

## BAB 3 METODOLOGI PENELITIAN

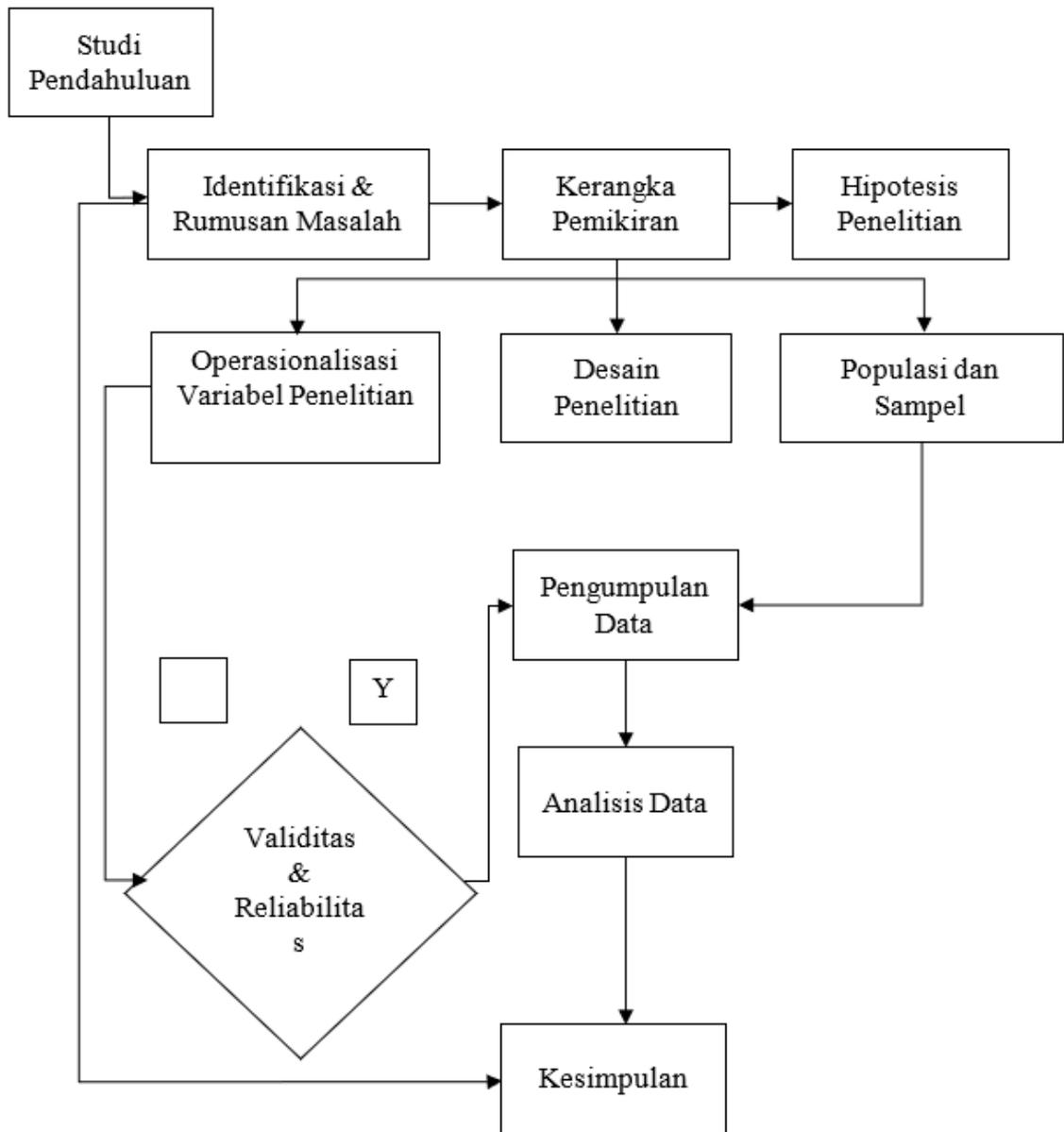
### 3.1 Desain Penelitian

Penelitian ini bersifat deskriptif dan verifikatif. Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif. Data pada penelitian ini diperoleh dari kuesioner yang kemudian diolah menggunakan program IBM SPSS *versi 25 for windows*, lalu menganalisis dan menjelaskan hasil perhitungan.

Metode deskriptif merupakan metode yang dilakukan untuk mengetahui keberadaan variabel mandiri, baik hanya pada satu variabel maupun lebih tanpa membuat perbandingan variabel tersebut dan mencari hubungan dengan variabel yang lain (Sugiyono, 2017:29). Pada penelitian yang dilakukan oleh peneliti akan menggambarkan bagaimana *trust*, *perceived risk*, dan keputusan pembelian pada mahasiswa program studi Manajemen Universitas Buana Perjuangan Karawang yang menggunakan Shopee. Menurut (Muharto, 2016:33), penelitian verifikatif adalah penelitian yang bertujuan untuk menguji hipotesis yang sudah ditetapkan. Pada penelitian ini yang akan diuji adalah korelasi antara *trust* dengan *perceived risk* dan pengaruh *trust* dan *perceived risk* terhadap keputusan pembelian online melalui Shopee pada mahasiswa program studi Manajemen Universitas Buana Perjuangan Karawang.

*Explanatory survey* adalah metode yang dipakai dalam penelitian ini. Menurut (Sugiyono, 2018:6), "*explanatory survey* yaitu metode yang dipakai untuk memperoleh informasi dari tempat tertentu kemudian peneliti melakukan pengumpulan informasi, seperti melakukan wawancara, menyebarkan kuesioner, dan lain sebagainya". Dengan menggunakan metode ini, peneliti dapat mengetahui hubungan antara variabel yang diteliti melalui pengujian hipotesis. Pada penelitian ini yang ingin diketahui oleh peneliti adalah seberapa besar pengaruh *trust* dan *perceived risk* terhadap keputusan pembelian *online* melalui Shopee pada mahasiswa program studi Manajemen Universitas Buana Perjuangan Karawang.

Adapun tahapan yang dilakukan dalam penelitian ini, yaitu:



Gambar 3.1

Desain Penelitian

Sumber: Hasil diolah Peneliti (2021)

Berdasarkan pada gambar 3.1 tahap pertama yang dilakukan yaitu melakukan studi pendahuluan pada objek penelitian yaitu mahasiswa Manajemen Universitas Buana Perjuangan Karawang. Peneliti melakukan pra survei untu mengetahui fenomena pada mahasiswa Manajemen Universitas Buana Perjuangan Karawang yang menggunakan *e-commerce* Shopee yang kemudian akan dijadikan

sebagai latar belakang penelitian. Selanjutnya peneliti melakukan identifikasi dan rumusan masalah. Kemudian membuat sebuah kerangka pemikiran untuk menentukan hipotesa penelitian.

Selanjutnya peneliti membuat desain penelitian. Lalu peneliti membuat operasionalisasi variabel yang akan diteliti dengan menggunakan beberapa studi Pustaka dan literatur yang sesuai. Peneliti perlu menentukan populasi dan sampel yang akan dijadikan responden dalam penelitian. Peneliti menggunakan instrumen penelitian berupa kuesioner yang berisi item pernyataan yang akan dijadikan sebagai alat ukur untuk data penelitian. Namun, sebelum menyebarkan kuesioner kepada responden, kuesioner terlebih dahulu diuji menggunakan uji validitas yang bertujuan untuk menguji seberapa valid item pernyataan dan uji reliabilitas yang bertujuan menguji seberapa reliabel item pernyataan. Setelah item pernyataan dinyatakan valid dan reliabel maka langkah selanjutnya yaitu melakukan penyebaran kuesioner kepada responden. Kemudian data dari para responden akan diolah dan dianalisis melalui analisis jalur (*path analysis*) menggunakan program IBM SPSS *versi 25 for windows*. Tahap akhir setelah melakukan analisis data yaitu menarik kesimpulan atas hasil analisis.

## **3.2 Lokasi dan Waktu Penelitian**

### **3.2.1 Lokasi Penelitian**

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

### **3.2.2 Waktu Penelitian**

Penelitian akan dilaksanakan pada bulan Oktober 2021 sampai dengan bulan Juni 2022 dengan jadwal kegiatan sebagai berikut:

Tabel 3.1  
Waktu Penelitian

	Kegiatan	Okt 2021	Nov 2021	Des 2021	Jan 2022	Feb 2022	Mar 2022	Apr 2022	Mei 2022	Juni 2022
1	Penulisan Proposal									
2	Perbaikan Proposal									
3	Seminar Proposal									
4	Pengurusan Izin									
5	Pengumpulan Data dan Observasi									
6	Analisis Data									
7	Penulisan Skripsi									
8	Perbaikan Skripsi									
9	Sidang									

Sumber: Hasil data diolah Peneliti (2022)

### 3.3 Definisi Operasional Variabel

Operasional variabel merupakan definisi mengenai variabel yang dapat diukur oleh peneliti. Operasional variabel menjabarkan konsep variabel, dimensi, indikator serta skala pengukuran.

#### 3.3.1 Definisi Variabel

Menurut (Sugiyono, 2019:2), variabel adalah objek yang ditetapkan oleh seorang peneliti untuk dipelajari sehingga dapat diambil sebuah informasi yang nantinya diambil sebuah kesimpulan. Berdasarkan penelitian yang dilakukan oleh peneliti, maka terdapat dua variabel bebas ( $X_1$  dan  $X_2$ ) dan satu variabel terikat ( $Y$ ). *Trust* merupakan variabel bebas ( $X_1$ ) dan *perceived risk* merupakan variabel bebas ( $X_2$ ). Sedangkan keputusan pembelian yaitu variabel terikat ( $Y$ ). Adapun definisi dari variabel bebas dan variabel terikat yaitu:

#### 1. Variabel bebas

Variabel bebas adalah variabel yang mempengaruhi variabel terikat. Dalam penelitian ini *trust* dan *perceived risk* adalah variabel bebas.

#### 2. Variabel terikat

Variabel terikat adalah variabel yang dipengaruhi oleh variabel bebas. Dalam penelitian ini, keputusan pembelian merupakan variabel terikat

### 3.3.2 Definisi Operasional Variabel *Trust*

*Trust* merupakan keyakinan konsumen terhadap suatu merek. *Trust* adalah elemen yang mendorong pembelian *online* melalui Shopee. Konsumen hanya mengandalkan deskripsi yang tertera pada *e-commerce* Shopee, sehingga tanpa adanya rasa percaya terhadap Shopee maka pembelian tidak akan terjadi.

Pengukuran variabel *trust* menggunakan skala likert skor terendah yaitu 1 dan skor tertinggi yaitu 5. (1= Sangat Rendah, 2= Rendah, 3= Cukup, 4= Tinggi, 5= Sangat Tinggi).

### 3.3.3 Definisi Operasional Variabel *Perceived Risk*

*Perceived risk* merupakan persepsi konsumen mengenai ketidakpastian yang dapat terjadi ketika melakukan pembelian secara *online* melalui Shopee. Risiko tersebut dapat berupa risiko keuangan, risiko kinerja produk, risiko psikologis, risiko fisiologis, risiko sosial dan risiko waktu.

Pengukuran variabel *perceived risk* menggunakan skala likert dengan skor terendah yaitu 1 dan skor tertinggi yaitu 5. (1= Sangat Rendah, 2= Rendah, 3= Cukup Tinggi, 4= Tinggi, 5= Sangat Tinggi).

### 3.3.4 Definisi Operasional Variabel Keputusan Pembelian

Keputusan pembelian merupakan pengenalan kebutuhan, pencarian informasi mengenai produk tertentu, memilih alternatif produk, sehingga siap melakukan pembelian melalui Shopee.

Pengukuran variabel keputusan pembelian menggunakan skala likert dengan skor terendah yaitu 1 dan skor tertinggi yaitu 5. (1= Sangat Rendah, 2= Rendah, 3= Cukup, 4= Tinggi, 5= Sangat Tinggi).

Operasional variabel dibutuhkan untuk menentukan dimensi dan indikator dari setiap variabel yang terkait dalam sebuah penelitian. Sdselain itu tujuan dibuatnya operasional variabel yaitu untuk menentukan skala pengukuran dari setiap variabel penelitian. Operasional variabel dalam penelitian ini dapat dilihat pada tabel 3.2 berikut

Tabel 3.2  
Operasionalisasi Variabel

Variabel	Konsep Variabel	Dimensi	Indikator	Skala	Item
<i>Trust</i>	Keyakinan	Kemampuan	kompetensi	Ordinal	1,2

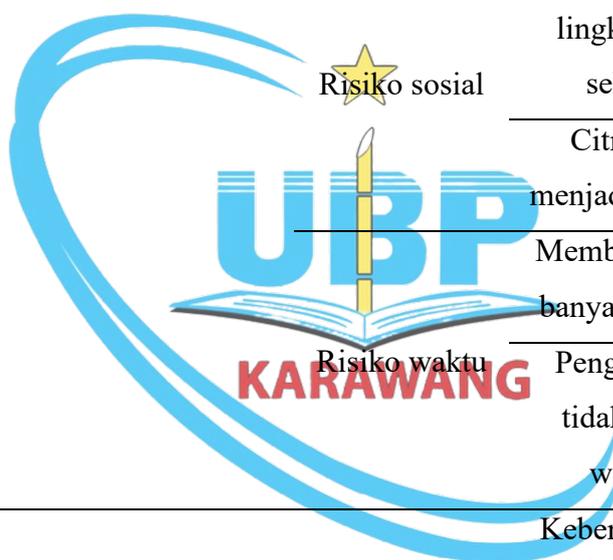
Mayer et al. dalam ..(Lilayan, 2020)	konsumen pada sebuah merek yang dapat membuat konsumen melakukan transaksi atau pembelian	<i>(ability)</i>	pengalaman	Ordinal	3,4					
			Pengetahuan luas	Ordinal	5					
			Pengesahan institusional	Ordinal	6					
		Kebaikan hati <i>(benevolence)</i>			Perhatian	Ordinal	7,8			
					Empati	Ordinal	9			
					Daya terima	Ordinal	10			
					Keyakinan	Ordinal	11			
					Kewajaran <i>(fairness)</i>	Ordinal	12			
					Pemenuhan <i>(fullfilment)</i>	Ordinal	13,14			
					Kesetiaan <i>(loyalty)</i>	Ordinal	15,16			
					Keterusterangan <i>(honestly)</i>	Ordinal	17			
					Keterkaitan <i>(dependability)</i>	Ordinal	18			
					Kehandalan <i>(reliability)</i>	Ordinal	19,20			
					<i>Perceived risk</i>	Risiko keuangan		Harga tidak sesuai	Ordinal	1,2
								Khawatir melakukan transaksi	Ordinal	3



**Tabel Lanjutan**

Variabel	Konsep Variabel	Dimensi	Indikator	Skala	Item
<i>Perceived risk</i>	Persepsi mengenai ketidakpastian yang	Risiko kinerja	Produk tidak berfungsi	Ordinal	4

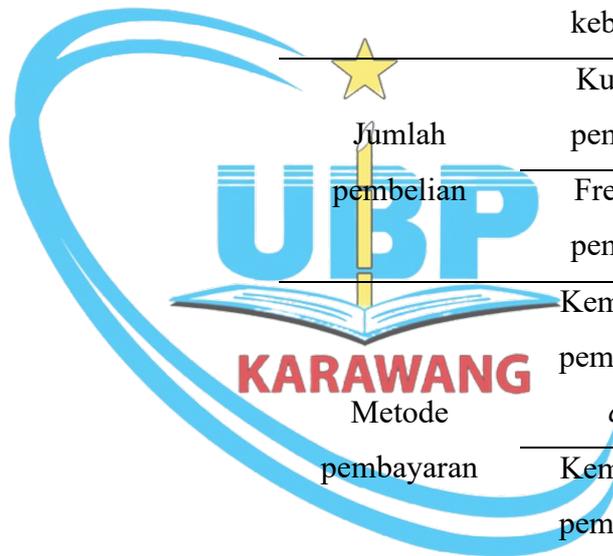
Suryani dalam (Sati & Ramaditya, 2019)	akan terjadi akibat melakukan pembelian secara <i>online</i> melalui Shopee		Produk tidak sesuai	Ordinal	5
			Ketidakpuasan terhadap produk	Ordinal	6
		Risiko psikologis	Cemas saat berbelanja	Ordinal	7
			Produk dapat melukai fisik	Ordinal	8
		Risiko fisiologis	Hilangnya citra diri ( <i>self image</i> )	Ordinal	9
			Penilaian lingkungan sekitar	Ordinal	10,11,12
			Citra diri menjadi rendah	Ordinal	13
			Membutuhkan banyak waktu	Ordinal	14
			Pengiriman tidak tepat waktu	Ordinal	15
		Keputusan pembelian Kotler dan Keller (2016)		Pilihan produk	Keberagaman pilihan produk
	Kebutuhan akan produk			Ordinal	2
	Kualitas produk			Ordinal	3



**Tabel lanjutan**

Variabel	Konsep Variabel	Dimensi	Indikator	Skala	Item
Keputusan pembelian Kotler dan Keller	Pengenalan kebutuhan, pencarian	Pilihan merek	Kepercayaan terhadap merek	Ordinal	4
			Keunggulan	Ordinal	5

Keller (2016)	informasi mengenai produk tertentu, memilih alternatif produk, sehingga siap melakukan pembelian melalui Shopee.	Pilihan penyalur	merk		
			Ketersediaan produk	Ordinal	6
			Kualitas pelayanan	Ordinal	7
			Lokasi mudah dijangkau	Ordinal	8
			Membeli karena promo	Ordinal	9
			Waktu pembelian		
			Membeli karena kebutuhan	Ordinal	10
			Jumlah pembelian		
			Kuantitas pembelian	Ordinal	11
			Frekuensi pembelian	Ordinal	12
			Metode pembayaran		
			Kemudahan pembayaran <i>cash</i>	Ordinal	13
			Kemudahan pembayaran digital	Ordinal	14



Sumber: Suryani dalam (Liliyan, 2020)

Mayer et al. dalam (Sati & Ramaditya, 2019)

Kotler dan Keller (2016)

### 3.4 Populasi, Sampel dan Teknik Sampling

#### 3.4.1 Populasi Penelitian

Menurut (Sugiyono, 2018:80), “populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri dari objek atau subjek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari kemudian ditarik sebuah

kesimpulan”. Populasi dalam penelitian ini adalah mahasiswa Manajemen Universitas Buana Perjuangan Karawang pengguna Shopee.

### 3.4.2 Sampel Penelitian

Menurut (Sugiyono, 2018:81), “sampel merupakan sebagian dari jumlah populasi”. Sampel pada penelitian ini adalah mahasiswa Manajemen Universitas Buana Perjuangan Karawang pengguna Shopee. Pengambilan sampel menggunakan rumus Lemeshow dalam (Ilaika et al., 2021), karena populasi tidak diketahui pasti adalah sebagai berikut:

$$n = \frac{Z^2 P(1-P)}{d^2}$$

Keterangan:

n = sampel

Z = nilai z dari table distribusi normal dengan tingkat kepercayaan 95% yaitu 1,96

P = 0,5

d = *margin error* 7% = 0,07

Menurut Lemeshow dalam (Ilaika et al., 2021) jika tidak mengetahui populasi, maka disarankan menggunakan nilai maksimal 0,5 karena akan selalu memberi hasil pengamatan yang cukup terlepas dari nilai proporsi populasi yang sebenarnya. Berikut adalah perhitungan untuk menentukan jumlah sampel penelitian:

$$n = \frac{Z^2 p(1-p)}{e^2}$$

$$n = \frac{(1,96)^2(0,5)(1-0,5)}{(0,07)^2}$$

$$n = \frac{0,9604}{0,0049}$$

$$n = 196 \text{ Responden}$$

dari hasil perhitungan diatas, sampel yang diambil untuk mengisi kuesioner dalam penelitian adalah 196 responden yang ditujukan pada mahasiswa Manajemen Universitas Buana Perjuangan Karawang pengguna Shopee.

### 3.4.3 Teknik Sampling

Teknik sampling adalah teknik pengambilan sampel. Untuk menentukan sampel yang akan digunakan dalam penelitian, terdapat berbagai teknik sampling yang digunakan (Sugiyono, 2017:81). Peneliti menggunakan *nonprobability*

*sampling*. Menurut (Sugiyono, 2017:122), *nonprobability sampling* adalah teknik pengambilan sampel yang tidak memberikan peluang yang sama bagi setiap anggota populasi untuk dipilih menjadi anggota sampel. Teknik penentuan sampel dalam penelitian ini menggunakan pendekatan *purposive sampling*. Menurut (Sugiyono, 2017:85), *purposive sampling* yaitu teknik pengambilan sampel berdasarkan pertimbangan tertentu.

Adapun karakteristik yang dijadikan sampel pada penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Responden merupakan mahasiswa aktif Universitas Buana Perjuangan Karawang.
2. Responden merupakan mahasiswa Manajemen Universitas Buana Perjuangan Karawang.
3. Responden merupakan pengguna Shopee.

### **3.5 Pengumpulan Data Penelitian**

#### **3.5.1 Sumber Data Penelitian**

Berikut penjelasan mengenai data primer dan data sekunder:

##### **1. Data primer**

Data primer adalah data yang diperoleh langsung oleh peneliti dari sumbernya. Pada penelitian ini data primer berasal dari kuesioner yang disebarkan secara *online* dengan *google form* kemudian mengirimkan link melalui *whatsapp* kepada responden yang sesuai dengan kriteria.

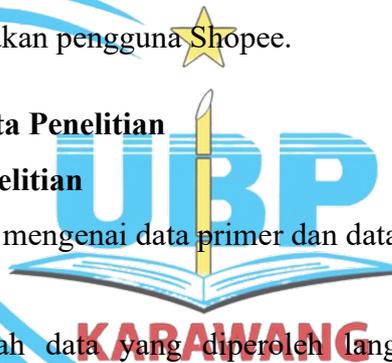
##### **2. Data sekunder**

Data sekunder adalah sumber data yang diperoleh dan dihimpun sebelumnya oleh pihak lain. Pada penelitian ini sumber data sekunder berasal dari jurnal, buku-buku, artikel, situs *website* dan berbagai sumber yang sejalan dengan penelitian.

#### **3.5.2 Teknik Pengumpulan Data**

Teknik pengumpulan data merupakan cara yang digunakan untuk memperoleh data. Teknik pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini adalah.

##### **1. Observasi**



Menurut (Sugiyono, 2016:203), observasi merupakan teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan melihat langsung di lapangan. Dalam penelitian ini, peneliti mengamati secara langsung maupun tidak langsung objek penelitian yaitu mahasiswa Manajemen Universitas Buana Perjuangan Karawang.

## 2. Kuesioner

Menurut (Sugiyono, 2017:199), kuesioner merupakan teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan memberi seperangkat pertanyaan tertulis kepada responden. Dalam kuesioner yang dibuat peneliti mengemukakan beberapa pernyataan yang mencerminkan pengukuran indikator variabel eksogen yaitu *trust* dan *perceived risk*, dan variabel endogen yaitu keputusan pembelian. Dalam penelitian ini kuesioner akan diberikan reponden yang memenuhi kriteria sebagai berikut:

- a. Responden merupakan mahasiswa aktif Univeristas Buana Perjuangan Karawang.
- b. Responden merupakan mahasiswa Manajemen Universitas Buana Perjuangan Karawang.
- c. Responden merupakan pengguna Shopee.

## 3. Studi kepustakaan

Peneliti mengumpulkan dan mempelajari buku, jurnal, artikel, *website* serta penelitian-penelitian terdahulu yang berhubungan dengan teori dan konsep yang berhubungan dengan masalah variabel yang diteliti yaitu, *trust*, *perceived risk*, dan keputusan pembelian.

### 3.5.3 Instrumen Penelitian

Menurut (Sugiyono, 2017:172), instrumen penelitian merupakan alat yang digunakan untuk mengukur fenomena alam maupun sosial yang diamati. Memperoleh data yang sesuai dengan permasalahan dalam penelitian diperlukan instrument yang tepat agar data yang terkumpul dapat menjadi alat untuk memecahkan masalah. Dalam penelitian ini, peneliti menggunakan kuesioner sebagai alat untuk mendapatkan informasi. Kuesioner yang digunakan peneliti menggunakan pernyataan yang akan dijawab oleh responden dengan alternatif

jawaban yang disediakan oleh peneliti. Instrumen yang digunakan pada penelitian ini adalah skala likert.

Sebelum menyebarkan kuesioner kepada responden, kuesioner terlebih dahulu diuji menggunakan uji validitas dan uji reliabilitas. Instrumen yang valid dan reliabel dibutuhkan untuk memperoleh hasil penelitian yang terpercaya. Pengujian validitas dan reliabilitas menggunakan IBM SPSS *versi 25 for windows*.

### 3.5.3.1 Uji Validitas

Menurut (Sugiyono, 2016:361), validitas merupakan derajat ketepatan antara data yang terjadi pada objek penelitian dengan data yang dilaporkan oleh peneliti. Tujuan dilakukan uji validitas adalah untuk menguji apakah instrumen yang digunakan valid. Untuk melihat validitas sebuah item, maka kolom yang dilihat adalah kolom *Corrected Item-Total Correlation* pada program IBM SPSS *versi 25 for windows*. Kriteria penilaian uji validitas adalah sebagai berikut:

- a. Jika  $r_{hitung} > r_{tabel}$  maka item kuesioner dikatakan valid.
- b. Jika  $r_{hitung} < r_{tabel}$  maka item kuesioner dikatakan tidak valid.

### 3.5.3.2 Uji Reliabilitas

Menurut (Sugiyono, 2017:130), uji reliabilitas adalah sejauh mana hasil pengukuran dengan menggunakan objek yang sama, akan menghasilkan data yang sama. Reliabilitas pada dasarnya mengukur kehandalan suatu instrumen. Sebuah instrumen dikatakan handal jika pengukuran tersebut memberikan hasil yang konsisten.

Uji reliabilitas menggunakan *cronbach's alpha* ( $\alpha$ ). Semakin besar koefisien reliabilitas yang diperoleh, maka semakin kecil kesalahan pengukuran dan semakin reliabel alat ukur yang digunakan. Sebaliknya, jika semakin kecil koefisien reliabilitas yang diperoleh, maka semakin besar kesalahan pengukuran dan semakin tidak reliabel alat ukur yang digunakan. Dalam penelitian ini, peneliti menggunakan program IBM SPSS *versi 25 for windows* untuk melakukan uji reliabilitas. Kriteria uji reliabilitas adalah sebagai berikut:

- a. apabila nilai *cronbach's alpha* ( $\alpha$ )  $> 0,60$  maka reliabel.
- b. apabila nilai *cronbach's alpha* ( $\alpha$ )  $< 0,60$  maka tidak reliabel.

### 3.6 Analisis Data

Setelah data dari responden sudah terkumpul maka kegiatan selanjutnya adalah analisis data.

#### 3.6.1 Rancangan Analisis

##### 3.6.1.1 Analisis Deskriptif

Menurut (Sugiyono, 2017:147), analisis deskriptif merupakan statistik yang digunakan untuk menganalisis data dengan cara mendeskripsikan data yang telah terkumpul sebagaimana adanya tanpa bertujuan membuat kesimpulan yang berlaku untuk umum atau generalisasi. Saat melakukan analisis deskriptif, peneliti menggunakan program IBM SPSS *versi 25 for windows*. Hasil operasional variabel akan disusun dalam bentuk pernyataan yang kemudian dikemas menjadi sebuah kuesioner. Dimana *trust* merupakan variabel X1, *perceived risk* merupakan variabel X2, dan keputusan pembelian merupakan variabel Y.

Setiap item pernyataan dalam kuesioner memiliki 5 jawaban dengan skor/nilai yang berbeda-sabeda. Responden dapat memilih jawaban dengan skor tertinggi yaitu 5 dan skor terendah yaitu 1. Sampel yang digunakan yaitu sebanyak 196 Responden. Rumus untuk menentukan rentang skala, yaitu:

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

Keterangan:

RS = Rentang Skala

n = Jumlah Sampel

m = Skor Penilaian

Skala Terendah = skor terendah x jumlah sampel = 1 x 196 = 196

Skala Tertinggi = skor tertinggi x jumlah sampel = 5 x 196 = 980

$$RS = \frac{196(5-1)}{5} = 156,8 \sim 157$$

Berdasarkan hasil perhitungan rentang skala, nilai rentang skala tertinggi yaitu sebesar 980 sedangkan nilai rentang skala terendah yaitu sebesar 196. Maka dibuat rentang skala sebagai berikut:

Tabel 3.3

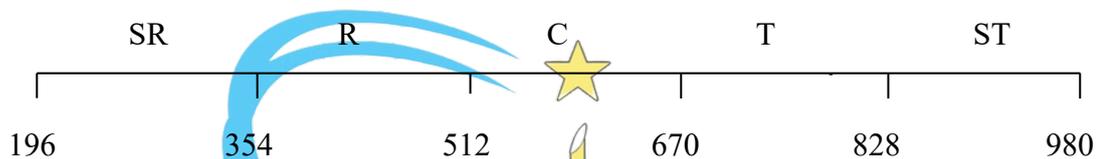
Rentang Skala

Nilai	Rentang	Alternatif Jawaban
-------	---------	--------------------

Skor	Skala	<i>Trust</i>	<i>Perceived Risk</i>	Keputusan pembelian
1	196 – 353	Sangat Rendah	Sangat Rendah	Sangat Rendah
2	354 – 511	Rendah	Rendah	Rendah
3	512 – 669	Cukup	Cukup Tinggi	Cukup
4	670 – 827	Tinggi	Tinggi	Tinggi
5	828 – 980	Sangat Tinggi	Sangat Tinggi	Sangat Tinggi

Sumber: Hasil data diolah Peneliti (2021)

Rentang skala diatas dapat digambarkan dalam bentuk *bar scale* atau bar skala:



Gambar 3.2  
*Bar Scale*

Sumber: Hasil data diolah Peneliti

### 3.6.1.2 Analisis Verifikatif

Menurut (Sugiyono, 2017:55), analisis verifikatif adalah metode penelitian yang bertujuan untuk mengetahui hubungan antara dua variabel atau lebih. Analisis verifikatif digunakan untuk menguji hipotesis. Tujuan menggunakan analisis verifikatif dalam penelitian ini adalah agar peneliti mengetahui seberapa besar pengaruh *trust* dan *perceived risk* terhadap keputusan pembelian *online* melalui Shopee. Ada beberapa metode yang digunakan yaitu transformasi data, uji normalitas data, analisis korelasi (uji R) dan analisis jalur.

#### 3.6.1.2.1 Transformasi Data

Salah satu syarat analisis parametrik adalah skala data harus berbentuk data interval. Dalam penelitian ini didapat data ordinal. Maka dari itu peneliti harus mentransformasikan data ordinal menjadi data interval. Metode yang dilakukan yaitu *Method Of Successive Interval* (MSI).

### 3.6.1.2.2 Uji Normalitas Data

Uji normalitas merupakan tes yang digunakan untuk mengetahui apakah variabel eksogen, variabel endogen, atau kedua variabel tersebut berdistribusi normal atau tidak. Uji normalitas yang digunakan adalah uji *Kolmogrov-Smirnov* dengan bantuan program IBM SPSS *versi 25 for windows*. Terdapat kriteria dalam uji normalitas yaitu sebagai berikut:

- a. Jika  $\text{sig} > 0,05$  maka data tersebut berdistribusi normal
- b. Jika  $\text{sig} < 0,05$  maka data tersebut tidak berdistribusi normal.

### 3.6.1.2.3 Analisis Korelasi (Uji R)

Penelitian ini menggunakan analisis korelasi produk moment (*correlation product moment*). Analisis korelasi produk moment digunakan untuk mengetahui seberapa kuat hubungan antara variabel bebas dengan variabel terikat. Dalam penelitian ini analisis korelasi menggunakan bantuan program IBM SPSS *versi 25 for windows*.

Tabel 3.4

Pedoman untuk Memberikan Interpretasi Terhadap Koefisien Korelasi

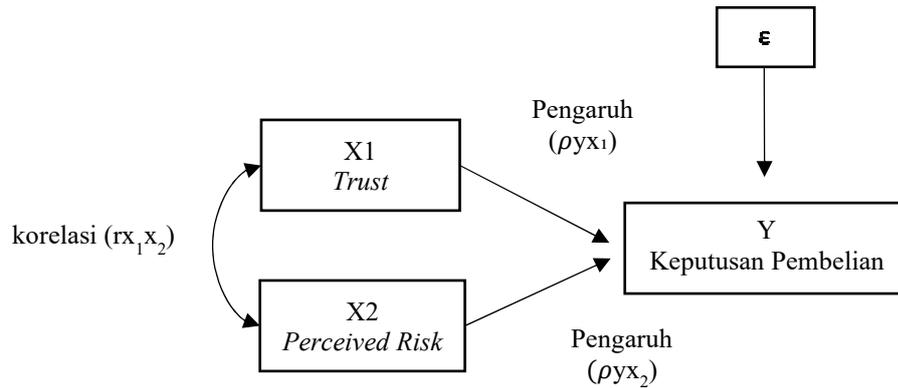
Interval koefisien	Tingkat hubungan
0,00 – 0,199	Sangat Rendah
0,20 – 0,399	Rendah
0,40 – 0,599	Sedang
0,60 – 0,799	Kuat
0,80 – 1,000	Sangat Kuat

Sumber: (Sugiyono, 017:231)

### 3.6.1.2.4 Analisis Jalur

Menurut (Ghozali, 2013:249), analisis jalur merupakan perluasan dari analisis linear berganda, atau analisis jalur adalah penggunaan analisis regresi untuk menaksir hubungan kausalitas antar variabel yang telah ditetapkan sebelumnya berdasarkan teori. Analisis jalur digunakan untuk mengetahui pengaruh langsung maupun pengaruh tidak langsung antara variabel bebas terhadap variabel terikat. Penelitian ini menggunakan analisis jalur (*path analysis*) dengan menggunakan bantuan program IBM SPSS *versi 25 for windows*.

Adapun model analisis jalur (*path analysis*) penelitian ini, yaitu sebagai berikut



Gambar 3.3

Analisis Jalur

Sumber: Hasil data diolah Peneliti (2021)

Persamaan analisis jalur adalah sebagai berikut:

$$Y = \rho_{yx_1}x_1 + \rho_{yx_2}x_2$$

Keterangan :

X1 = *Trust*

X2 = *Perceived risk*

Y = Keputusan pembelian

ε = Variabel lainnya yang tidak dihitung, tetapi mempengaruhi Y

rx<sub>1</sub>x<sub>2</sub> = Korelasi *trust* (X1) dan *perceived risk* (X2)

ρ<sub>yx<sub>1</sub></sub> = Koefisien jalur yang menggambarkan seberapa besar pengaruh langsung *Trust* (X1) terhadap keputusan pembelian (Y)

ρ<sub>yx<sub>2</sub></sub> = Koefisien jalur yang menggambarkan besarnya pengaruh langsung *Perceived risk* (X1) terhadap keputusan pembelian (Y)

### 3.6.2 Uji Hipotesis

Uji hipotesis dilakukan peneliti untuk mengetahui apakah ada atau tidak pengaruh *trust* dan *perceived risk* terhadap keputusan pembelian, secara parsial maupun simultan. Uji hipotesis yang dilakukan peneliti menggunakan bantuan program IBM SPSS *versi 25 for windows*.

### 3.6.2.1 Uji t (Parsial)

Uji t digunakan untuk mengetahui apakah variabel bebas secara individual mempunyai hubungan yang signifikan atau tidak signifikan terhadap variabel terikat. Uji t ini menggunakan taraf 5% ( $\alpha = 0,05$ ) dengan tingkat kepercayaan sebesar 95%. Kriteria pengujian uji t yaitu sebagai berikut:

- a. Jika  $t_{hitung} > t_{tabel}$ , maka  $H_0$  ditolak dan  $H_a$  diterima, menunjukkan bahwa variabel bebas berpengaruh terhadap variabel terikat secara parsial.
- b. Jika  $t_{hitung} < t_{tabel}$ , maka  $H_a$  ditolak dan  $H_0$  diterima, menunjukkan bahwa variabel bebas tidak berpengaruh terhadap variabel terikat secara parsial

### 3.6.2.2 Uji F (Simultan)

Uji F dilakukan untuk mengetahui apakah ada pengaruh atau tidak antara variabel bebas secara bersama-sama (simultan) terhadap variabel terikat. Uji F dilakukan dengan membandingkan antara  $F_{hitung}$  dengan  $F_{tabel}$  menggunakan taraf signifikan 5% (0,05). Adapun kriteria uji F sebagai berikut:

- a. Jika  $F_{hitung} > F_{tabel}$  atau nilai  $sig < \alpha$ , maka  $H_0$  ditolak dan  $H_a$  diterima sehingga semua variabel bebas secara simultan berpengaruh terhadap variabel terikat.
- b. Jika  $F_{hitung} < F_{tabel}$  atau nilai  $sig > \alpha$ , maka  $H_0$  diterima dan  $H_a$  ditolak sehingga semua variabel bebas secara simultan tidak berpengaruh terhadap variabel terikat.

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

Uji koefisien determinasi digunakan untuk mengukur seberapa jauh kemampuan model dalam menjelaskan variasi variabel terikat. Nilai koefisien determinasi berada pada rentang skala 0 (nol) dan 1 (satu). Jika nilai koefisien determinasi mendekati 0 (nol) berarti kemampuan model dalam menerangkan variabel terikat sangat terbatas. Sebaliknya, jika nilai koefisien determinasi mendekati 1 (satu) berarti kemampuan model dalam menerangkan variabel terikat semakin kuat.