) yang meliputi keamanan, privasi, kepercayaan

3. Cara mengukur *cash on delivery* dalam operasional menggunakan skala likert dengan nilai terendah 1 dan 5. (1= sangat tidak setuju, 2= tidak setuju, 3= netral, 4= setuju, 5= sangat setuju)

1.3.3 Definisi Operasional Keputusan Pembelian

1. Keputusan pembelian adalah proses yang dilakukan oleh siswa SMAN 1 Pangkalan sebagai konsumen *marketplace*. Untuk mengambil keputusan dalam melakukan pembelian suatu produk melalui proses-proses tertentu.
2. Alat ukur yang digunakan untuk mengukur variabel keputusan pembelian yang meliputi pengenalan masalah, pencarian informasi, evaluasi alternatif, keputusan pembelian, perilaku pasca pembelian.
3. Cara mengukur keputusan pembelian dalam operasional menggunakan skala likert dengan nilai terendah 1 dan 5. (1= sangat tidak setuju, 2= tidak setuju, 3= netral, 4= setuju, 5= sangat setuju)



Tabel 3. 2 Definisi Operasional Variabel

Variabel	Konsep Variabel	Dimensi	Indikator	Skala	Item kuesioner
<i>Online Customer Review</i> (X1)	Merupakan bagian dari bentuk penilaian konsumen dengan cara memberikan ulasan/komentar langsung terhadap kinerja penjualan. (Laili Hidayati 2018)	<i>Source credibility</i> (kredibilitas sumber)	<ol style="list-style-type: none"> Narasumber review dapat dipercaya Narasumber review berpengalaman Narasumber review dapat diandalkan 	Ordinal	1,2,3,4,5,6
		<i>Argument quality</i> (Kualitas argument)	<ol style="list-style-type: none"> Review memberikan informasi yang relevan tentang produk. Review memberikan informasi yang lengkap tentang produk Informasi review meyakinkan 	Ordinal	7,8,9,10,11,12,13
		<i>Perceived quality of reviews</i>	<ol style="list-style-type: none"> Jumlah keseluruhan review yang 	Ordinal	14,15,16,17

		(kualitas ulasan yang dirasakan)	terdapat pada suatu produk 2. Tingkat kuantitas informasi yang terkandung dalam sebuah review		
Layanan <i>Cash On Delivery</i> (X2)	Merupakan bagian dari persepsi kepercayaan. (Halaweh 2017)	Keamanan	1. Tidak harus menggunakan pembayaran elektronik 2. Tidak ada resiko kehilangan uang	Ordinal	1,2,3,4
		Privasi	1. Data pribadi tidak menyebar 2. Tidak perlu memberikan informasi finansial		5,6
		Kepercayaan	1. Konsumen dapat memastikan produk apakah sesuai dengan pesanan 2. Konsumen dapat		7,8,9,10

			membayar setelah produk sesuai dan di terima		
--	--	--	---	--	--



Tabel 3. 3 Definisi Operasional Variabel (Lanjutan)

Keputusan pembelian (Y)	Merupakan sikap dari konsumen dalam memutuskan pembelian barang dan jasa (Kolter dan Amstrong 2016), dengan mempertimbangkan variabel-variabel bebas (X1) <i>online customer review</i> dan (X2) <i>layanan cash on delivery</i>	Pengenalan masalah	1. Pengenalan produk 2. Kebutuhan		1,2
		Pencarian informasi	1. Sumber komersial 2. Sumber publik 3. Sumber pengalaman		3,4,5
		Evaluasi alternatif	1. Keyakinan 2. Sikap		6,7
		Keputusan pembelian	1. Pilihan produk 2. Pilihan merek 3. Pilihan penyalur 4. Jumlah pembelian 5. Waktu pembelian		8,9,10,11,12
		Perilaku pasca pembelian	1. Metode pembayaran 2. Kepuasan pasca pembelian 3. Tindakan pasca		13,14,15

			pembelian		
			4. Tindakan pasca pembelian		

Sumber : (Peneliti, 2021)

1.4 Populasi, Sampel dan Teknik Sampling

1.4.1 Populasi Penelitian

Populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri dari atas obyek atau subyek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya (Sugiyono 2016). Dalam penelitian ini populasi yang digunakan adalah Siswa SMAN 1 Pangkalan yang pernah berbelanja *online* di *marketplace*.

1.4.2 Sampel Penelitian

Sampel adalah bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi (Sugiyono 2016). Sampel terdiri dari beberapa anggota populasi. Sub set ini diambil karena dalam banyak kasus tidak mungkin kita meneliti seluruh anggota populasi yang disebut sampel yang diharapkan hasilnya harus representatif. Dalam penelitian suatu sampel yang representatif ialah sampel yang kira-kira memiliki karakteristik-karakteristik populasi yang relevan dengan penelitian yang bersangkutan.

Sedangkan penentuan ukuran sampel dalam penelitian ini menggunakan rumus Lemeshow (1997), hal ini dikarenakan jumlah populasi tidak diketahui. Berikut rumus Lemeshow :

$$n = \frac{z^2 p (1 - p)}{d^2}$$

Dimana :

n = Jumlah sampel

z = Nilai standart pada kepercayaan 95% = 1.96

p = Maksimal estimasi = 50% = 0.5

d = Alpha (0,08) atau *sampling error* = 8%

Berdasarkan rumus diatas, maka jumlah sampel yang akan diambil adalah :

$$n = \frac{z^2 p (1 - p)}{d^2}$$

$$n = \frac{1,96^2 \cdot 0,5 (1 - 0,5)}{0,08^2}$$

$$n = \frac{38,416 \cdot 0,25}{0,0064}$$

$$n = 150,062$$

Maka diperoleh hasil jumlah sampel minimal yang dibutuhkan dalam penelitian ini adalah 150,062 dan dibulatkan menjadi 150 orang responden.

1.4.1 Teknik Sampling

Teknik *sampling* yang digunakan dalam penelitian ini adalah menggunakan *nonprobability sampling* dengan pendekatan *purposive sampling*. Teknik *nonprobability sampling* adalah teknik pengambilan sampel yang tidak memberi peluang atau kesempatan sama bagi setiap unsur atau anggota populasi untuk dipilih menjadi sampel (Sugiyono 2016). Sedangkan yang dimaksud metode *purposive sampling* merupakan metode pemilihan sampel dengan berdasarkan pada kriteria-kriteria tertentu ini dimaksudkan agar dapat memberikan informasi yang maksimal (Suliyanto 2018:226). Adapun kriteria yang ditetapkan oleh peneliti sebagai responden adalah:

1. Responden merupakan siswa kelas III SMAN 1 Pangkalan (dengan asumsi pada umur 17 tahun siswa sudah dapat secara mandiri melakukan pengambilan keputusan).
2. Pernah berbelanja melalui *marketplace* minimal dua kali dan responden berasal dari Kecamatan Pangkalan.

1.5 Pengumpulan Data Penelitian

Pengumpulan Data Penelitian akan dipaparkan pada sub bab sumber dan teknik pengumpulan data sebagai berikut :

1.5.1 Sumber Data Penelitian

Sumber data adalah segala sesuatu yang dapat memberikan informasi mengenai penelitian terkait. Data yang digunakan dalam penelitian ini menggunakan dua jenis sumber data yaitu sebagai berikut :

a. Data Primer

Menurut (Sugiyono 2018:456) Data Primer yaitu sumber data yang memberikan data kepada pengumpul data. Data dikumpulkan sendiri oleh peneliti langsung dari sumber pertama atau objek penelitian dilakukan. Dalam penelitian ini data primer yang digunakan responden siswa kelas III SMAN 1 Pangkalan

b. Data Sekunder

Menurut (Sugiyono 2018:456) Data Sekunder yaitu sumber data yang tidak langsung memberikan data kepada pengumpul data, misalnya lewat orang lain atau lewat dokumen. Dalam penelitian ini data sekunder yang digunakan adalah data-data dan informasi yang didapat dari buku, artikel, jurnal dan skripsi penelitian sebelumnya.

1.5.2 Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data merupakan langkah yang paling utama dalam penelitian, karena utama dari penelitian adalah mendapatkan data (Sugiyono 2016:402). Teknik pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini yaitu sebagai berikut :

a. Kuesiner (Angket)

Penelitian metode angket menurut Sugiyono (2017:142) Angket atau kuesioner merupakan teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan cara memberikan pernyataan atau pernyataan tertulis kepada responden untuk dijawab.

b. Studi Kepustakaan (*Library Research*)

Dalam studi kepustakaan ini peneliti melakukan pengumpulan dan mempelajari teori dan konsep yang berhubungan dengan pembahasan yang diteliti. Teori dan konsep dasar tersebut penulis peroleh dengan mengamati dan menelaah berbagai macam sumber seperti, buku, jurnal, skripsi, dan bahan-bahan yang relevan.

c. Riset Internet (*Online Riset*)

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

1.5.3 Instrumen Penelitian

Instrumen penelitian adalah suatu alat pengumpulan data yang digunakan untuk mengukur fenomena alam maupun sosial yang diamati. Dengan demikian, penggunaan instrument penelitian yaitu untuk mencari informasi yang lengkap

mengenai suatu masalah, fenomena alam maupun sosial. (Sugiyono 2014:92). Penggunaan instrumen pada penelitian ini adalah cara yang digunakan untuk mengumpulkan data yang dibutuhkan peneliti. Pada penelitian ini instrumen rancangan yang digunakan sesuai dengan indikator yang telah disusun, menggunakan metode kuesioner, maka peneliti mendapatkan langsung data dan informasi dari responden dengan mengisi pertanyaan yang terdapat dalam kuesioner. Pemberian skor digunakan skala likert dengan nilai terendah 1-5, yaitu :

1. Jawaban SS (Sangat Tidak Setuju) diberi skor 1
2. Jawaban TS (Tidak Setuju) diberi skor 2
3. Jawaban N (Netral) diberi skor 3
4. Jawaban S (Setuju) diberi skor 4
5. Jawaban SS (Sangat Setuju) diberi skor 5

1. Uji Validitas

Uji validitas digunakan pada penelitian ini untuk menguji valid tidaknya suatu kuesioner. Menurut (Sugiyono, 2018) validitas merupakan derajat ketepatan antara data yang terjadi pada obyek penelitian dengan data yang dilaporkan oleh peneliti. Kuesioner dapat dikatakan valid apabila pertanyaan pada kuesioner mampu mengungkapkan sesuatu yang akan diukur (Ghozali, 2017). Perhitungan validitas menggunakan bantuan independen program *Statistical Package for the Social Sciences* (SPSS) 25. Rumus korelasi product moment yang digunakan dalam penelitian ini sebagai berikut:

$$r_{xy} = \frac{n \sum X.Y - \sum X. \sum Y}{\sqrt{n \sum X^2 - (\sum X)^2} \sqrt{n \sum Y^2 - (\sum Y)^2}}$$

Dimana :

r_{xy} = koefisiensi validitas skor butir pertanyaan

X = skor butir soal tertentu untuk setiap responden

Y = skor total (seluruh soal) untuk setiap responden

n = banyaknya responden data x dan y

kriteria validitas adalah : valid jika " $r_{hitung} > r_{tabel}$ "

2. Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas dilakukan untuk mengetahui tingkat kestabilan suatu alat ukur. Konsep reliabilitas dalam arti reliabilitas alat ukur berkaitan erat dengan masalah kekeliruan pengukuran. Kekeliruan pengukuran sendiri menunjukkan sejauh mana inkonsistensi hasil pengukuran terjadi apabila dilakukan pengukuran ulang terhadap kelompok subyek yang sama. Menurut (Sugiyono 2016) suatu konstruk atau variabel dikatakan reliabel jika memberikan nilai *Cronbach's Alpha* lebih besar dari 0.60 (*Cronbach's Alpha* > 0.60). Pada umumnya reliabilitas kurang dari 0.6 dianggap tidak reliabel, jika reliabilitas berada pada kisaran 0.7 akan diterima, dan 0.8 maka dianggap reliabel. Adapun perhitungan reliabilitas menggunakan bantuan independen program *Statistical Package for the Social Sciences (SPSS) 25* dengan menggunakan rumus sebagai berikut.

$$r_{11} = \left[\frac{k}{k-1} \right] \left[1 - \frac{\sum \sigma_i^2}{\sigma^2} \right]$$

Dimana :

r_{11} = realibilitas instrument

k = Banyaknya soal

$\sum \sigma_i^2$ = Jumlah skor varian item

σ^2 = Varians total



Selanjutnya untuk menginterpretasikan besarnya nilai *r alpha cronbach* pada interpretasi *r* dibawah ini :

**Tabel 3. 4 Interpretasi Nilai *r*
Alpha Indeks Korelasi**

Koefisien <i>r</i>	Reliabilitas
0,8000 – 1,0000	Sangat Tinggi
0,6000 – 0,7999	Tinggi
0,4000 – 0,5999	Sedang
0,2000 – 0,3999	Rendah
0,0000 – 0,1999	Sangat rendah

Sumber: (Sugiyono 2014:250)

Kriteria Reliabilitasnya adalah: Jika *Alpha Cronbach* > 0,6

1.6 Analisis Data

Analisis data merupakan cara menganalisis data penelitian termasuk alat-alat statistik yang relevan untuk digunakan dalam penelitian. Berdasarkan keterangan diatas, sifat analisis data yang peneliti gunakan ialah sebagai berikut:

1.6.1 Rancangan Analisis

1. Analisis Deskriptif

Analisis deskriptif menurut (Sugiyono 2012) merupakan statistik yang digunakan untuk mengalisa data dengan cara mendeskripsikan atau menggambarkan data yang telah terkumpul sebagaimana adanya tanpa bermaksud membuat kesimpulan yang berlaku untuk umum atau generalisasi. Tujuannya untuk merangkum sekumpulan data kedalam bentuk yang mudah dibaca dan cepat memberikan informasi.

Analisis deskriptif dalam penelitian ini menggunakan rentang skala. Dimana rentang skala merupakan alat yang digunakan untuk mengukur atau menilai variabel yang diteliti. Fungsi rentang skala menurut (Husein, 2001) yaitu untuk menunjukkan kecenderungan jawaban responden tentang variabel. Rumus rentang skala dalam penelitian ini menggunakan rumus sebagai berikut:

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

Dimana :

RS = Rentang Skala

n = jumlah sampel

m = jumlah alternative jawaban tiap item

Berdasarkan rumus di atas, maka dapat diperoleh rentang skala dengan perhitungan sebagai berikut:

$$RS = \frac{150(5 - 1)}{5}$$

$$= \frac{600}{5} = 120$$

Nilai 120 dari hasil rumus tentang skala diatas, merupakan nilai patokan dari rentang skala setiap kategori jawaban responden terhadap variabel penelitian. Pada

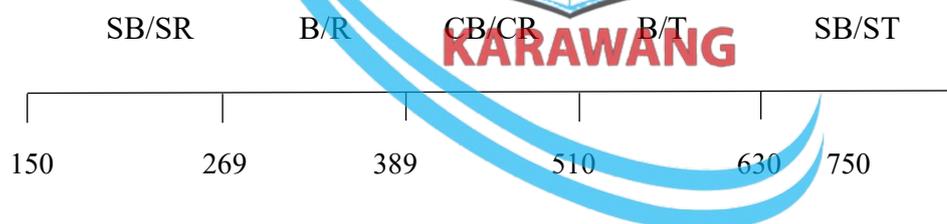
analisis rentang skala ini jawaban atas kuesioner diinterpretasikan sesuai dengan variabel pada penelitian ini. Berikut detail penilaiannya:

Tabel 3. 5 Rentang Skala

No	Rentang Skala	Interpretasi Kategori Variabel			
		<i>Online Review</i>	<i>Customer</i>	<i>Layanan Cash On Delivery</i>	Keputusan Pembelian
1	150-269	Sangat Buruk		Sangat Rendah	Sangat Rendah
2	269-389	Buruk		Rendah	Rendah
3	389-509	Cukup Baik		Cukup Tinggi	Cukup Tinggi
4	509-629	Baik		Tinggi	Tinggi
5	629-750	Sangat Baik		Sangat Tinggi	Sangat Tinggi

Sumber : Data olahan peneliti

Berdasarkan hasil perhitungan diatas, maka dapat dinilai rentang skala untuk memprediksi pengambilan keputusan siswa SMAN 1 Pangkalan dalam berbelanja pada *marketplace*. Rentang skala diatas dapat digambarkan melalui bar skala atau bar scale :



Gambar 3. 2 Bar Scale

1.6.2 Transformasi Data

Sebelum melakukan analisis data menggunakan regresi linier berganda, penelitian yang menggunakan skala ordinal perlu diubah terlebih dahulu ke skala interval. Salah satu cara yang dapat digunakan dalam mentransformasi data yaitu transformasi MSI. Transformasi MSI adalah sebuah metode transformasi data ordinal menjadi data interval dengan mengubah proporsi kumulatif setiap perubahan pada kategori menjadi nilai kurva normal bakunya. (Ningsih and Dukalang 2019)

Metode transformasi *method of successive interval*, dengan tahap-tahapan sebagai berikut:

1. Menghitung frekuensi observasi untuk setiap kategori
2. Menghitung proporsi pada masing-masing kategori
3. Dari proporsi yang diperoleh, dihitung proporsi kumulatif untuk setiap kategori.
4. Menghitung nilai Z (distribusi normal) dari proporsi kumulatif
5. Menentukan nilai batas Z (nilai *probability density function* pada absis Z) untuk setiap kategori, dengan rumus

$$f(Z) = \frac{1}{\sqrt{2\pi}} e^{-\frac{Z^2}{2}}, -\infty < Z < +\infty$$

Dengan $\pi = 3.14159$ dan $e = 2.71828$.

6. Menghitung *scale value* (interval rata-rata) untuk setiap kategori

$$Scale = \frac{\text{kepadatan bawah} - \text{kepadatan batas atas}}{\text{daerah dibawah batas atas} - \text{daerah dibawah batas bawah}}$$

7. Menghitung score (nilai hasil transformasi) untuk setiap kategori melalui persamaan:

$$score = scale\ Value + |scale\ Value_{min}| + 1$$

1.6.3 Analisis Regresi Linier Berganda

Menurut (Ghozali, 2017) analisis regresi linier berganda digunakan untuk mengukur kekuatan hubungan antara dua variabel atau lebih, dan untuk menunjukkan arah hubungan antara variabel dependen dengan variabel independen. Variabel dependen diasumsikan random/stokastik, yang berarti mempunyai distribusi probabilitas. Variabel independen diasumsikan memiliki nilai tetap (dalam pengambilan sampel yang berulang). Adapun bentuk persamaan regresi linier berganda yang digunakan dalam penelitian ini sebagai berikut.

$$Y = a + \beta_1 X_1 + \beta_2 X_2 + e$$

Dimana :

Y = Keputusan Pembelian

a = Konstanta

X1 = *Online customer review*

X2 = Layanan *Cash On Delivery*

β_1, β_2 = Koefisien regresi

e = Standar eror



1.6.4 Uji Asumsi Klasik

1. Uji Normalitas

Menurut (Ghozali, 2016) Uji Normalitas dilakukan untuk menguji apakah nilai residu yang dihasilkan dari regresi terdistribusi secara normal atau tidak. Model regresi yang baik adalah yang memiliki nilai residual yang terdistribusi secara normal. Penelitian ini menggunakan metode Uji *One sample Kolmogorov Smirnov*, pada metode ini apabila nilai signifikansi lebih besar dari 0.05 dapat dinyatakan nilai residual tersebut normal.

2. Uji multikolinearitas

Menurut (Ghozali, 2018) uji multikolinearitas bertujuan untuk menguji apakah model regresi ditemukan adanya korelasi antar variabel bebas (independen). Model regresi yang baik seharusnya tidak terjadi korelasi diantara variabel independen. Jika variabel independen saling berkorelasi, maka variabel-variabel ini tidak orthogonal. Variabel orthogonal adalah variabel independen sama dengan nol. Untuk mendeteksi ada atau tidaknya multikolenaritas di dalam model regresi dilihat dari nilai tolerance

dan *variance inflation factor* (VIF). Jika nilai *tolerance* $> 0,10$ atau nilai *tolerance* VIF < 10 , maka terjadi multikolinieritas (Ghozali, 2018;107)

1.6.5 Uji Hipotesis

Hipotesis merupakan sebagai jawaban sementara terhadap rumusan masalah penelitian, oleh karena itu rumusan masalah disusun dengan format pertanyaan. Dikatakan sementara karena jawaban yang diberikan didasarkan pada teori yang relevan, belum didasarkan pada data empiris yang diperoleh dalam pengumpulan data menurut (Sugiyono 2017:63)

Pengujian hipotesis utama dalam penelitian ini menggunakan uji t, uji t digunakan untuk menguji tingkat signifikan pengaruh variabel bebas *online customer review* terhadap keputusan pembelian dan layanan *cash on delivery* terhadap keputusan pembelian.

Untuk pengujian secara bersama-sama menggunakan uji simultan. Uji simultan (Uji F) digunakan untuk menguji tingkat signifikan pengaruh variabel bebas *online customer review* dan layanan *cash on delivery* terhadap variabel terikat yaitu keputusan pembelian secara simultan. Hipotesis yang akan digunakan dalam penelitian ini berkaitan dengan ada tidaknya pengaruh variabel bebas terhadap variabel terikat.

1.6.5.1 Uji T (Uji Parsial)

Menurut Ghazali, (2016:171) uji t digunakan untuk mengetahui pengaruh masing-masing variabel independen terhadap variabel dependen. Pengujian ini menguji tingkat kesignifikansian dari masing-masing variabel bebas yaitu *online customer review* dan layanan *cash on delivery* berpengaruh terhadap variabel terikat yaitu keputusan pembelian. Pengujian dilakukan dengan membandingkan antara t hitung dengan t tabel pada nilai signifikansi 0,05 atau $\alpha = 5\%$. Penolakan atau penerimaan hipotesis berdasarkan kriteria sebagai berikut:

1. Jika $t \text{ hitung} \leq t \text{ tabel}$, maka H_0 diterima dan H_a ditolak yang berarti bahwa tidak ada pengaruh yang signifikan dari masing-masing variabel independen terhadap variabel dependen secara parsial.
2. Jika $t \text{ hitung} \geq t \text{ tabel}$, maka H_0 ditolak dan H_a diterima yang berarti bahwa ada pengaruh yang signifikan dari masing-masing variabel independen

terhadap variabel dependen secara parsial. T table dilihat dengan derajat bebas = $n-(k-1)$.

3. Nilai koefisien beta (β) harus searah dengan hipotesis yang diajukan.

1.6.5.2 Uji F (Uji Simultan)

Menurut (Sugiyono 2017:192). Uji F adalah pengujian terhadap koefisien regresi secara simultan. Pengujian ini dilakukan untuk mengetahui pengaruh semua variabel independen yang terdapat di dalam model secara bersama-sama (simultan) terhadap variabel dependen. Uji F dalam penelitian ini digunakan untuk menguji signifikansi pengaruh *online customer review* dan layanan *cash on delivery* terhadap keputusan pembelian secara simultan. Pengujian dilakukan dengan cara membandingkan F hitung dengan F tabel diketahui bahwa nilai signifikansi sebesar $0,00 < 0,05$. Penolakan atau penerimaan hipotesis berdasarkan kriteria sebagai berikut:

1. Jika $t \text{ hitung} \leq t \text{ tabel}$, maka H_0 diterima dan H_a ditolak yang berarti bahwa tidak ada pengaruh yang signifikan dari masing-masing variabel independen terhadap variabel dependen secara parsial.
2. Jika $t \text{ hitung} \geq t \text{ tabel}$, maka H_0 ditolak dan H_a diterima yang berarti bahwa ada pengaruh yang signifikan dari masing-masing variabel independen terhadap variabel dependen secara parsial. T table dilihat dengan derajat bebas = $df 2 = n-k$
3. Nilai koefisien beta (β) harus searah dengan hipotesis yang diajukan

1.6.5.3 Koefisien Determinasi

Menurut (Ghozali 2018) koefisien determinasi (R^2) pada intinya dapat mengukur seberapa jauh kemampuan mengenai model dalam menerangkan variasi variabel dependen. Nilai koefisien determinasi adalah antar nol dan satu. Nilai adjusted R^2 yang kecil atau mendekati nol berarti kemampuan variabel independen dalam menjelaskan variabel dependen sangat terbatas. Sedangkan nilai yang telah mendekati satu berarti variabel independen memberikan hampir semua informasi yang dibutuhkan untuk memprediksi variasi pada variabel dependen.